

MENKKAJI PESAN DAKWAH DALAM PROGRAM RELIGI DI TELEVISI DIGITAL

EXAMINING DA'WAH MESSAGES IN RELIGIOUS PROGRAMS ON DIGITAL TELEVISION

**Roni Tabroni¹, Ahmad Rifai², Agung Tirta Wibawa³, Detyani Aulia Malik⁴, Ziyani Dini
Hunafa⁵**

*^{1,2,3,4,5} Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia
Email: ronitepas78@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji program religi di lembaga penyiaran digital pasca *analog switch off* (ASO). Objek penelitian ini televisi lokal di Jawa Barat yang sudah bermigrasi dari analog ke digital yaitu SMTV dan MQTV. Tujuan penilitin ini untuk melihat konten religi di kedua televisi tersebut setelah bermigrasi ke digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik koleksi data dilakukan dengan tiga cara yaitu pemantauan terhadap isi siaran, observasi, dan wawancara secara langsung kepada pimpinan televisi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa bermigrasi ke digital ternyata membawa banyak keuntungan, seperti kualitas gambar dan suara lebih baik, penonton lebih banyak, jam tayang lebih panjang dan pendanaan lebih efisien. Dari sisi program religi, baik SMTV dan MQTV mengakui mengalami peningkatan. Kebijakan pimpinan ke dua televisi tersebut, ketika harus bersiaran 24 jam dalam sehari, maka terjadi penambahan waktu siaran dengan konten program religi. Kemasan program religi cukup variatif, mulai dari ceramah monolog, talkshow, konsultasi, juga reality show. Kemasan yang beragam dimaksudkan agar konten religi tidak terkesan monoton dan membosankan.

Keynote: penyiaran; religi; digital; *Analog Switch Off*

ABSTRACT

This study looks into religious programming in digital broadcasting facilities following the analog switch-off (ASO). Local television in West Java, specifically SMTV and MQTV, which have transitioned from analog to digital, is the subject of this study. The goal of this study is to examine how religious programming has changed on both televisions after they went digital. With a case study methodology, this research is qualitative. Three methods of data collection are used: direct interviews with television executives, observation, and monitoring the broadcast's content. According to the study's findings, switching to digital actually has a number of advantages, including improved picture and sound quality, more viewers, longer broadcast hours, and more effective funding. Both SMTV and MQTV acknowledge that there has been a rise in religious programming. Religious programming fills the extra time according to the leadership's policy of broadcasting 24 hours a day. Islamic and Christian religious lectures have been added to SMTV as a regular daily, weekly, and monthly program. The different Sundanese cultural arts shows on SMTV always feature religious material. MQTV also incorporates religious programming to enhance its reputation as a heartwarming Islamic television station. Religious programming comes in a wide range of formats, including monologue lectures, chat shows, consultations, and reality shows. The varied packaging are designed to prevent religious content from coming out as repetitive and dull.

Keywords: broadcast; religious; digital; *Analog Switch Off*

DOI : 10.38075/tp.v17i1.294



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Dunia penyiaran tanah air mengalami perubahan format siaran dari analog ke digital di akhir tahun 2022. Sebagaimana diamanatkan Undang-undang No 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja khususnya cluster penyiaran yang ada di Pasal 60A, dimana Lembaga Penyiaran khususnya televisi akan melakukan migrasi dari analog ke digital atau yang dikenal sebagai *Analog Switch Off* (ASO). Secara faktual, ASO sendiri merupakan keniscayaan bagi penyiaran televisi sebagai konsekuensi perkembangan teknologi yang begitu cepat. Pelaksanaan ASO sendiri berdasarkan Peraturan Menteri No. 11 tahun 2021 dilakukan tiga tahap yaitu 30 April 2020, tahap dua 25 Agustus 2022 dan tahap terakhir 2 Nopember 2022.

ASO merupakan program strategis nasional (Abdullah, 2020) yang diharapkan berdampak positif pada berbagai bidang khususnya diharapkan dapat meningkatkan kualitas isi siaran. Konsekwensinya dari ASO ini yaitu akan mengubah lanscape penyiaran nasional. Karenanya, menjelang ASO ini, diperlukan kesiapan dari berbagai pihak terkait dengan beberapa hal baik pada aspek infrastruktur, industri LP dan masyarakatnya (Mubarok & Adnjani, 2020), termasuk kesiapan dari pemerintahnya sendiri (Harjessi & Huseini, 2019).

Walaupun dalam proses perjalanannya penuh dinamika (Budiman, 2020), namun ASO akhirnya akan dilaksanakan di tahun 2022. Dampak yang secara langsung berpengaruh pada industri media televisi yaitu aspek program yang akan ditayangkan (Holilah, 2020). Banyak pihak memastikan ketika terjadi

penghematan frekwensi, maka akan muncul televisi baru di tanah air termasuk di Jawa Barat. Dari sekian banyak program siaran yang senantiasa ditayangkan oleh televisi salah satunya yaitu konten momentum religi (Sinatra, 2019). Sebagai lembaga penyiaran yang ada di provinsi dengan mayoritas penganut agama Islam, maka konten keislaman menjadi sangat penting. Baik televisi yang memiliki format siaran religi maupun format seni budaya, program religi menjadi sangat penting keberadaannya (Jaya, 2019).

Berdasarkan data yang dimiliki Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat, Lembaga Penyiaran di Jawa Barat berjumlah 437 buah, terdiri dari televisi dan radio, sekitar 50 di antaranya merupakan Lembaga Penyiaran televisi. Sedangkan penduduk Jawa Barat hampir 50 juta jiwa tersebar di 27 Kota/Kabupaten. Banyaknya media di Jawa Barat tentu tidak lepas dari tingginya minat para pelaku penyiaran di Jawa Barat, baik yang lokal maupun yang berjejaring. Keberadaan lembaga penyiaran yang sangat banyak ini pada prinsipnya memberikan pilihan channel yang cukup beragam termasuk pada aspek konten.

Penelitian ini memilih dua televisi lokal yaitu SMTV dan MQTV dengan alasan aspek keterwakilan dari dua karakteristik masyarakat yang cukup berbeda yaitu masyarakat Sumedang dan Majalengka yang sarat dengan kebudayaan Sunda dengan karakteristik pedesaan. Sedangkan MQTV merupakan televisi Islam yang di dalamnya juga ada program berita (Darissalam, 2017) yang mewakili masyarakat perkotaan metropolis

seperti Bandung Raya yang sangat kental dengan akulturasi budaya. Semua kemoderanan ada di sini, termasuk pengaruh budaya luar sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakatnya. Alasan lainnya, SMTV dan MQTV merupakan televisi lokal yang sudah bermigrasi ke digital sebelum waktunya.

Selain media memiliki kepentingan untuk mempengaruhi masyarakat (Khotimah, 2018), melalui pengaruhnya yang sangat kuat, media juga pada saat yang sama tentu saja dipengaruhi oleh kebudayaan masyarakatnya sendiri. Sumedang yang sarat dengan budaya Sunda (Prmono, Hafial & Puspitasari, 2018), memberikan warna pada media yang hadir di daerahnya. Sedangkan kemajuan masyarakat kota seperti Bandung, juga memberikan pengaruh dan inspirasi pada jenis program dan kemasannya bagi media yang hadir di lokasi tersebut.

Apapun format siarannya, konten religi di televisi digital Jawa Barat menjadi sangat penting, terlebih ketika kondisi pandemi dimana kehadiran ummat di tempat ibadah dan majelis ta'lim menjadi lebih langka. Karenanya, salah satu strategi penting untuk melakukan dakwah atau mengemas pesan-pesan keagamaan di televisi menjadi sangat penting (Nugraha, 2014). Sehingga ketika ummat semakin banyak di rumah, juga tetap dapat mendapatkan siraman rohani.

Yang terkadang menjadi pekerjaan rumah adalah bagaimana konten dakwah di televisi tersebut dapat diminati oleh ummat, sehingga tidak membosankan penontonnya. Diperlukan kemasan program agar pesan-pesan keagamaan dapat diterima

oleh masyarakat. Karenanya sangat penting mengkaji keberadaan konten religi (dakwah) di televisi digital di Jawa Barat.

Pentingnya media dalam kehidupan masyarakat digetaskan Sadman. Dijelaskan bahwa *The medium is The message, purposely turning the title into a pun in order to emphasize that the real "message" of a medium is the way it pokes, jabs, and kneads its audience-not what it says. Media are extensions of one or more of the five senses. Face to face speech (the holdest of the media) extends all five senses. Print extends only the eyes, radio the ear. Television is an extension of both the eye and the ear.* Lebih lanjut dijelaskan bahwa *Television and radio newspaper and magazine and filmare media* (Sadman, 1972).

Pada dasarnya media massa dapat dibagi menurut karakternya, yaitu media massa non-periodik (misalnya poster, leaflet, billboard dan lain-lain) dan media massa periodik (misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi dan film) (Schramm, 1973). Sebagai saluran komunikasi, media (televisi) merupakan fenomena masyarakat dan budaya pada waktu yang bersamaan, sedangkan lembaga media merupakan bagian dari struktur masyarakat. Kehadiran pesan-pesan di dalamnya merupakan produk budaya yang didukung oleh perangkat teknologi yang terus berkembang.

Institusi media menjadi lebih penting ketika memiliki korelasi kuat dengan masyarakat (Saputra, 2018), termasuk generasi muda (Sari, 2019). Maka lahirlah empat pilihan utama yang tersedian untuk menggambarkan hubungan antara media massa dan masyarakat, yaitu materialisme (*materialism*), idealisme (*idealism*),

otonomi (*Autonomy*), dan kesalingtergantungan (*interdependece*) (McQuail, 2011). Dari sisi konten, maka pilihannya yaitu idealisme. Menurut idealisme, media diasumsikan memiliki pengaruh signifikan yang potensial, tetapi ide dan nilai yang dibawa oleh media merupakan penyebab utapa terjadinya perubahan sosial, siapapun pemilik media tersebut. Saling ketergantungan dimaksudkan bahwa antara media masyarakat secara terus menerus berinteraksi dan memengaruhi satu sama lainnya (seperti halnya manusia dan budaya). Bahkan ada yang menyampaikan bahwa media sebagai institusi sosial yang dapat mengambil alih pengaruh dari lembaga lainnya seperti sekolah, orang tua, teman, saudara, bahkan agama sekalipun.

Untuk itu maka kita akan melihat bagaimana media sesungguhnya merupakan lembaga sosial yang merupakan subsistem dari system pemerintah di negara dimana ia beroperasi bersama-sama dengan subsistem lainnya. Ditinjau dari sudut system media bersifat dinamis dalam hal ini media tidak bebas dari pengaruh lingkungan, tapi dipihak lain media juga mempengaruhi lingkungan demi kelangsungan hidupnya (Sampurno, Kusumandyoko & Islam, 2020).

Fungsi televisi pun semakin luas, yang pada awalnya hanya sebagai media hiburan kemudian melebar memiliki fungsi informasi dan edukasi (nora, Latief & Setiawan, 2010). Mulai dekade 70-an di Indonesia TV siaran menjadi industri media massa karena industri barang dan jasa sudah mulai mempromosikan produknya melalui TV ini, dan media audio visual ini pun dianggap media massa paling efektif

dibanding media massa lainnya karena lebih atraktif dan pesawat TV ini dimiliki oleh sebagian besar rumah tangga (Ibrahim dan Iriantara, 2017).

Sifatnya audio visual dari televisi menjadikannya sebagai primadona yang digemari banyak orang sejak tahun 70-an. Selain siarannya gratis juga selalu memberikan hiburan dalam berbagai bentuk baik itu musik, film, sinetron, reality dan variety show. Dari sisi informasi, hampir semua stasiun TV memiliki acara siaran berita yang dikemas dengan sangat menarik (Anistya & Briandana, 2021).

Karena kemampuannya dalam mempengaruhi penontonnya, televisi mendapat julukan-julukan seperti kotak ajaib, electronic baby sitter, narkotik elektronik, "tuhan kedua" atau bahkan "tuhan pertama." Julukan terakhir dapat dipahami mengingat TV dianggap sebagai sesuatu yang terpenting dalam kehidupan manusia dan karenanya sangat mendominasi kehidupan mereka, seraya menyisihkan kegiatan-kegiatan lain.. Padahal dalam konteks yang lain, media atau televisi secara khusus dapat dijadikan sarana dakwah (Ramadhan, 2020).

Di Indonesia, terutama sejak awal dekade 1990-an, dunia pertelevisian ditandai dengan semakin berkembangnya TV lokal. Kehadiran televisi lokal ini sekurang-kurangnya dapat menyentuh kebutuhan khalayak yang lebih dekat. Ia dapat mendekati massa sesuai warna kultural yang dianutnya (Sugihartono, 2009). Program yang disajikan lebih mampu menyentuh watak sosiologis penontonnya. Dengan demikian, sejatinya televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar (Muhtadi, 2012).

Dalam perkembangannya, teknologi informasi seperti internet, turut mengubah lanscape media khususnya televisi. Aspek positif penerapan teknologi internet sangat membantu dalam aspek televisi sebagai fungsi informasi. Dalam produksi berita atau informasi, khalayak sangat diuntungkan karena segala informasi dapat disajikan dengan sangat aktual. Bahkan reporter pun dapat live dari tempat kejadian melaporkan sebuah peristiwa. Pendek kata dalam urusan reportase di lapangan, teknologi internet ini sangat membantu. Program televisi yang dilakukan di tempat yang berbeda juga saat ini dapat terhubung secara langsung di studio. Dengan demikian kualitas acara informasi jauh lebih baik dibanding televisi di masa lalu (Abdullah, & Puspitasari, 2018).

Di tahun 2022 ini, televisi diwajibkan untuk bermigrasi ke digital, berdasarkan pada UU No 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja khususnya cluster penyiaran yang ada di Pasal 60A. Dengan bermigrasinya ke digital, diharapkan televisi selain semakin baik gambar dan suaranya, juga semakin berkualitas program siarannya. Termasuk bagaimana konten keagamaan dapat disiarkan secara baik tampilannya maupun kontennya. Sebab bagaimanapun, setiap konten agama disampaikan di televisi berpotensi mempengaruhi perilaku masyarakat (Syahputra, 2016).

Nyatanya, persoalan ASO banyak dikaji dari sisi teknis, mekanis, atau dari sisi bisnis. Jika mengkaji dari sisi fungsi, persoalan televisi bukan hanya aspek teknis semata, sebab media ini memberkan pengaruh yang strategis bagi pemikiran, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan beberapa riset di Jawa Barat dan Yogyakarta, lebih

melihat ASO sebagai persoalan teknis yang harus dipersiapkan kehadirannya oleh pihak Lembaga Penyiaran termasuk masyarakatnya. Padahal digitalisasi bukan persoalan teknis semata, sebab kembali pada kajian media, bahwa televisi memiliki peranan penting dalam kehidupan sosial, budaya dan keberagaman masyarakat.

Untuk itu, dari berbagai kajian digitalisasi penyiaran khususnya pasca ASO, persoalan yang sering disorot masih terbatas pada aspek digitalisasi, teknologi internet, perluasan fungsi media, dan hanya pada fungsi informasi. Namun aspek religi konten yang bermuatan religi di televisi pasca ASO masih memerlukan perhatian serius. Secara fungsi, televisi digital memiliki tanggungjawab untuk melakukan edukasi, tetapi di samping konten yang sangat beragam, sisi keagamaan menjadi fokus utama dalam penelitian ini -- yang belum dikaji secara serius di tanah air ini.

Karenanya, kehadiran konten agama sendiri, dipastikan sebagai memiliki tujuan untuk memperbaiki peradaban dan perilaku manusia. Pada tahapan ini dapat dikatakan bahwa agama adalah proses modifikasi perilaku (Saefudin, 2019). Sejalan dengan itu, misi agama Islam yang diwahyukan kepada baginda nabi Muhammad pun menitik beratkan pada perubahan akhlak. Perubahan akhlak artinya perubahan pada perilaku individu.

Yang menjadi penting dalam penelitian ini adalah bagaimana mengungkap sebuah fakta baru bahwa di dalam proses digitalisasi penyiaran di Jawa Barat, memberikan dampak pada terbukanya ruang keagamaan di televisi. Penelitian ini memiliki kekhasan pada isu keagamaan, bukan

pada proses digitaliasinya atau pada konten informasi yang sudah banyak diteliti pihak lain.

Pentingnya menyampaikan pesan agama di media, terkait dengan tugas ummat beragama itu sendiri, sebab pada dasarnya Islam adalah agama dakwah. Yakni agama yang harus di dakwahkan kepada seluruh manusia (Kaharudin, 2015). Jadi Islam dan dakwah adalah dua hal yang saling berkaitan. Kalo Islam sebagai agama dakwah maka berdakwah menghidupkan dan mengembangkan agama Islam. Relevansi Islam dan dakwah tentunya tidak bisa dipisahkan lagi, Islam ada karena digerakan oleh spirit dakwah yang berkemajuan. Begitupun sebaliknya keberadaan dakwah adalah implementasi dari keimanan itu sendiri (Syamsul, 2008; Muhyidin, 2016 & Syafriani, 2017).

Salah satu saluran untuk melakukan kegiatan dakwah yaitu media, sebab keberadaannya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan (Indriana, 2011 & Sudirman, 2007). Dalam masyarakat majemuk, menyampaikan pesan agama dapat menjadi faktor integrasi, sebagaimana juga dapat dengan mudah disalahgunakan sebagai alat disintegrasi. Agama pada satu sisi menciptakan ikatan bersama, baik antara anggota masyarakat maupun dalam kewajiban-kewajiban sosial yang membantu mempersatukan mereka (Wahyuni, 2017).

METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Akibatnya, proses penelitian bersifat subjektif induktif dan berbsifat dialogis dan dialektik (Creswell, 2018). Dengan jenis data kualitatif ini maka, peneliti

akan mengeksplorasi dan memahami makna dari proses penayangan pesan-pesan dakwah pada lembaga penyiaran pasca ASO di dua televisi lokal Sumedang dan Kota Bandung. Objek penelitian yang diambil, akan dikaji dari sisi mulai aspek kesejarahan, kebijakan pimpinan, perilaku dari redaksinya, dan teknis kerja yang ada di SMTV dan MQTV.

Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan studi kasus. Studi kasus dimaksudkan untuk mengeksplorasi tentang tema yang diambil yaitu terkait konten religi di dua televisi lokal yaitu SMTV dan MQTV pasca ASO. Dalam studi kasus, baik Studi Multi-Kasus maupun Multi-Situs merupakan pengembangan dari metode Studi Kasus (Endraswara, 2012). Agar studi kasus menjadi penelitian mendalam, maka yang dikaji dari dua televisi tersebut bukan hanya aspek "apa" (*what*), tetapi juga yang lebih penting adalah mengeksplorasi pertanyaan tentang "bagaimana" (*how*) dan "mengapa" (*why*) (Yin, 1994) dan (Prihatsanti, SuryantoSuryanto & Hendriani, 2018).

Data yang dikumpulkan untuk kajian ini menggunakan metode pemantauan, observasi dan wawancara mendalam. *Pertama*, pemantauan. Siaran SMTV dan MQTV dipantau selama dua minggu untuk melihat program keseluruhan dan melihat program religi, baik dari sisi waktu, talent yang ditampilkan, durasi waktu, dan kemasan programnya. *Kedua*, observasi. Melihat situasi televisi secara langsung, baik proses shooting maupun produksi. *Ketiga*, wawancara mendalam. Dilakukan kepada pimpinan (direktur) SMTV dan MQTV, untuk mendalami dan mengkonfirmasi berbagai informasi yang dibutuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profile Sumedang TV (SMTV)

SMTV merupakan salah satu televisi lokal yang ada di Jawa Barat, tepatnya Kabupaten Sumedang. SMTV atau Sumedang TV berada di bawah naungan perusahaan PT Sumedang Televisi Utama. SMTV merupakan bagian atau salah satu stasiun TV yang berada di bawah JPM.

Sumedang Televisi Utama atau SMTV merupakan sebuah stasiun televisi lokal yang mengudara dari wilayah Sumedang propinsi Jawa Barat. Stasiun ini mulai mengudara pada tanggal 23 September 2013 di kanal 29 UHF. Dengan tagline "Layar Kaca Urang Sunda", SMTV menyajikan informasi budaya dan berita lokal. Walau posisinya di Sumedang, namun target jangkauannya bukan hanya Sumedang saja.

Sebagai media penyiaran televisi lokal, SMTV menyuguhkan program yang mencerminkan kebutuhan masyarakat lokal yang tidak ditemukan di televisi lain. Asep Anang Supriatna sebagai pendiri sekaligus pengelola SMTV memberi tagline "eces pisan". Tagline tersebut kemudian dibreakdown dalam program siarannya yang sangat sarat dengan budaya Sunda dan berita lokal Sumedang dan sekitarnya. SMTV sendiri telah mengudara sejak tanggal 23 September 2013 yang awalnya hadir di frekuensi 29 UHF analog. Di tengah dunia digital, SMTV menjadi televisi lokal yang tetap eksis (Al Ansori & Vinianto, 2020).

Menjelang ASO di tahun 2022, SMTV melakukan migrasi dari analog ke digital sebelum waktu yang sudah ditentukan berdasarkan Permen 11 tahun 2021 terkait tahapan ASO. Karenanya, sejak tanggal 6 Maret 2022,

siaran analog SMTV 29 UHF dimatikan dan beralih ke siaran digital dan dapat disaksikan melalui kanal digital di 47 UHF di multipleksing ANTV.

Profile Manajemen Qolbu TV (MQTV)

Di Kota Bandung, ada salah satu televisi lokal yaitu Manajemen Qolbu Televisi (MQTV) dengan format siaran religi. Didirikan oleh Abdullah Gymnastiar atau Aa' Gym, jangkauan MQTV mencakup wilayah Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Cianjur, Kota Cimahi. Moto MQTV sendiri yaitu "Sahabat Penyejuk Hati".

MQTV merupakan perusahaan yang bergerak dalam media informasi serta salah satu alternatif tontonan dakwah layar kaca. MQTV hadir dengan format dan konten program yang berbeda dengan stasiun TV lain. Sesuai perkembangan teknologi informasi, MQTV didirikan dengan semangat bahwa konten dakwah dan informasi pengetahuan sangat penting, lebih memasyarakat, lebih mendalam, lebih pribadi, dan lebih mudah dipahami (Mubarok & Hidayat, 2014).

Visi dari MQTV yaitu Menjadi inspirasi dan motivasi yang menyejukan hati bagi sahabat keluarga Indonesia. Sedangkan misi dari MQTV yaitu *petama*, Membangun perusahaan televisi penyiaran sebagai sahabat penyejuk hati yang kompetitif, inovatif, profitable dan credible. *Kedua*, membangun masyarakat prestatif berbasis Manajemen Qolbu menuju bangsa yang mempunyai tatanan kehidupan yang nyaman, tentram dan sejahtera. *Ketiga*, mempererat rasa persatuan, kebersamaan dan persaudaraan untuk menciptakan

semangat solusi, semangat bersaudara dan semangat maju bersama.

Sebagai televisi lokal dengan format religi, MQTV memiliki program-program siaran yang kental dengan keagamaan, seperti Asmaul Husna, Assalamualaikum Kumaha Damang, Berita Petang, Blender (B'gaul Lewat Dakwah Remaja), Cantik Muslimah, Cerita Hati, Cik Stel Jang!, Curhat Bareng Teh Ninih, Curhat Muslimah, GS Home Shopping, Islam KTP (yang pernah tayang di SCTV), Lejel Home Shopping, Menggapai Cinta Allah, Metode al-Bana, Murattal, Nussa, Rumah Ilmu, Rumah Inspirasi, Rumahku Saudaraku, Tadarusan, The ESQ Way 165, dan Ustadz Jaga.

Sebagai stasiun televisi swasta lokal yang sudah mengudara di saluran digital sejak 28 Maret 2022, MQTV memiliki segmentasi khusus yaitu kalangan masyarakat muslim. Mereka adalah masyarakat atau penonton yang sangat loyal dan memiliki rasa keingintahuan yang terhadap suatu hal. Segmentasi ini dianggap sebagai pangsa pasar strategis sehingga menjadi kekhasan dalam mencari industri yang akan menjadi pengiklan di televisi tersebut. Seperti halnya bulan Ramadhan, MQTV selalu banyak iklan masuk, seperti perusahaan lokal yang memusatkan pasarnya di sekitaran Bandung, termasuk multinasional atau nasional yang ingin memenangkan pasar di Bandung, khususnya masyarakat Islam.

Tayangan Konten Religi di SMTV Pasca ASO

Program siaran di SMTV tidak jauh dari format program yang telah disampaikan di atas, yaitu lebih fokus pada konten-konten kebudayaan. SMTV sebagai stasiun televisi yang

berpusat di Sumedang, tentu saja memiliki misi yang sangat kental dengan kota keberadaannya. Sebagaimana catatan sejarah dan kondisi saat ini, Sumedang merupakan kota budaya salah satu pusat kesundaan yang sangat kuat.

Secara detail, kita dapat menyaksikan bagaimanapun sebaran program siaran yang tayang di SMTV, yang sarat dengan seni budaya, khususnya Sunda. Dari hasil pemantauan secara berkelanjutan kepada SMTV maka dapat disaksikan beberapa program yang senantiasa hadir di televisi ini seperti konten budaya Sunda yang sangat mencolok. SMTV juga banyak menayangkan budaya sunda juga berita-berita terkini khususnya di daerah Sumedang dan Majalengka. Program acara yang menjadi unggulan SMTV ini diantaranya, Banda Urang, Wanda Anyar, Bewara SMTV, Malire Ki Sunda dan Bale Sawala. Program-program ini menyajikan budaya sunda, berita-berita juga talkshow inspiratif pada program Bale Sawala.

Bersama dengan presenter Annisa Nurul, SMTV menayangkan program rutinannya juga yaitu "Beja Antara" yang berisikan berita-berita terkini yang ada di Indonesia. SMTV juga sesekali menayangkan kesenian tari, seperti pada tanggal 31 Juli 2022 ditayangkan tari Srikandi Kurusetra yang ditampilkan oleh Sanggar Sona Soni. Selain itu, kesenian pop sunda dikemas oleh SMTV dalam program acara Wanda Anyar.

Adapun Malire Ki Sunda ialah program acara yang ditayangkan oleh SMTV berupa kesenian musik sunda, acara ini dibawakan oleh M. Suya sebagai juru siar. Pada setiap kamis malam terdapat acara Bale Sawala yaitu

talkshow yang mengundang bintang tamu inspiratif.

Dari hasil pantauan di atas, menggambarkan bagaimana SMTV merancang program siarannya secara konsisten. Sebagai Lembaga Penyiaran yang memiliki konsen terhadap budaya, media ini mendistribusikan konten kebudayaannya tersebut dalam berbagai berbagai tayangan dari mulai pagi hingga malam hari.

Bentuk kebudayaan yang ada di dalam tayangan program SMTV cukup beragam mulai dari seni musik tradisional, musik semi modern dengan nuansa tradisional, tayangan wayang golek, drama, dan berbagai tayangan lain yang mengandung unsur kebudayaan. SMTV mengemas konten kebudayaannya melalui berbagai format tayangan yang tidak melulu tradisi tetapi ada unsur kemodernanannya.

Konten SMTV tidak hanya diisi oleh crew sendiri atau diproduksi secara mandiri, tetapi banyak di antaranya yang merupakan hasil kolaborasi dengan masyarakat. Mereka yang dapat mengisi SMTV terdiri dari para seniman tradisi yang ada di Sumedang, Majalengka dan sekitarnya. Bahkan beberapa program lain pun terkadang dikerjasamakan dengan masyarakat, seperti komunitas budaya.

Atas keterbukaan SMTV terhadap publik yang dapat mengisi programnya ini, maka tidak aneh kemudian banyak dari kalangan masyarakat yang sengaja ingin hadir ke studio SMTV dan tampil untuk mengisi slot program secara khusus. Atas dasar inilah maka SMTV pun selalu memberikan ruang yang cukup sehingga terbangun ekosistem penyiaran yang baik di daerah dalam

membangun Lembaga Penyiaran televisi baik pra maupun pasca ASO.

Sedangkan dalam konteks konten religi, artinya konten yang terkait dengan keagamaan secara formal seperti Islam tidak terlalu dominan. Program siaran yang mencerminkan kegiatan seperti ceramah, pasca ASO ini ada tetapi hanya di jam-jam tertentu saja. Cermin religi dalam SMTV justru dapat kita saksikan dalam program-program budaya yang juga lekat dengan simbol-simbol agama, seperti lirik lagu atau penampilan dari artisnya itu sendiri. Berbeda dengan artis yang identik dengan buka-bukaan, para seniman yang tampil di SMTV sangat memperhatikan nilai religi. Pagelaran wayang golek misalnya, selain menceritakan kisah tertentu atau *bobodoran*, di akhir penampilan selalu memunculkan figur ulama dalam bentuk wayang seperti sosok Aa Gym, kang Ibing dan yang lainnya, yang kemudian menarasikan tentang pesan-pesan keagamaan.

Pada sisi yang lain, program berita di SMTV juga sangat kental dengan pemberitaan yang bernuansa keagamaan. Banyak berita keagamaan yang menjadi konten SMTV baik yang sifatnya ritual, hari-hari besar Islam, maupun kegiatan lain yang identik dengan kegiatan keagamaan.

Tayangan Konten Religi di MQTV Pasca ASO

Dalam profile lembaganya MQTV jelas mencantumkan format siaran religi. Informasi ini menegaskan posisi MQTV di tengah Lembaga Penyiaran lainnya di tanah air, khususnya di Jawa Barat. Setelah beralih ke digital, format siaran tersebut tidak berubah, bahkan bisa jadi semakin

kuat dengan program-program siaran lainnya.

Berdasarkan hasil pantauan, program siaran MQTV begitu kental dengan nuansa religi yaitu agama Islam, yang tersebar di berbagai nama program yang ditayangkan mulai dari subuh hari hingga dinihari.

Dalam hasil pemantauan dapat dijelaskan bahwa MQTV sangat konsen dengan program-program religi. Sebagai Lembaga Penyiaran yang lahir dari rahim Pondok Pesantren yaitu Daarut Tauhid, dengan tokoh utamanya Abdullah Gymnastiar (Aa Gym), maka sangat wajar jika apa yang ditayangkan tidak jauh dari apa yang menjadi misi pesantren.

Dari mulai siang hingga tengah malam, MQTV terus menerus menyampaikan konten-konten yang sangat islami. Namun, kemasan dari setiap mata program tentu saja berbeda-beda tergantung pada nama programnya. Dari tabel di atas juga kita dapat melihat bagaimana MQTV memberikan ruang program yang cukup variatif dengan kemasan yang beragam.

Di antara program yang cukup besar porsi yaitu ceramah yang disampaikan oleh Aa Gym termasuk penceramah lainnya, yang selalu memberikan pencerahan keagamaan yang menyejukkan. Selain pimpinan pondok Daarut Tauhid, tokoh agama yang senantiasa mengisi pengajian atau ceramah di MQTV yaitu Buya Yahya.

Program lain yang cukup menarik yang mungkin menjadi salah satu kekhasan dari MQTV yaitu pengajian (pembacaan ayat suci al-Quran) yang dilakukan secara bergantian dengan melibatkan audiens. Jika di radio kita mengenal ada karaoke, dimana pendengar bisa bernyanyi

secara langsung, tetapi di MQTV, penonton bisa menelephone ke redaksi dan terlibat langsung dalam kegiatan pembacaan ayat suci al-Quran.

Dari sekian banyak program yang bermuatan religi tersebut, MQTV programnya ada yang sifatnya live, tetapi banyak di antaranya yang merupakan siaran tunda. Artinya program yang direkam dan disiarkan di televisi setelah melakukan proses produksi. Selain itu, sebagian program yang disiarkan juga banyak yang merupakan siaran ulang, baik di hari yang sama maupun di hari yang berbeda.

Untuk itu, dari hampir 100 persen konten yang bernuansa religi di MQTV, kita akan menyaksikan program yang sangat jarang untuk kemasan yang sifatnya langsung (live). Ada program talkshow, dimana kegiatan redaksi menghadirkan narasumber ke studio, tetapi dalam rentang waktu satu minggu, kegiatan tersebut hanya satu atau dua kali saja. Dalam list program MQTV, hanya MQ Pagi yang tertulis jelas bahwa itu program live dari Aa Gym yang tayang setiap pukul 06.00-07.00 WIB. Itu artinya program langsung yang dilakukan MQTV tergolong sangat jarang.

Dari sekian banyak program MQTV, sebagian di antaranya merupakan konten yang merupakan hasil kerjasama dengan pihak lain, terutama yang ada di lingkungan pesantren Daarut Tauhid. Keterlibatan pihak luar dalam penyediaan konten siaran merupakan pola kerjasama yang lumrah dilakukan oleh media, namun pasca ASO, sepertinya pola seperti ini akan menjadi tren seiring tuntutan konten yang lebih banyak, sebab pada

umumnya televisi lokal pasca ASO akan bersiaran 24 jam dalam sehari.

Siaran Buya Yahya setiap hari muncul di MQTV dan berada di waktu yang cukup strategis, selain ceramah Aa Gym yang menjadi icon dari televisi ini. Kemasan dari keduanya berupa ceramah dengan nuansa kesejukan yang khas. Yang juga sangat kuat nuansa keislamannya, selain konsultasi keluarga yang diasuh Khairati, juga ada program pembacaan ayat suci al-Quran berupa murotal yang melibatkan pemirsa.

Kebijakan Konten Religi di SMTV dan MQTV

Secara umum, kedua televisi baik SMTV maupun MQTV menjadi pelopor ASO di Jawa Barat, sebab keduanya sudah migrasi ke digital sebelum waktu yang ditentukan pemerintah melalui Permen 11 tahun 2021. Kedua Direktur televisi ini mengakui bersyukur dengan telah bermigrasi ke saluran digital, sebab merasakan sekali manfaatnya. Setidaknya beberapa hal yang dapat dirasakan kemanfaatannya dari keberadaannya di saluran digital, seperti: *pertama*, kualitas gambar dan suara. Ke dua televisi ini asalnya merupakan TV swasta lokal yang hadir secara analog dan kualitasnya di bawah televisi berjaringan yang didukung oleh teknologi canggih. Tetapi ketika sudah berada di saluran digital, keduanya mengaku bahwa kualitas gambar dan suaranya setara dengan televisi berjaringan atau yang biasa disebut televisi nasional.

Kedua, anggaran yang dikeluarkan lebih irit. Banyak hal yang bisa ditekan bahkan ditiadakan dari pengeluaran selama siaran analog, seperti biaya listrik, penggunaan tower,

biaya pemeliharaan. *Ketiga*, waktu siaran lebih lama. Dengan sewa multifleksing, waktu siaran antara 10 jam dengan 24 jam biayanya sama, maka kedua televisi tersebut lebih memilih untuk bersiaran lebih lama atau full 24 jam dalam sehari semalam. Dengan demikian maka semakin banyak program yang dapat ditayangkan kepada masyarakat.

Keempat, penambahan pemirsa. Dengan hadirnya di channel digital, banyak masyarakat yang sudah memiliki smart TV atau yang sudah digital kemudian menemukan saluran MQTV atau SMTV, kemudian menjadikan penonton setia. Ada juga masyarakat yang dulu tahu saluran MQTV dan SMTV, tetapi karena kualitas gambarnya kurang bagus maka jarang nonton. Tetapi ketika setelah beralih ke digital, merasa nyaman dengan tayangan maka akhirnya menjadi penonton setia. SMTV juga menemukan masyarakat yang asalnya tidak bisa menangkap frekuensi SMTV, ketika sudah digital menjadi ada.

Atas kondisi objektif yang cukup menggembirakan ini maka ada dua kebijakan secara keredaksian yang dilakukan pasca ASO ini, yaitu: *pertama*, menambah jam siaran. Penambahan waktu ini dimanfaatkan oleh MQTV untuk semakin memperbanyak acara-acara keagamaan yang semakin memperkokoh positioning sebagai lembaga penyiaran Islam. Sedangkan bagi SMTV, juga waktu tayang yang lebih panjang selain memperkuat kerjasama dengan grup Jawa Pos karena saling sharing konten di waktu pagi hari, juga menambah program-program keagamaan di jam pagi dan sore hari.

Kedua, kebijakan redaksi kedua televisi ini secara langsung mengarah

pada penguatan konten religi. Ada yang sifatnya penguatan dari konten religi yang secara eksplisit sudah ada selama ini, ada juga penambahan dari program kebudayaan yang selama ini menjadi kekuatan utamanya.

Pimpinan SMTV memiliki kebijakan pada sisi konten pasca ASO, sehingga benar-benar menjadi peluang untuk menambah program yang sebelumnya belum ada, seperti konten keagamaan baik Islam maupun Kristen. Dari 18 jam siaran ketika masih analog, kini diubah menjadi 24 jam dalam sehari semalam, maka SMTV harus menambah program baru yang semakin mendekatkan diri pada masyarakatnya.

Walaupun SMTV tetap pada format seni budaya khususnya Sunda, namun ketika secara geografis berada di wilayah yang mayoritas beragama Islam maka kebijakan baru yang diambil pasca ASO ini adalah bagaimana menyajikan konten baru yang bernuansa keagamaan yang mencakup Sumedang dan Majalengka.

Ada beberapa program baru yang secara khusus dibuat pasca ASO ini, seperti:

- a. Sharing program siaran dengan sesama jejaring televisi grup Jawa Pos. Setiap televisi di bawah Jawa Pos harus mengirimkan program unggulan masing-masing di aplikasi khusus, kemudian setiap daerah dapat mengambilnya berdasarkan kebutuhan. Konten-konten tersebut diputar pada jam 00.00-05.00 WIB. Tayangan tersebut biasanya terkait dengan potensi daerah, baik wisata atau hal lain yang khas dan menarik.
- b. Ceramah agama Islam. SMTV secara khusus bekerjasama dengan MUI, NU dan Fatayat NU untuk mengisi program taushiyah. Kemudian SMTV membuat jadwal secara bergiliran dari mulai Senin hingga Minggu. Misalnya hari senin diisi oleh NU, selasa oleh MUI, rabu oleh Fatayat, dan begitu selanjutnya. Para ustad dan ustadzah ini merupakan orang-orang pilihan dari Ormas-ormas tersebut. Produksi konten ini dilakukan sore hari secara live, kemudian siaran ulangnya akan diputar di pagi hari.
- c. Siraman rohani agama Kristen. Program ini dilakukan pada hari minggu selama 30 menit yaitu pukul 16.00-16.30 WIB. Mereka menyampaikan siraman rohani dengan materi yang sudah disiapkan oleh Genra Kahirupan. Siraman rohani Kristen ini disampaikan dengan bahasa Sunda dan terkadang menggunakan alat musik kesundaan. Jadi ada kemasam yang terintegrasi antara ceramah dan seni tradisi.
- d. Pengajian anggota OSIS. SMTV bekerjasama dengan pengurus OSIS Jawa Barat untuk menayangkan kegiatan pengajian yang dilakukan sebulan sekali. Proses produksinya dilakukan dengan cara pengambilan gambar di lokasi dimana OSIS mengadakan kegiatan, kemudian diproduksi dan ditayangkan secara siara tunda.
- e. Program khusus bulan ramadhan. Pada bulan suci umat Islam, jam tayang dirubah secara ekstrem. Yang biasanya kesenian tayang sore hari,

digeser menjadi di waktu sahur. Kemudian waktu sore dan bada magrib diisi program-program keagamaan atau yang bernuansa keislaman.

Program siaran SMTV yang baru terkait dengan nuansa religi pasca ASO ini sebenarnya hanya mempertegas keberpihakan SMTV pada masyarakat beragama di Sumedang dan Majalengka. Sebenarnya nuansa religi di SMTV juga sebelumnya bukan berarti tidak ada sama sekali, tetapi agama menjadi sumber nilai yang diambil dan kemudian menjadi nuansa yang sangat lekat dengan program-program seni budaya.

Program seni budaya yang bernuansa keislaman misalnya dapat disaksikan dalam lagi yang seringkali menggunakan lirik yang bernuansa keagamaan. Selain itu penampilan dari para artis juga harus sopan dan tertutup. Bahkan dalam beberapa penampilan, artis perempuan senantiasa tertutup rapat seluruh auratnya. Pada tayangan wayang golek misalnya, kebijakan tentang nuansa keagamaan akan disaksikan di akhir penampilan yang selalu berakhir dengan ceramah keagamaan yang diperankan oleh wayang gambaran dari ustad-ustad kondang di tanah air.

Dari sisi konten, kebijakan pimpinan SMTV senantiasa mewanti-wanti setiap penceramah baik Islam maupun Kristen untuk mentaati aturan khususnya Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Artinya SMTV selalu mengingatkan kepada para tokoh agama untuk senantiasa menghindari konflik, tidak mempermasalahkan perbedaan, jangan menyalahkan pihak lain yang berbeda pandangan, jangan

membanding-bandingkan pemahaman satu dengan lainnya, termasuk tidak membanding-bandingkan agama satu dengan lainnya.

Untuk memperkuat citra MQTV sebagai televisi Islam, maka pimpinannya merancang program baru pasca ASO seperti:

- a. Living with Qur'an, yang menceritakan pentingnya belajar al-Qur'an.
- b. Ceritera muslimah, yang berisi tentang curhatan ibu-ibu tentang keluarga dan anak-anaknya.
- c. Assalamualaikum Bandung. Berupa berita-berita ringan dengan konten yang khas yang mengarah pada berita positif baik sekitar pesantren maupun di Kota Bandung pada umumnya.
- d. Aku juara. Menceritakan tentang anak-anak Sekolah Dasar (SD) yang berprestasi di berbagai bidang
- e. Cerdas cermat al-Qur'an. Mengambil segmen anak SD dan SMP, dilaksanakan secara kolaborasi dengan Syamil Qur'an.

Secara khusus, MQTV memagari dari keseluruhan program siarannya pada nilai-nilai agama (Islam), bernuansa positif dan tidak keluar dari karakter Aa Gym itu sendiri sebagai icon. Di sini pimpinan akan membuka kerjasama kepada siapa saja yang akan membuat dan mengisi programnya, asal bernuansa sejuk, tidak provokatif, tidak keras, dan mempertentangkan perbedaan pemahaman. MQTV sebagai penyejuk hati harus benar-benar tercermin dari setiap mata programnya sehingga pemirsanya semakin nyaman.

Sehingga dengan kebijakan seperti ini maka tidak aneh jika penonton MQTV bukan hanya dari umat Islam tetapi juga umat Kristen yang mungkin merasa nyaman dengan kesejukan program-program yang disajikan.

Kemasan Tayangan Program Religi di SMTV dan MQTV

Baik SMTV maupun MQTV, keduanya dalam beberapa program memiliki irisan dalam mengemas bagaimana tayangan religi itu disampaikan melalui layar kacanya. Yang umum dilakukan oleh kedua televisi ini yaitu: *pertama*, menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui metode ceramah secara monolog. Di sini ustad atau ustadzah menyampaikan materi keagamaan secara satu arah, audiens hanya mendengarkan materi yang disampaikan tanpa ada dialog atau tanya jawab.

Kedua, takshow. Di kedua televisi tersebut ada pesan-pesan keagamaan yang disampaikan dengan metode talkshow, dimana narasumber didampingi host dan kemudian saling tanya jawab. Dengan metode ini maka narasumber akan senantiasa dipancing pertanyaan dari host yang memandu acara tersebut.

Ketiga, pemilihan tokoh agama. Kedua televisi ini lebih cenderung mengambil posisi moderat dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan sehingga pemilihan tokoh agama dilakukan secara ketat, bukan hanya popularitas tetapi juga yang dipastikan tidak menimbulkan masalah di kemudian hari, atau tidak berpotensi melanggar P3SPS.

Di samping itu, antara SMTV dan MQTV masing-masing memiliki kekhasan dalam mengemas konten

religinya. Misalnya SMTV memiliki kemasan yang khas seperti pada aspek pengambilan segmen yang khusus selain ummat Islam dan kristen, juga mengambil segmen aktivis perempuan Islam. Kemudian ada juga pemilihan segmentasi OSIS yang tentu saja akan mempengaruhi bagaimana konten agama itu dibawakan. Sehingga pemilihan narasumber atau ustad bagi kalangan remaja ini juga harus tepat dan disampaikan dengan cara yang tepat.

Kemudian yang dianggap khas dalam mengemas pesan-pesan religi di SMTV juga yaitu ketika membungkus pesan-pesan keagamaan ini lewat penampilan seni budaya, baik itu seni tarik suara, drama, maupun penampilan wayang golek. Metode seperti ini tidak menonjolkan sisi simbol agamanya tetapi lebih memilih pada pesan dan inti nilai yang disampaikannya melalui simbol-simbol tertentu.

Pilihan kemasan dari aspek talent juga dapat dilihat dari sisi pilihan ustad dan ustadzah yang akan tampil. Di sini bagaimana SMTV begitu percaya pada lembaga keagamaan dan Ormasnya seperti MUI, NU, Fatayat dan juga kelompok keagamaan Kristen. Dengan begitu maka yang juga cukup menonjol bukan hanya orangnya tetapi juga lembaganya. Walaupun tidak dipromosikan secara khusus, tetapi dengan menggandeng lembaga-lembaga tertentu maka akan terbentuk segmen pasar baru yang sesuai dengan kelembagaan yang terlibat.

Lain lagi dengan MQTV yang dalam pengemasan program justru dari sisi talent misalnya lebih banyak memanfaatkan tokoh dari internal pesantren. Ada juga dari luar tetapi hanya satu-dua saja. Sehingga di sini

terlihat bagaimana ekosistem konten ini dilakukan dalam sebuah rumah besar yaitu Pondok Pesantren Daarut Tauhid.

Bahkan MQTV sebenarnya mengemas konten religi ini dengan membangun branding dan ketokohan Aa Gym sebagai figur utama yang sangat penting dalam membangun karakter dari televisi ini. Aa Gym ini merupakan sosok utama yang tidak hanya menjadi penting dalam materi ceramahnya tetapi juga membentuk budaya kerja dan menjadi standar materi bagi pengisi lainnya. Akhirnya sebagai penyejuk hati ini harus menjiwai seluruh program siaran dan menjadi ukuran bagi ustad dan ustadzah lainnya.

Untuk mendalami al-Qur'an, MQTV punya metode yang sangat mendidik misalnya dengan kegiatan cerdas cermat. Dengan kemasan cerdas cermat, dimungkinkan keterlibatan banyak pihak, selain sesama pelajarnya yang sangat banyak yang menjadi suporter, kemudian di sana ada guru-guru dan orang tua yang mungkin juga menjadi salah satu penonton, termasuk turut memviralkan. Kemasan ini dianggap sangat mendidik namun juga ada unsur hiburan. Sehingga belajar al-Qur'an menjadi semakin menyenangkan.

Kemasan yang cukup variatif juga ketika ingin menghidupkan al-Qur'an dalam keseharian. Maka dibuatlah semacam adegan tertentu yang mengarah pada penjelasan tentang pentingnya belajar al-Qur'an. Adegan ini diperankan oleh beberapa orang melalui dialog-dialog tertentu, sehingga dengan demikian publik tidak merasa digurui secara langsung.

PEMBAHASAN

Jauh sebelum lahirnya kebijakan untuk migrasinya televisi dari analog ke digital, para ahli komunikasi sudah memastikan bahwa pengaruh media terhadap masyarakat tidak bisa dinafikan. McQuail memastikan hubungan antara media dengan masyarakat begitu saling terkait (McQuail, 2011). Bahwa di antara keberadaan media itu menyebabkan masyarakat memiliki ketergantungan terhadapnya, termasuk televisi.

Dalam kajian budaya, media sebagai produknya telah menjadi entitas penting dalam mengubah sikap dan perilaku masyarakat (Ibrahim, 2014). Budaya populer lahir dari kekuatan media dalam menggerakkan perilaku masyarakat, baik dalam menyamakan fikiran, sikap, perilaku, cara berpakaian, makanan, dan selera rekreasi sekalipun.

Banyak literatur yang menjelaskan pentingnya konten keagamaan di media (El Ishaq, R. 2013), sebagai sarana siraman rohani sekaligus edukasi (Minan, I. 2016), sebab pada umumnya, konten keagamaan di lembaga penyiaran lebih mendidik ummat (Sarhini, A., dkk. 2020). Termasuk bagaimana konten keagamaan di media ini juga akan semakin memperkuat wacana dan implementasi moderasi Islam (Mubarok, A. F. dan Irman, Y. 2022)

Isu keagamaan, dalam konteks media menjadi sangat penting untuk terus dikaji sebab sebagai sumber nilai, agama terkadang mengalami pergeseran karena kepentingan media yang menjadi berbeda. Agama dalam konteks media menjadi sangat berbeda ketika memandang agama sebagai sumber keuntungan yang bersifat material (Yusuf, M.F. 2016).

Media televisi sejak kelahirannya dinyatakan para pakar komunikasi dipastikan memberikan pengaruh kuat terhadap masyarakat karena kelebihan pada audio dan visualnya. Walaupun pada saat yang sama, kelebihan televisi ini dapat dijadikan sarana dakwah oleh tokoh dan organisasi keagamaan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada ummatnya. Tidak sedikit manfaat dari televisi, khususnya bagi pendidikan dan keagamaan (Azhar, A. 2002). Baik yang format siaran berjaringan maupun mandiri bersiaran secara lokal, selalu memuat konten religi dengan berbagai format dan kemasannya masing-masing.

Setelah puluhan tahun berlalu, televisi di tanah air yang bersiaran dalam frekuensi yang banyak keterbatasannya yaitu analog, tahun 2022 semuanya harus berpindah ke digital, sesuai amanat Undang-undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU No 11 Tahun 2020).

Kedua televisi baik SMTV maupun MQTV mengakui keuntungannya bermigrasi ke digital dengan adanya tambahan waktu siaran, juga ada tambahan program ke konten-konten religi. Dari sisi program, SMTV yang ada di Kabupaten Sumedang yang sejak awal kelahirannya sudah memilih format seni budaya, kemudian menambah dengan program-program religi. Sedangkan MQTV yang ada di Kota Bandung, merupakan televisi lokal yang sejak awal kelahirannya sudah memilih format religi, kemudian setelah bermigrasi ke digital semakin menambah program religi.

Secara kasat mata, kita dapat menyaksikan perbedaan yang cukup mencolok antara kedua lembaga penyiaran tersebut. Baik mengacu pada program siaran maupun hasil

pemantauan, ada perbedaan pada aspek religi yang menjadi tema riset ini. SMTV lebih pada konten seni budaya dengan tidak meninggalkan nuansa keagamaannya, sedangkan MQTV secara tegas membuat program siarannya secara eksplisit menggunakan diksi dan tampilan lebih Islami.

Setidaknya, secara spesifik kita akan melihat bagaimana program religi di SMTV dan MQTV setelah melakukan migrasi ke digital pada April 2022. *Pertama*, dari aspek program. Ke dua televisi tersebut memiliki perbedaan program siaran, tetapi pada aspek religi MQTV lebih eksplisit karena memang secara awal format siarannya sudah memilih religi. Hanya saja dalam perkembangannya, SMTV pasca ASO mengalami peningkatan pada program religi. Ada irisan antara kedua televisi ini seperti pada ceramah keagamaan yang dilakukan secara monolog dan ada juga yang format talkshow.

Program kebudayaan yang digelar SMTV senantiasa memperhatikan nilai-nilai religi, sehingga kita bisa menyaksikan bagaimana penampilan para seniman seperti artis lokal yang menyanyikan lagu-lagu daerah misalnya, tetap mengenakan pakaian tertutup, termasuk lirik yang juga bernuansa keagamaan. Atau pagelaran lain seperti wayang golek yang disisipi materi ceramah keagamaan dengan nilai religi tinggi. Seni drama dan musik kesundaan yang ditampilkan seringkali memiliki kedekatan dengan nilai-nilai religi, begitupun pagelaran wayang yang juga memiliki ceritera dan pesan-pesan moral. Pasca ASO nilai religi menjadi lebih nampak secara eksplisit dengan menambahkan ceramah

keagamaan baik Islam maupun agama Kristen.

Jadi ada pergeseran di SMTV dari religi yang berbasis seni tradisi dan tidak mengedepankan simbol secara mencolok, kemudian mengarah pada religi yang juga mengadopsi pola mainstream seperti ceramah keagamaan. Bahkan memperkokoh simbol keagamaannya dengan menggandeng kelompok atau lembaga-lembaga keagamaan secara formal.

Konten religi yang disiarkan MQTV lebih eksplisit, tersebar dalam beberapa program siaran yang bervariasi seperti tausyiah, konsultasi islami, keluarga islami, kesehatan, inspirasi, murottal al-Qur'an, pendidikan Islam, termasuk informasi-informasi sekitar pesantren dan sekolah yang islami. Pasca ASO, program siaran di MQTV yang bernuansa islami semakin banyak lagi dengan seiring dengan penambahan jam tayang 24 jam dalam sehari-semalam. Kehadiran program-program baru tersebut semakin menegaskan MQTV sebagai televisi Islam yang bernuansa sejuk dan anti kegaduhan.

Kedua, ekosistem penyiaran religi. SMTV yang format siaran lebih pada seni budaya, namun pasca ASO ini sudah melakukan kerjasama dengan pihak MUI, PCNU dan Fayatat NU. Dari komunitas Islam ini mengisi siraman rohani setiap harinya di SMTV. Bahkan untuk umat kristiani, SMTV pun diisi sanggar Mekar Asih Bandung untuk melayani masyarakat kristiani Sumedang dan Majalengka. Sebelumnya, sejak dulu SMTV selalu membuka diri bagi berbagai komunitas seni budaya yang ada di Sumedang dan Majalengka, termasuk daerah-daerah lain yang ingin tampil. Tidak hanya di kantor SMTV, kegiatan shooting atau

konten-konten yang dibuat juga terkadang dilakukan di lembaga pendidikan seperti sekolah atau tempat lain sebagai pusat kegiatan kebudayaan. Upaya membangun konten religi ini dilakukan oleh SMTV tidak sendirian tetapi melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga seperti Ormas Islam, lembaga pendidikan, maupun komunitas lain di masyarakat.

Sedangkan untuk MQTV, ekosistem siaran religi ini sudah terbangun seiring keberadaannya dalam lingkungan pondok pesantren yang sarat dengan muatan keislaman. Bahkan MQTV bekerjasama dengan BahjahTV untuk menghadirkan Buya Yahya sebagai narasumber atau mengisi acara tausyiah setiap harinya. Seluruh potensi dan bagian yang ada di pesantren Daarut Tauhid dan seluruh lembaga pendidikannya menjadi bagian dari ekosistem penyiaran bagi MQTV untuk mengisi program siaran.

Ketiga, setelah beralih ke digital, kedua televisi ini sama-sama mendapat sambutan yang menggembirakan dari masyarakat. Buktinya adalah kedua pimpinan media ini mengaku banyak mendapat apresiasi dan ucapan terimakasih dari masyarakat yang kemudian dapat menjadi pemirsa setia dan merasakan manfaat dari siaran-siaran yang didapatkannya. Kebijakan untuk secepatnya bermigrasi ini, bagi kedua televisi ini dianggap tepat sebab pihaknya menemukan inspirasi baru dari pemirsa barunya, termasuk ketika mendapatkan *feedback* berupa kegembiraan dari penonton kini dapat menyaksikan televisi ini dengan kualitas suara dan gambar lebih baik. Sambutan positif ini diakui sebagai energi baru yang kemudian melahirkan inspirasi baru untuk membuat program-program baru yang lebih baik, termasuk

program-program yang bernuansa religi.

Ketiga point di atas memastikan posisi ke dua televisi tersebut yang mengembalikan fungsi edukasi di Lembaga Penyiaran khususnya pada konten religi. Perluasan pemirsa dari kedua televisi dimanfaatkan untuk membeirkan layanan baru baik yang sifatnya penguatan maupun yang benar-benar inovasi. Walaupun industri media tidak lepas dari kepentingan ekonomi dan politik, setidaknya dengan beralihnya ke dunia digital, ada tanggungjawab yang ditunaikan yaitu mencerdaskan publik melalui pendekatan konten religi.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang konten religi di televisi pasca ASO, maka dapat disimpulkan, *pertama*, terdapat peningkatan jumlah waktu siaran di kedua televisi baik SMTV maupun MQTV. Karena adanya

penambahan jam tayang maka dituntut untuk membuat program baru untuk memenuhinya. Maka lahirlah berbagai program yang mengarah pada konten religi di SMTV dan MQTV.

Kedua, kebijakan dari SMTV dan MQTV, keduanya memiliki konsen yang sama terhadap isu-isu keagamaan dan merasa penting untuk menambah jam tayang yang mengandung unsur religi. Kebijakan ini juga dilanjutkan dengan inovasi baik pada materi, narasumber, dan ekosistem penyiarannya itu sendiri.

Ketiga, penelitian ini juga memotret aspek kemasan dari setiap tayangan khususnya yang bernuansa religi. Kemasan ini ada yang berpola sama antara SMTV dan MQTV, tetapi juga ada yang berbeda, sesuai dengan segmentasinya masing-masing. Namun dari variasi kemasan tersebut, sama-sama bagaimana keduanya ingin memberikan siraman rohani pada segmen yang sangat beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media televisi di era internet. *ProTVF*, 2(1), 101-110. DOI : <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Abdullah, A. (2020). Pola Kebijakan Digitalisasi Penyiaran di Indonesia. *ARISTO*, 8(1), 82-103. DOI :10.24269/ars.v8i1.2263
- Al Ansori, A. N., & Vinianto, A. (2020). Daya Tahan Parahyangan TV Sumedang Sebagai TV Lokal Di Tengah Perkembangan Digital. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 3(2), 180-195. DOI : <https://doi.org/10.24198/jkj.v3i2.23793>
- Anistya, F., & Briandana, R. "Manajemen dan Strategi Produksi Berita Televisi pada Program Warta Parlemen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial p-ISSN*, 2301, 9263. Doi: <http://dx.doi.org/10.12244/jies.2021.5.1.001>
- Anom, E. 2016. *Pemerintah, Media dan Masyarakat Indonesia* . Yogyakarta: Andi Offset
- Azhar, Arsyad . 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiman, A. (2020). Perdebatan Kepentingan Kebijakan Digitalisasi Penyiaran di Indonesia (Studi Kasus Perumusan Kebijakan Digitalisasi Penyiaran pada RUU Penyiaran di DPR 2009-2014 dan 2014-2019)[Interest Disputes of Broadcasting Digitalization Policy in Indonesia]. *Jurnal Politica Dinamika*

Tatar Pasundan

Jurnal Diklat Keagamaan
pISSN 2085-4005; eISSN 2721-2866
Volume 17 Nomor 1 Tahun 2023

- Masalah Politik Dalam Negeri dan Hubungan Internasional*, 11(1), 107-126. DOI 10.22212/jp.v11i1.1613
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, John W., and J.D. Creswell, J.D. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: Sage.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darissalam, A. (2017). Kebijakan Redaksional MQTV Bandung dalam Penyiaran Berita. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 1(1), 99-118. DOI: <https://doi.org/10.15575/cjik.v1i1.1215>
- El Ishaq, R. (2013). Dakwah di tengah industrialisasi media. *Jurnal Komunikasi Islam (Journal of Islamic Communication)*, 3(1), 137-151.
- Endraswara, Suwardi. 2012. *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Faisal, I. R. 2020. *Digitalisasi Pesan Dakwah*. Bandung : Lekkas.
- Fakhruroji, M. R. Bahasa Agama di Media Sosial Analisis Framing pada Media Sosial "Islam Populer". *Jurnal Bimas Islam*. 2020. ISSN ISSN 2657-1188 (online) ISSN 1978-9009 (print)
- Harjessi, P. N., & Huseini, M. (2019). Kesiapan Pemerintah Dalam Menghadapi Digitalisasi Televisi Menurut Perspektif Organisasi Pembelajaran. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 138-146. DOI: <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1217>
- Holilah, I. (2017). Dampak Media terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 3(01), 103-114. <<http://103.20.188.221/index.php/jsga/article/view/179>>
- Ibrahim dan Iriantara. 2017. *Komunikasi yang Mengubah Dunia*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Ibrahim, Idi Subandi. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Obor.
- Jaya, V. S. (2019). *TV Religi Penjaga Aswaja (Sejarah dan Perkembangan TV9) Tahun 2010-2019* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Junaid, Ilham. 2016. *Analisis data kualitatif dalam penelitian pariwisata*. *Jurnal Kepariwisata*. Volume 10- 01, Februari 2016, 59-74
- Kaharudin. 2015. *Dakwah Dalam Islam*. *At Tajdid*, 59-69.
- Khatimah, H. (2018). Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119-138. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Minan, I. (2016). Relasi Media Massa dan Dakwah Kontemporer. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 197-214.
- Mubarok, M., & Adnjani, M. D. (2020). Kesiapan Industri TV Lokal di Jawa Tengah Menuju Migrasi Penyiaran dari Analog ke Digital. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 7(1), 18-32. <https://doi.org/10.37535/101007120202>.

- Mubarok, Y., & Hidayat, D. (2014). Analisis Deskriptif Program MQTV Sebagai Media Dakwah. *J-IKA*, 1(2), 84-88. DOI (PDF): <https://doi.org/10.31294/kom.v1i2.217.g184>
- Mubarok, A. F., & Irama, Y. (2022). Islam dan Media Massa: Pengarusutamaan Moderasi Islam Pada Situs Tafsiralquran. id. *KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin*, 12(1), 26-48.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi.*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhyidin, A. 2006. *Dasar-DAsar Ilmu Dakwah*. Bandung : Pustaka Bani Qurais.
- Muhyidin, A. d. 2009. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nugraha, F. (2014). Penyuluhan Agama Transformatif : Sebuah Model Dakwah, (June 2013).
- Nora, H. Y., Latief, M. C., & Setiawan, Y. B. (2016). Fungsi Komunikasi Massa Dalam Televisi (Studi Kasus Program Acara 'Bukan Empat Mata' di TRANS 7). *Jurnal The Messenger*, 2(1), 10-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v2i1.278>
- Pramono, A., Hafiar, H., & Puspitasari, L. (2019). Place Branding Sumedang sebagai Puseur Budaya Sunda. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 13(2), 13-23.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan studi kasus sebagai metode ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126-136. DOI: [10.22146/buletinpsikologi.38895](https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895)
- Ramadhan, S. (2020). Media Sebagai Saluran Dakwah Lembaga Sosial Dan Komersial. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 1-17. DOI: <https://doi.org/10.47435/retorika.v2i2.446>
- Rosidi, M. R. 2020. Implementasi Islam Rahmatan Lil alamin di Pesantren Perspektif KH A. Hasyim Muzadi. *Ta'limuna*, 86-105.
- Sadman, Peter M., David M. Rubin, David B. Sachsman,. 1972. *Media: An Introductory Analysis Of American Mass Communication*, United States of America.
- Saefudin, A. 2019. *Psikologi Agama*. Jakarta : Kencana.
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya media sosial, edukasi masyarakat, dan pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5), 529-542. DOI: [10.15408/sjsbs.v7i5.15210](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210)
- Saputra, S. J. (2018). Pentingnya Literasi Media. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 254-258.
- Sarbini, A., Wahyudin, A., Hikmat, M. M., Kusnawan, A., & Muhaemin, E. (2020). Implementasi konten agama dan budaya yang sehat dan mendidik pada lembaga penyiaran di Jawa Barat.
- Sari, S. (2019). Literasi media pada generasi milenial di era digital. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(2), 30-42. DOI: <https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>
- Schramm, Wibur. 1973. *Men, Messages, And Media*. New York: Harper 7 Row Publishers.

Tatar Pasundan

Jurnal Diklat Keagamaan
pISSN 2085-4005; eISSN 2721-2866
Volume 17 Nomor 1 Tahun 2023

- Sinatra, Y. (2019). Program Televisi dalam Moment Keagamaan. *Sinteks: Jurnal Teknik*, 8(1), 36-49. DOI: <https://doi.org/10.0001/112>
- Sudirman, S, A. 2007. *Media Pendidikan ; Pengertian Pengembangan dan pemanfaatan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Sugihartono, R. A. (2009). Televisi Lokal sebagai Medium Pencitraan Lokalias Daerah. *Acintya*, 1(1). DOI: <https://doi.org/10.33153/acy.v1i1.17>.
- Syafriani, D. (2018). Hukum Dakwah Dalam Al-Qur'an Dan Hadis. *Jurnal Fuaduna: Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 1(1), 16-27. DOI: <http://dx.doi.org/10.30983/fuaduna.v1i1.439>
- Syahputra, I. (2016). Agama di era media: Kode religius dalam industri televisi Indonesia. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 125-138. DOI: <https://doi.org/10.14421/esensia.v17i1.1283>
- Syamsul, A. 2018. *Himputan Putusan Tarjih jilid 3*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Pasal 60A tentang Cluster Penyiaran
- Wahyuni, D. (2017). Agama Sebagai Media dan Media Sebagai Agama. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 18(2). 83-91. DOI: <https://doi.org/10.19109/jia.v18i2.2368>
- Yin, Robert K. 1994. *Case Study Research; Design and Methods*. London, New Delhi: SAGE Publications.
- Yona, S. (2006). Penyusunan studi kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(2), 76-80. DOI: <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.177>
- Yusuf, M. F. (2016). Komodifikasi: Cermin Retak Agama di Televisi: Perspektif Ekonomi Politik Media. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 1(1), 25-42.