

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Program *Catatan Demokrasi* episode *Siapa di Balik FPI Reborn?* dari stasiun *tvOne* menyajikan tema yang didasarkan peristiwa sekelompok warga, yang mendeklarasikan Anies Baswedan sebagai calon presiden di Kawasan Monas, Jakarta Pusat.¹ Daya tarik tema ini adalah pelibatan FPI (diimbui kata kunci ‘*reborn*’) dan Anies Baswedan. FPI yang dimaksud dalam program ini adalah Front Persaudaraan Islam (sebelumnya kepanjangan dari Front Pembela Islam), ormas Islam yang oleh kelompok masyarakat tertentu dilabelkan radikal, intoleran, dan pelaku ‘politik identitas’ lantaran terhubung kepada aksi-aksi unjuk rasa yang menuntut kepastian hukum atas kasus penodaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama, sekaligus pendukung pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2017 di DKI Jakarta putaran kedua dan pendukung pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno pada Pemilihan Presiden (Pilpres 2019). Sesungguhnya frasa ‘*FPI Reborn*’ tidak terhubung kepada FPI yang dipimpin oleh Habib Rizieq Shihab. Bahkan, program ini juga menampilkan *footage* berisikan bantahan dari pengurus FPI.

Meski program tersebut didesain untuk mendiskusikan keterkaitan antara *FPI Reborn* dan Anies Baswedan, ternyata memunculkan kosa kata ‘jual ayat’ dan ‘jual mayat’. Frasa ini terhubung kepada al-Quran dan kaum Muslim, yang dengan sendirinya terhubung kepada Anies Baswedan (dalam posisinya sebagai kandidat Pilkada 2017 di DKI Jakarta, Gubernur DKI Jakarta, mantan Gubernur DKI Jakarta, sekaligus calon bakal presiden). Hal ini merupakan kontruksi ‘politik identitas’

¹ tvOneNews, “[FULL] Siapa di Balik FPI Reborn? | Catatan Demokrasi tvOne (07/06/2022)” (*YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=npg6o1aXuvA>, diakses 26 Juli 2023).

yang menyatukan kata kunci ‘Islam’ dan ‘Anies Baswedan’, dan dengan sengaja mengabaikan realitas populasi di DKI Jakarta di mana Islam merupakan mayoritas.

Perdebatan yang terjadi selama diskusi bukan hanya mengulik desain para produser di ruang redaksi terkait ‘politik identitas’, tapi juga merepresentasikan Islam. Hal ini dibuktikan dengan pemunculan poin-poin diskusi yang mengarah kepada simbol-simbol identitas keislaman. Perdebatan yang nyaris tak berkesudahan hanya menyisakan catatan bahwa FPI dan Anies Baswedan merupakan subjek dari pewacanaan ‘politik identitas’. ‘Dosa’ FPI adalah menuliskan kata kunci ‘Islam’ di deretan namanya dan pemikiran-pemikiran Islam dalam *blue print* keorganisasiannya. Selain itu, ia juga memiliki jejak digital berupa stigma sebagai ormas Islam yang radikal, intoleran, dan pelaku ‘politik identitas’. Sementara ‘dosa’ Anies Baswedan berkaitan dengan identitas keislamannya dan kiprah politiknya sebagai kandidat Pilkada 2017 di DKI Jakarta, Gubernur DKI Jakarta, mantan Gubernur DKI Jakarta, dan juga bacapres dari Koalisi Perubahan untuk Persatuan.

Beralih ke program *Indonesia Lawyers Club* (ILC) episode *Pecah Kongsi Jokowi dan Surya Paloh* dari akun *Indonesia Lawyers Club* di *YouTube*.² Program ini menjadi perhatian karena di tengah diskusi, salah seorang narasumber mengungkapkan argumentasi bermuatan frasa ‘politik identitas’, yang diikuti frasa ‘kearab-araban’. Setelah itu, ia juga memaparkan ‘kiprah’ Anies Baswedan sebagai pelaku ‘politik identitas’ melalui peristiwa yang disebutnya sebagai ‘menjual agama’ pada Pilkada 2017 di DKI Jakarta. Meski mencoba menyamakan kosa kata ‘kearab-araban’ agar tidak dipersepsi sebagai ras Arab, hal ini tidak menutup imajinasi bahwa aroma rasisme juga dimainkan di tengah diskusi. Pemunculan kategori ras dari politik identitas ini mengingatkan kepada penelitian “episode *Justice with Judge Jeanine Pirro* terkait peristiwa penembakan Charlie

² Indonesia Lawyers Club, “DEBAT SERU!!! PECAH KONGSI JOKOWI DAN SURYA PALOH???” - INDONESIA LAWYERS CLUB” (*YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=Z63yAO3J96s>, diakses 26 Juli 2023).

Hebdo dari *Fox News* yang menyandingkan kata kunci 'Arab' dan 'Muslim'".³ Frasa 'kearab-araban' terhubung kepada Anies Baswedan karena ciri biologisnya, nama keluarga di belakang namanya, dan juga nasabnya yang terhubung kepada ras Arab. Makna tersiratnya, Anies Baswedan merupakan pelaku 'politik identitas' terkait kategori ras (yang terhubung kepada Islam).

Dengan demikian, representasi Islam terhubung kepada identitas keislaman dari calon pemimpin bernama Anies Baswedan dan pendukungnya. Meski tidak disebutkan nama agama yang dimaksud, hal ini secara otomatis akan tertuju kepada Islam karena sebagian besar pendukung Anies Baswedan merupakan penganut Islam. Keberadaan frasa 'menjual agama' terhubung kepada konteks berupa peristiwa yang dilakukan oleh pendukung Anies Baswedan. Beranjak dari logika sederhana ini, narasumber dalam diskusi pun berkesimpulan bahwa Anies Baswedan dan pendukungnya melakukan praktik-praktik 'politik identitas'.

Narasumber lain mencoba menegaskan argumentasi-argumentasi 'politik identitas' yang ditujukan kepada Anies Baswedan dan pendukungnya. Ia juga sempat menyebut nama Basuki Tjahaja Purnama sebagai pelaku 'politik identitas' yang sesungguhnya. Meski demikian, hal ini tidak mampu mengubur esensi dari diskusi yang berupaya mendaur-ulang teks-teks 'politik identitas' dengan Anies Baswedan dan pendukungnya sebagai subjek. Ujung dari diskusi adalah pemunculan kosa kata 'politik identitas', 'kearab-araban', 'menjual agama', 'Anies Baswedan', dan 'Basuki Tjahaja Purnama'. Kata kunci 'Anies Baswedan' bersumber dari pengamat politik yang dikenal konsisten mendukung pemerintah dan kader partai politik pendukung pemerintah yang kontra dengan pendeklarasian Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden. Sebaliknya, kata kunci 'Basuki Tjahaja Purnama' bersumber dari kader parpol pendukung pemerintah sekaligus pendeklarasi Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden.

Sepanjang 2022, stasiun *tvOne* menyiarkan delapan *item* program *talk show* bertemakan 'politik identitas' melalui program *Catatan Demokrasi*, *Dua Sisi*, dan

³ Kristian Petersen, "Mediating Islam: Representation and Muslim Identity" (*Journal of Religion & Society Supplement* 13, 2016): 114.

Indonesia Lawyers Club (ILC) di mana luarannya mempertontonkan perdebatan yang terhubung kepada Islam. Islam yang dimaksud dari *framing* ini sama sekali tidak terkait dengan doktrin-doktrin, ajaran, pemikiran, atau konsep-konsep keilmuan dari Islam, melainkan Islam sebatas realitas sosial. Persisnya, identitas keislaman dari calon pemimpin yang bersiap-siap mengikuti kontestasi. Pada rentang 2022 ini, stasiun *tvOne* merupakan satu-satunya televisi yang menyiarkan program *talk show*, dengan tema yang terhubung kepada representasi Islam.

Sepanjang 2023 atau setahun menjelang Pilpres 2024, pola produksi *talk show* yang mengetengahkan tema-tema politik yang berujung kepada representasi Islam makin semarak. Kali ini bukan hanya stasiun *tvOne*, stasiun *CNN Indonesia* pun ikut ambil bagian. Berbagai kalangan masyarakat: pejabat pemerintah, politisi, pengamat politik, akademisi, kalangan agama, hingga pegiat media sosial menjadi narasumber. Tahap berikutnya, pilihan tema yang didasarkan pemahaman produser program, *host* program, dan narasumber itu pun disajikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Dalam konteks ini, sekali lagi, yang dimaksudkan dengan Islam, tidak terhubung kepada doktrin-doktrin, ajaran, pemikiran, atau konsep-konsep keilmuan dari Islam, melainkan identitas keislaman dari calon pemimpin yang bersiap-siap mengikuti kontestasi. Meskipun demikian, hal ini tidak menutup realitas bahwa Islam merupakan gagasan termenarik untuk dipresentasikan sebagai tontonan.

“Wacana terkait agama telah membentuk perubahan besar di dunia dalam dua abad terakhir berkat keberhasilan media mainstream dalam mengonstruksi cerita buruk tentang Islam,” tegas Green dan Searle-Chatterjee.⁴ Sementara Huntington menambahkan bahwa “agama dan budaya akan menentukan konflik global pada abad ke-21”.⁵ Artinya, agama akan terus diwacanakan oleh media, termasuk televisi, karena potensi membentuk perubahan sekaligus konflik global pada abad ke-21.

⁴ Green dan Searle-Chatterjee dalam Salman Al-Azami, *Religion in the Media a Linguistic Analysis*, (London: Palgrave Macmillan, 2016), 1.

⁵ Samuel Huntington dalam Al-Azami, *Religion in the Media a Linguistic Analysis*, 1-2.

Kegiatan produksi program di stasiun televisi umumnya terbagi atas dua bidang, yakni program-program dari bidang produksi (Divisi Produksi) dan program-program dari bidang berita (Divisi Pemberitaan). Dari Divisi Produksi ini terbagi lagi menjadi program drama dan program nondrama di mana program dakwah (*religion program*) menjadi salah satunya. Program ini berisikan dakwah atau edukasi tentang berbagai persoalan Islam. Misal, *Mamah dan Aa Beraksi (Indosiar)*, *Damai Indonesiaku (tvOne)*, atau *Islam Itu Indah (Trans TV)*.

Riset etnografis Siddik atas program dakwah di sejumlah stasiun televisi paska pemerintahan Soeharto pada 2021 menegaskan “peran program dakwah di stasiun televisi dalam mengonstruksi otoritas agama yang menjadi terfragmentasi dalam masyarakat Muslim”.⁶ Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran ragam program dakwah dari sejumlah stasiun televisi dan pengamatan atas konten-konten yang disajikan di tingkat mikro, sekaligus peran sentral televisi dalam mengonstruksi pesan-pesan dakwah yang menempatkan otoritas agama sebagai aktor utama dalam pembentukan moral bangsa.

Rakhmani menuliskan bahwa peristiwa runtuhnya menara kembar World Trade Centre (WTC) di New York, Amerika Serikat, pada 11 September 2001 sebagai pintu gerbang penelitian-penelitian dari sisi program berita dalam merepresentasikan Islam di televisi. “Stigma 'terorisme' terus menerus digambarkan dan dimonetisasi oleh media dunia, hingga memperburuk pemahaman tentang Islam secara salah, sekaligus mengaburkan pemahaman tentang makna keragaman yang dikembangkan oleh umat Muslim”.⁷ “Agama diperlihatkan dalam bentuk berita, dokumenter, drama serial, komedi, sinetron, dan seterusnya. Agama-agama digambarkan dalam film dan digambarkan dalam siaran dan media cetak, di internet, dan dalam teks *multiplatform*,” jelas Al-Azami.⁸

⁶ S. Siddik, “Mediating Islam in Post-Suharto Indonesia: Performing Dakwah through Popular TV Shows” (Universitet Leiden, <https://www.universiteitleiden.nl/en/research/research-output/humanities/mediating-islam-in-post-suharto-indonesia>, diakses 14 Agustus 2023), 172-174.

⁷ Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, and the Middle Class*, (New York: Palgrave Macmillan, 2016), 1.

⁸ Al-Azami, *Religion in the Media a Linguistic Analysis*, 1.

Uraian di atas mempertegas keberadaan program-program yang merepresentasikan Islam di televisi, yakni program yang didesain untuk memberikan edukasi tentang Islam; dan program yang didesain untuk menyampaikan informasi tentang politik, keamanan, hukum, kriminal, ekonomi, bisnis, sosial, dan budaya di mana peristiwa-peristiwa keagamaan, termasuk Islam, merupakan salah satu temanya. Pada momen-momen semacam Ramadhan atau perayaan hari raya keagamaan, program-program berita harian atau program berita mingguan juga memproduksi *item-item* terkait kegiatan keagamaan. Misal, kegiatan *nyekar* menjelang Ramadhan atau Lebaran atau kegiatan salat Idul Fitri di masjid-masjid besar.

Divisi Pemberitaan menjadi penanggung jawab kegiatan produksi program berita. Selain program berita harian, divisi ini juga memproduksi program berita mingguan (*news magazine* atau *current affair*) semacam program investigasi, program dokumenter, dan program *talk show*. Berlandaskan konsep menyajikan tema-tema yang dianggap menarik dan digandrungi oleh masyarakat, program-program ini juga kerap menampilkan tema yang merepresentasikan Islam. Bahkan, program dokumenter pun ikut memproduksi keberadaan suku terasing dengan *indigenous religions, ancestral religion, atau traditional religion-nya*.⁹ Program investigasi juga turut memproduksi kasus-kasus yang merepresentasikan Islam. Misalnya, kasus yang melibatkan Panji Gumilang dengan dugaan keberadaan Negara Islam Indonesia (NII) di Pesantren Al Zaytun.¹⁰ Pun begitu dengan program *talk show*. Singkatnya, meski tidak disebut program agama (*religion program*), televisi menyediakan ruang besar dalam memproduksi *item-item* yang merepresentasikan Islam.

⁹ M-DOCS channel, "FULL MOVIE | EKSPEDISI TO WANA, perjalanan menjumpai Suku Wana di Cagar Alam Morowali Bagian 2" (*YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=wqYvp9BWsO8&t=3s>, diakses 8 Agustus 2024). Konten ini diproduksi oleh tim program *Potret* dan didistribusikan di stasiun *SCTV* secara teresterial pada 2007 di mana penulis merupakan produser, sutradara, dan penulis naskah dari *item* ini.

¹⁰ tvOneNews, "Pengakuan Mengejutkan dari Alumni Al Zaytun Ketika Lulus | Fakta tvOne" (*YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=jqPgIf8yYd0>, diakses 26 Juli 2023).

Keberadaan kata kunci 'Islam' menegaskan keberadaan agama sebagai objek utama dari Studi Agama-agama dalam penelitian ini. Agama merupakan sistem simbol yang menciptakan keadaan mental bebas dari nalar, rasa ketergantungan, dan kepercayaan kepada Yang Maha Tak Terbatas, hingga membentuk konsepsi tentang keberadaan tatanan sosial di masyarakat. Pada abad termutakhir, agama bukan hanya diyakini sebagai pembeda antara manusia yang satu dan manusia yang lain, serta perekat integrasi atau disintegrasi sosial, tapi juga kekuatan besar di tengah pertarungan kapitalisme, komunisme, liberalisme, dan modernisme. Dengan demikian, Islam juga merupakan sistem simbol yang menciptakan keadaan mental bebas dari nalar, rasa ketergantungan, dan kepercayaan kepada Yang Maha Tak Terbatas, hingga membentuk konsepsi tentang keberadaan tatanan sosial di masyarakat.

Islam merupakan kepercayaan monoteisme dan etika, juga salah satu agama Semitik (agama langit yang diturunkan di jazirah Arab), “kira-kira enam abad setelah kedatangan Kristen dan pernah didakwahkan oleh Ibrahim *Alaihis salam* (As) di mana ajarannya tercantum dalam kitab Yahudi dan Kristen”.¹¹ Dalam Islam, “kredo monoteistik ini disebut *syahadat* (kesaksian). Secara eksoteris, *syahadat* mendukung monoteisme absolut, yang pada akhirnya hanya ada satu Realitas Absolut”, atau lengkapnya “percaya dan mengakui keesaan Tuhan dan utusan Muhammad”.¹² Dalam bahasa kaum Muslim, *syahadat* adalah komitmen untuk menerima, percaya, dan yakin, kepada Dzat dengan tingkatan paling tinggi, yakni Allah *Subhanahu wa ta'ala* (Swt) dan utusan-Nya, Muhammad *Shalallahu alaihi wassalam* (Saw).

Rukun Islam merupakan “praktik spiritual dasar yang diwajibkan kepada semua Muslim sebagai tindakan yang mendefinisikan apa artinya menjadi anggota komunitas Muslim dan berkomitmen menjaga keyakinannya, dengan mendirikan

¹¹ Allan Menzies, *Sejarah Agama Agama: Studi Sejarah, Karakteristik dan Praktik Agama-agama Besar di Dunia* (Yogyakarta: Forum, 2017), 251 dan 264.

¹² Mary Pat Fisher dan Robin Rinehart, *Living Religions* (London: Laurence King Publishing, 2017), 383 dan 387.

shalat, menjalankan puasa, membayar zakat, dan menunaikan haji”.¹³ Selain Rukun Islam, kaum Muslim pun diperkenalkan pada Rukun Iman, untuk meyakini adanya Allah Swt sebagai Tuhan yang monoteistik, para Malaikat, al-Quran sebagai kitab suci, Muhammad Saw sebagai rasul-Nya, hari kiamat (akhir), serta *qada* (takdir baik) dan *qadar* (takdir buruk). Pilar ini menghubungkan kaum Muslim pada simbol-simbol agama langit seperti Tuhan, Malaikat, kitab suci, rasul dan nabi, doktrin-doktrin agama, dan pada akhirnya terhubung pada tempat-tempat ibadah semacam masjid, mushala, surau, langgar, hingga Ka’bah di Kota Mekkah.

Pijakan utama atas pilar Islam adalah kitab suci al-Quran dan Hadits (*Sunnah*). “Hati Islam bukanlah Nabi Muhammad Saw tetapi wahyu yang diterimanya dan dihormati sebagai firman Tuhan,” jelas Fisher dan Rinehart.¹⁴ Muhammad Saw menerima wahyu melalui Malaikat Jibril selama 23 tahun, yang berisikan ‘penegasan tentang kesatuan Tuhan dan ancaman bagi yang tidak mengindahkan pesan Tuhan’,¹⁵ sekaligus penyadaran atas eksistensinya sebagai manusia. Di samping itu, kaum Muslim juga menjadikan “abstraksi pemikiran para ulama yang disebut *ijihad* mencakup *qiyas*, *ijma’*, *musalih mursalah*, *istihsan*, dan *istishab*” sebagai sumber hukum.¹⁶

Aspek berikutnya adalah *kekhalifahan*. Secara historis, Islam bukan hanya menjadi obor bagi kawasan Timur Tengah dari kungkungan paham-paham yang bersifat *jahiliyah* (kebodohan). Pada masa ini, Muhammad Saw bersama para sahabat dan pengikutnya juga memberikan pelajaran-pelajaran penting tentang tata kelola pemerintahan (*khilafah*). Bila “ibadah merupakan usaha melakukan orientasi vertikal untuk mendekatkan diri kepada Allah, maka *khilafah* merupakan keharusan kaum Muslim untuk mengelola alam semesta melalui pengembangan konsep kebaikan dan kebajikan”.¹⁷ Sebagaimana Pilar Islam yang menjadikan al-Quran,

¹³ Fisher dan Rinehart, *Living Religions*, 387 dan 376.

¹⁴ Fisher dan Rinehart, *Living Religions*, 381.

¹⁵ Fisher dan Rinehart, *Living Religions*, 381.

¹⁶ M. Ridwan Lubis, *Sejarah Islam di Nusantara: Proses Penyiaran, Pemikiran, dan Keberagaman dalam Pembangunan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2023), 123.

¹⁷ Lubis, *Sejarah Islam di Nusantara*, 31.

Hadits, dan *ijtihad*, sebagai sumber ajaran keagamaan, penataan kekhilafahan pun merujuk pada sumber yang sama.

Bagi kaum Muslim, uraian konsep keislaman di atas menjadi penegasan terkait identitas keislamannya. Dalam praktik-praktik bermasyarakat dan pemerintahan, konsep ini tidak secara otomatis membangun suasana harmonis di antara kaum Muslim atau antara kaum Muslim dan pemeluk agama lain. Dikotomi Islam ideologis dan Islam kultural, yang diikuti perbedaan pemahaman atas Islam, khususnya dari kalangan kaum Muslim sendiri, merupakan salah satu variabel bagi kalangan tertentu untuk ‘bermain-main’ demi mencapai sasaran tertentu. Dalam konteks Indonesia, sifat ‘politik’ menjadi sejarah panjang yang mencatatkan “relasi agama (khususnya Islam) dan politik sejak zaman sebelum kemerdekaan hingga reformasi”.¹⁸ Pada era Orde Baru, kelompok Muslim tertentu ditenggarai menggunakan Islam sebagai instrumen politik untuk meraih kekuasaan yang bisa mengganggu stabilitas nasional.¹⁹ Keberadaan faktor ‘pengikut’ dengan identitas keislamannya membuat Islam menjelajah ke wilayah-wilayah sosiologis, baik atas dasar pertimbangan pemenuhan hasrat duniawi maupun hasrat *ukhrowi*.

Catatan sepanjang enam tahun terakhir membuktikan, televisi mempertontonkan rupa Islam sebagai realitas sosial sesuai ‘selera’ individu atau kelompok masyarakat tertentu. Para individu mewakili dirinya atau kelompoknya dihadirkan sebagai narasumber, untuk berbicara tentang tema-tema politik yang terhubung kepada Islam sesuai pemahamannya dan kepentingannya. *Host* program juga berupaya mengendalikan lalu lintas diskusi, agar *framing* yang menghubungkan persoalan politik dan Islam ini bisa dipertemukan. Hakikat dari Islam sebagai realitas sosial adalah praktik-praktik ibadah atau simbol-simbol identitas keislaman secara mana suka atau cenderung tanpa dilengkapi referensi yang memadai.

¹⁸ Sumanto Al Qurtuby, “Sejarah Politik Politisasi Agama dan Dampaknya di Indonesia” (*MAARIF* Vol. 13 No. 2, 2018), 46.

¹⁹ Al Qurtuby, *Sejarah Politik Politisasi Agama*, 47.

Selain kata kunci 'Islam', 'representasi' merupakan kata kunci terpenting lain dari penelitian ini. Menurut Hall, "representasi merupakan salah satu konsep kunci dari sirkuit budaya yang menghubungkan makna dan bahasa kepada budaya".²⁰ Ilmuwan dari kalangan *cultural studies* ini memberikan tanda khusus kepada kata kunci 'makna', 'bahasa', dan 'sirkuit budaya'. Penjelasan tentang 'makna' mencakup proses penerimaan dan pemaknaan atas penanda menjadi petanda dan pengubahan petanda menjadi bahasa. Proses ini yang dinamakannya sebagai sistem representasi. Sistem ini bukan sekadar proses menerima, mengolah, dan mengubah pesan dalam bentuk verbal atau nonverbal menjadi bahasa berbentuk verbal atau nonverbal, tapi proses ini juga menunjukkan keberadaan proses mental, yang pada akhirnya menghasilkan bahasa sebagai wujud dari representasi.

Barker dan Jane memberikan tanda khusus kepada "kata kunci 'makna' sebagai luaran dari konstruksi sosial dalam wilayah yang disebutnya 'dunia'".²¹ Meski tidak menyebut keberadaan 'bahasa', hakikat konstruksi sosial itu pun tertuju kepada pesan-pesan yang berputar di tengah masyarakat yang dikenal sebagai bahasa. Karena itu, luaran utama atas konstruksi sosial itu berupa bahasa. Sementara Ghosh memaknai representasi sebagai "penggambaran dan pemberian makna atas sesuatu yang sudah ada secara visual dan lisan pada suatu periode sejarah".²² Seperti juga Hall, Barker, dan Jane, Ghosh juga memberikan perhatian khusus kepada kata kunci 'makna'. Konsep kunci tambahan dari pernyataan Ghosh adalah 'periode sejarah' sebagai batasan dari peristiwa atau momen.

Kata kunci 'bahasa' merupakan petanda atau rupa dari hasil dari proses mental yang merepresentasikan pengetahuan dan pengalaman. Sementara 'sirkuit budaya' menunjukkan lokus peristiwa representasi yang didasarkan pengetahuan dan pengalaman dari masing-masing individu.

²⁰ Stuart Hall, Jessica Evans, dan Sean Nixon (ed), *Representation (Second Editon)* (London: Sage Publications, 2003), 1 dan 15-16.

²¹ Christ Barker dan Emma A. Jane, *Kajian Budaya: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), 15.

²² Sanjukta T. Ghosh, "Politics of Representation" (*The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender Sexuality Studies*, 2016), 1.

Di tingkat operasional, Hall memperkenalkan tiga pendekatan untuk memahami rupa representasi, yakni "reflektif, intensional, dan konstruksionis atau konstruktivis".²³ Pendekatan reflektif merupakan cerminan dari objek, orang, ide, atau peristiwa dalam bentuk visual dan lisan yang mengacu kepada keyakinan dan kesepakatan dari sebagian besar masyarakat. Pendekatan intensional merupakan konvensi atau kesepakatan di antara para pelaku komunikasi terkait objek, orang, ide, atau peristiwa dalam bentuk visual dan lisan yang mengacu pada keyakinan dan kesepakatan dari pelaku komunikasi pada waktu atau *setting* peristiwa tertentu. Sementara pendekatan konstruksionis merupakan konstruksi terkait objek, orang, ide, atau peristiwa dalam bentuk visual dan lisan yang mengacu pada kecenderungan penerimaan oleh masyarakat pada waktu atau *setting* peristiwa tertentu. Artinya, makna dibentuk berdasarkan realitas yang diperlihatkan oleh masyarakat pada periode tertentu.

Salah satu pijakan dari teori representasi adalah teori *culture industry* yang menysasar kepada persoalan identitas, manajemen, teknologi, dan dampak. Konsep penting dari teori ini diperlihatkan melalui pernyataan, "bisnis dibuat menjadi ideologi untuk membenarkan sampah yang sengaja dihasilkan dan gencar memiskinkan nilai-nilai estetika".²⁴ Contoh nyatanya adalah praktik-praktik industrial dalam kegiatan film, radio, dan televisi di mana luaran dari ketiganya tidak lagi dikategorikan sebagai seni lantaran abai terhadap persoalan estetika. Identitas *culture industry* adalah bisnis, ideologinya bisnis, dan capaian-capaiannya adalah bisnis.

Untuk menggerakkan nilai-nilai bisnis ini, *culture industry* menjalankan pola manajemen, dengan "standar yang didasarkan pada kebutuhan konsumen dan luaran berupa lingkaran manipulatif dan retroaktif, penggunaan teknologi yang mendukung proses standarisasi dan produksi massal, dan abai atas perbedaan antara

²³ Hall, Evans, dan Nixon (ed), *Representation (Second Editon)*, 24-26.

²⁴ Theodor Adorno dan Max Horkheimer, "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" (*Marxist Internat Archive*, <https://www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm>, diakses pada 11 Juli 2024), 1-25.

logika kerja dan logika sistem sosial”.²⁵ Konsep kunci atas pernyataan ini adalah standarisasi kebutuhan konsumen melalui teknologi yang ditujukan bagi produksi massal, dan ketidakpedulian atas logika kerja yang mengarah pada capaian berdasarkan nilai-nilai estetis. Contoh nyata dalam pernyataan ini terlihat dari industri film di mana Hollywood berhasil menjadikan dirinya sebagai kiblat perfilman, dengan keberhasilan menjalankan standar kreativitas tanpa batas, produksi berteknologi tinggi, dan pola pemasaran tercanggih. Pada akhirnya, para produser dan pembuat film dari pelosok dunia mana pun harus menyandarkan pengetahuan dan keterampilannya kepada perfilman Amerika Serikat. Padahal, masyarakat film di Eropa, bahkan Asia Timur, memiliki kualitas produksi yang tidak kalah cemerlangnya.

Tiga pendekatan dari teori representasi merupakan instrumen dalam membaca pesan-pesan yang berkembang dalam program *talk show* dari stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* pada Pilpres 2024. Pilihan atas objek penelitian ini didasarkan kepada pengamatan atas program *talk show* dari sejumlah stasiun televisi nasional sepanjang 2023. Persisnya, program *talk show* yang dicurigai merepresentasikan Islam. Sepanjang kurun ini, stasiun *tvOne* menyajikan 15 *item* melalui program *Catatan Demokrasi*, *Dua Sisi*, dan *Indonesia Lawyers Club* (ILC); dan stasiun *CNN Indonesia* menyajikan lima program *item* melalui program *Political Show*, *Kabinet Bayangan*, dan *Pilihan Indonesia*. Pada akhirnya, pilihan ditujukan kepada program *Catatan Demokrasi* episode *Heboh Ganjar di Tayangan Azan*, *Politik Identitas Jadi Gunjingan* (*tvOne*)²⁶ dan program *Political Show* episode *Safari Politik Anies Kena Semprit Bawaslu* (*CNN Indonesia*)²⁷. Alasannya, *pertama*, kedua program memiliki indikasi kuat menyajikan teks yang mengarah

²⁵ Adorno dan Horkheimer, *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, 1-25.

²⁶ *tvOneNews*, “[LIVE] Heboh! Ganjar di Tayangan Azan, Politik Identitas Jadi Gunjingan | Catatan Demokrasi *tvOne*” (*YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=UCfb3LJQgm8>, diakses 2 September 2024).

²⁷ *CNN Indonesia*, “Safari Politik Anies Kena Semprit Bawaslu | Political Show (Full)” (*YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=XsVM5gWde5g&t=61s&pp=ygUkc2FmYXJpIGFuaWVzIGJhd3dlZGFuIHBvbG10aWNhbCBzaG93>, diakses 3 September 2024).

kepada representasi Islam. *Kedua*, kedua program memiliki kecenderungan untuk menyajikan tontonan yang sekadar hiburan. *Ketiga*, kedua program berasal dari stasiun televisi yang memiliki afiliasi berbeda, stasiun *tvOne* terhubung kepada petinggi Partai Golkar dan stasiun *CNN Indonesia* terhubung dengan jaringan televisi internasional. Ketiga alasan ini berpotensi menyajikan perlakuan terhadap Islam secara berbeda, sekaligus menjadi potret televisi di Tanah Air dalam membicarakan Islam.

Kedua program diproduksi dan didistribusikan dari studio, melintasi menara transmisi, hingga dikonsumsi oleh khalayak secara lintas *platform*. Lengkapnya, masing-masing program bersama iklan-iklan televisi (TVC) pada slot *commercial break* ditransmisikan secara teresterial atau di-*streaming* melalui *platform over the top* (OTT) semacam *Vidio* atau *Vision+* secara *live*; juga masing-masing program tanpa iklan-iklan televisi (TVC) pada slot *commercial break* di-*streaming* melalui *YouTube* versi *live* dan versi *master edit*. Pada program versi *streaming* secara *live*, slot *commercial break* digantikan *still graphic* yang bertuliskan bahwa program masih berlangsung. Sementara pada program versi *master edit*, tidak ada *still graphic* yang bertuliskan bahwa program masih berlangsung. Meski demikian, pada slot tertentu dari kedua versi akan diperlihatkan juga iklan-iklan *audio-visual* milik *YouTube*. Secara kandungan, baik program yang disiarkan secara teresterial, *streaming* secara *live* di *platform* berbayar dan *YouTube*, maupun *streaming* berupa *master edit* di *YouTube* tidak berbeda. Untuk kebutuhan penelitian ini, data primer bersumber dari unduhan dari *streaming* secara *live*.

Seluruh uraian di atas menggambarkan keberadaan Islam sebagai realitas sosial yang ditarik-tarik dalam kepentingan-kepentingan politis, persisnya terkait identitas keislaman dari calon pemimpin yang bersiap-siap mengikuti kontestasi; dan keberadaan televisi dalam memproduksi dan mendistribusikan makna yang merepresentasikan Islam. Kedua momen ini berujung kepada pertanyaan besar, bagaimana representasi Islam dalam program-program *talk show* dari televisi pada Pemilihan Presiden 2024?

B. Fokus Penelitian

‘Representasi Islam di televisi’ merupakan fokus penelitian ini. Kalimat tersebut merupakan paduan tiga kata kunci, yakni ‘representasi’, ‘Islam’, dan ‘televisi’. Tiga pendekatan representasi, yakni reflektif, intensional, dan konstruksionis merupakan instrumen dalam membaca pesan-pesan dalam program *talk show* stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia*. Persisnya, setahun menjelang penyelenggaraan Pemilihan Presiden 2024. Beranjak dari kalimat tersebut juga memunculkan tiga pertanyaan besar terkait kegiatan penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana representasi Islam pada program *talk show* di stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 secara reflektif?
2. Bagaimana representasi Islam pada program *talk show* di stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 secara intensional?
3. Bagaimana representasi Islam pada program *talk show* di stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 secara konstruksionis?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis praktik-praktik televisi dalam mempertontonkan dan mendefinisikan Islam sebagai realitas sosial, sekaligus memperlihatkan potret televisi di Tanah Air dalam membicarakan Islam. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis atas representasi Islam pada program *talk show* di stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 menurut pendekatan reflektif; representasi Islam pada program *talk show* di stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 menurut pendekatan intensional; dan representasi Islam pada program *talk show* di stasiun *tvOne* dan stasiun *CNN Indonesia* dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 menurut pendekatan konstruksionis; sekaligus menggerakkan respon kritis atas representasi Islam di televisi.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Pertama, penelitian-penelitian dengan pendekatan Studi Agama-agama, khusus Agama dan Media, terbilang tengah berkembang. Karena itu, masih dibutuhkan pengembangan dalam mengungkap realitas atas fenomena-fenomena keagamaan yang diperlihatkan oleh media. Manfaat akademis atas penelitian ini adalah sumbangsih pemikiran dan temuan-temuan bagi dunia akademis, khususnya Studi Agama-agama.

Kedua, dinamika kehidupan sosio-kultural yang diperlihatkan konten-konten media berkembang sangat pesat. Media memberikan pengaruh besar dalam membentuk simbol-simbol dan makna terbaru yang merepresentasikan dinamika kehidupan sosio-kultural, sekaligus memberikan pengaruh besar dalam membentuk cara hidup dan budaya termutakhir. Manfaat praktis atas penelitian ini adalah sumbangsih pemikiran dan temuan-temuan bagi dunia penelitian di mana temuan-temuan ini menjadi dorongan untuk melakukan penelitian kelanjutan. Selain itu, temuan-temuan ini juga diharapkan mampu mendorong kalangan industri media, khususnya televisi, untuk meningkatkan kualitas produksi makna dan bahasa terkait representasi Islam. Lebih jauh lagi, temuan-temuan ini juga mampu membangun kesadaran masyarakat atas kekeliruan atau kedangkalan dari konten-konten yang terhubung kepada simbol-simbol identitas keislaman di televisi.

E. Landasan Pemikiran

Pijakan teoritis penelitian ini dimulai dari teori-teori yang terhubung kepada agama, yakni sistem simbol yang menciptakan keadaan mental bebas dari nalar, rasa ketergantungan, dan kepercayaan kepada Yang Maha Tak Terbatas, hingga membentuk konsepsi tentang keberadaan tatanan sosial di masyarakat. Pada abad termutakhir, agama bukan hanya diyakini sebagai pembeda antara manusia yang satu dan manusia yang lain, serta perekat integrasi atau disintegrasi sosial, tapi juga

kekuatan besar di tengah pertarungan kapitalisme, komunisme, liberalisme, dan modernisme.

Keberadaan frasa 'kekuatan besar' ini membuat agama senantiasa ditarik-tarik ke berbagai kepentingan sosio-kultural, khususnya dunia politik. Dalam konteks penelitian ini, agama yang dipaksakan menjadi bagian dari pertarungan politik dan kepentingan media adalah Islam, yakni entitas monoteisme dan etika dengan sejarah Semitik; doktrin keyakinan dan simbol-simbol spiritual yang terkandung dalam Rukun Islam dan Rukun Iman; sumber ajaran dan hukum berupa kitab suci al-Quran, Hadits (*Sunnah*), dan ijtihad; serta praktik-praktik bermasyarakat dan pemerintahan (*khilafah*).

Selain teori-teori agama dan Islam, penelitian ini pun terhubung kepada teori kritis sebagai paradigma penelitian, teori *culture industry*, dan teori representasi. Teori kritis adalah "produk pengetahuan dari sekelompok ilmuwan neo-Marxis Jerman yang tidak puas terhadap teori Marxian, serta kritik terhadap positivistik, sosiologi, kritik terhadap masyarakat modern, kritik terhadap *culture industry*, dan kritik terhadap industri pengetahuan".²⁸ Kritik terhadap *culture industry* dijelaskan oleh Adorno dan Horkheimer yang menysasar kepada pemahaman bahwa "bisnis dijadikan ideologi dan manajemen digerakkan dengan standar kebutuhan konsumen yang bersifat manipulatif dan retroaktif, penggunaan teknologi untuk proses standarisasi dan produksi massal, dan abai atas perbedaan antara logika kerja dan logika sistem sosial".²⁹ Konsep kunci atas pernyataan ini adalah standarisasi kebutuhan konsumen melalui teknologi yang ditujukan bagi produksi massal, dan ketidakpedulian atas logika kerja yang mengarah pada capaian berdasarkan nilai-nilai estetis.

Teori *culture industry* merupakan kritik Adorno dan Horkheimer atas identitas palsu *culture industry*, keruntuhan prinsip-prinsip idealisme mimpi, dan kegembiraan dalam menikmati sampah-sampah daur ulang. Dampak terbesar dari

²⁸ George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Prenada Media, 2010), 103 dan 104-112.

²⁹ Adorno dan Horkheimer, *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, 1-25.

praktik-praktik *culture industry* adalah “lingkaran manipulatif dan retroaktif, nilai-nilai seni yang mengancurkan mimpi, membentuk manusia sebagai jenis yang tanpa henti direproduksi, dan membentuk wilayah ekonomi yang mendominasi”.³⁰ Operasionalisasi dari praktik-praktik yang menerapkan teori *culture industry* ‘dibedah’ dengan pendekatan-pendekatan dari teori representasi.

”Representasi merupakan salah satu konsep kunci dari sirkuit budaya yang menghubungkan makna dan bahasa kepada budaya,” tegas Hall.³¹ Konsep ‘makna’ mencakup proses yang melibatkan proses pengolahan penanda berupa objek, orang, ide, dan peristiwa, menjadi konsep yang terhubung kepada pengetahuan dan pengalaman dan pengubahannya menjadi petanda-petanda berupa bahasa. Kedua proses menegaskan keberadaan proses mental pelaku komunikasi saat menerima dan mengolah penanda menjadi petanda, sekaligus mengubahnya menjadi bahasa. Pengertian ini memberikan pemahaman bahwa proses perepresentasian melibatkan proses mental dari pelaku komunikasi sebagai proses alami. Luaran berupa bahasa inilah yang dimaksud sebagai representasi.

Di tingkat operasional, Hall memperkenalkan tiga pendekatan dari teori representasi, yakni ”reflektif, intensional, dan konstruksionis atau konstruktivis”.³² Pendekatan reflektif merupakan cerminan dari objek, orang, ide, atau peristiwa dalam bentuk visual dan lisan yang mengacu pada keyakinan dan kesepakatan dari sebagian besar masyarakat. Pendekatan intensional merupakan konvensi atau kesepakatan di antara para pelaku komunikasi terkait objek, orang, ide, atau peristiwa dalam bentuk visual dan lisan yang mengacu pada keyakinan dan kesepakatan dari pelaku komunikasi pada waktu atau *setting* peristiwa tertentu. Sementara pendekatan konstruksionis merupakan konstruksi terkait objek, orang, ide, atau peristiwa dalam bentuk visual dan lisan yang mengacu pada kecenderungan penerimaan oleh masyarakat pada waktu atau *setting* peristiwa tertentu.

³⁰ Adorno dan Horkheimer, *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, 1-25.

³¹ Hall, Evans, dan Nixon (ed), *Representation (Second Editon)*, 15-16 dan 1.

³² Hall, Evans, dan Nixon (ed), *Representation (Second Editon)*, 24-26.

Dalam bahasa berbeda, Altheide dan Snow menyebut situasi semacam proses representasi di atas sebagai logika media (*media logic*) di mana "ia merupakan pusat dari proses konstruksi sosial realitas oleh individu dan lembaga yang mengatur dan mengodekan pesan yang berbeda dibandingkan pesan lain".³³ Lebih jauh lagi, "atas nama konteks sosial, ekonomi, dan kemajuan teknologi, media sangat memungkinkan untuk memberikan makna apa pun kepada pesan-pesan yang didesainnya".³⁴ Konsep ini juga bisa diasumsikan sebagai pendefinisian ulang atas situasi rutinitas media dari Model Hierarki Pengaruh di mana ketergesa-gesaan dan situasi serba cepat di ruang redaksi memaksa para produser, untuk terbiasa memproduksi dan mendistribusikan pesan selekas-lekasnya sebagai rutinitas (seakan tanpa mempertimbangkan dampak dari apa-apa yang dikerjakannya). Baik proses representasi, rutinitas media, maupun logika media memiliki kesamaan berupa kuasa untuk menyajikan konten apa pun berdasarkan pemahaman dan kepentingannya, bukan pemahaman dan kepentingan khalayak. Poin terpenting dari pernyataan ini adalah keberadaan media sebagai aktor komunikasi dan bukan khalayak.

Muara atas proses representasi, rutinitas media, atau logika media dari penelitian ini pun mengungkapkan situasi yang digambarkan oleh Couldry sebagai *media ritual*, redefinisi dari gagasan Dayan dan Katz soal *media events* atau "pentransmisian atau mediasi peristiwa di suatu tempat ke tempat-tempat privat yang menempatkan pemiliknya sebagai bagian dari peristiwa".³⁵ Dalam konteks *media ritual*, Couldry menambahkan konsep-konsep bernuansa agamis dari pernyataannya, yakni "keadaan yang menghubungkan masyarakat dengan situs-situs yang memiliki 'waktu khusus' untuk menyajikan sesuatu yang istimewa, universal, dan mewakili realitas sosial, serta membangun kebiasaan masyarakat

³³ David L. Altheide dan Robert P. Snow, *Media Logic*, (London: SAGE Publications, 1979 dalam *ResearchGate*, https://www.researchgate.net/publication/313386386_Media_Logic, diakses 9 Mei 2025).

³⁴ Altheide dan Snow, *Media Logic*.

³⁵ Dayan dan Katz dalam Nick Couldry, *Media Ritual: A Critical Approach*, (New York: Routledge, 2003), 58.

untuk menziarahi tempat-tempat tersebut”.³⁶ Pada era posmodernitas di mana teknologi digital memiliki kuasa penuh untuk menggenggam kehidupan masyarakat dunia, konsep *‘ritual’* ini dilengkapi fungsi “memediasi pengungkapan diri” layaknya tradisi pengakuan dosa dari kaum Katolik di bilik pengakuan dosa.³⁷

Gambaran singkat di atas menjelaskan identitas lama dan baru televisi sebagai objek penelitian di mana pada era internet ini khalayak dapat menikmati konten-konten dan iklan televisi persis seperti ritual pada masa sebelum ini dan mereka pun dapat melakukannya pada waktu yang dipilihnya, memiliki kesempatan untuk menunda, atau menyaksikannya berulang-ulang melalui akun di *platform* yang mendokumentasikan acara tersebut. Artinya, penonton memiliki ruang dan waktu yang tidak terbatas untuk memahami kandungan atau dimensi-dimensi dari acara. Termasuk, untuk memahami konten-konten yang merepresentasikan Islam. Pada bagian ini, bisa dikatakan, penelitian ini berpotensi besar untuk mengontribusikan pemikiran dan temuan-temuan yang signifikan, baik secara teoritis bagi dunia akademis, secara praktis bagi dunia industri, maupun secara sosial.



³⁶ Couldry, *Media Ritual*, 3, 75, dan 95.

³⁷ Couldry, *Media Ritual*, 115.