

**ANALISIS WACANA KRITIS PAHAM KEAGAMAAN
PROGRAM ACARA MUTIARA PAGI RRI PURWOKERTO
TAHUN 2019**



IAIN PURWOKERTO

Disusun dan diajukan kepada Pascasarjana IAIN Purwokerto

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar

Magister Sosial
IAIN PURWOKERTO

Disusun Oleh:

Muhammad Ridwan

1617641007

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO
TAHUN 2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media saat ini secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, Pertama media arus utama, yaitu televisi, radio dan Koran. Kedua, media alternatif, yaitu media online, media sosial dan lainnya. Media alternatif akhir-akhir ini menjadi media baru yang digemari oleh masyarakat. Salah satu indikatornya adalah banyaknya pengguna media alternatif yang tumbuh sangat cepat. Pada tahun 2013 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) merilis bahwa pengguna internet di Indonesia saat itu mencapai 63 juta orang.¹ Survei terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 mengungkapkan bahwa data pengguna internet di Indonesia berada diangka 132,7 juta jiwa. Survei itu menunjukkan bahwa pria menjadi pengguna internet paling tinggi meski angkanya tidak signifikan yaitu 51,8 persen, sedangkan wanita hanya 48,2 persen.²

IAIN PURWOKERTO

¹ Diambil dari <https://kominfo.go.id> , diunduh pada hari Senin, 8 Januari 2018 pada pukul 09.30 WIB. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Menurut data dari Webershandwick, perusahaan public relations dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat mobile per harinya. Pengguna Twitter, berdasarkan data PT Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global. Twitter menjadi salah satu jejaring sosial paling besar di dunia sehingga mampu meraup keuntungan mencapai USD 145 juta. Produsen di jejaring sosial adalah orang-orang yang telah memproduksi sesuatu, baik tulisan di Blog, foto di Instagram, maupun mengupload video di Youtube. Kebanyakan pengguna Twitter di Indonesia adalah konsumen, yaitu yang tidak memiliki Blog atau tidak pernah mengupload video di Youtube namun sering update status di Twitter dan Facebook. Selain Twitter, jejaring sosial lain yang dikenal di Indonesia adalah Path dengan jumlah pengguna 700.000 di Indonesia. Line sebesar 10 juta pengguna, Google+ 3,4 juta pengguna dan Linkedlin 1 juta pengguna. Sangat disayangkan apabila perkembangan dan kemajuan teknologi internet ini hanya digunakan untuk sekadar update status atau juga saling menimpali komentar atau foto yang diunggah ke Facebook dan Twitter.

² Diambil dari <http://goukm.id/data-pengguna-internet-di-indonesia-2016/>, diunduh pada hari Senin, 8 Januari 2018 pada pukul 10.00 WIB



IAIN PURWOKERTO

Perkembangan media saat ini diakui atau tidak sudah berdampak kepada akses informasi yang sangat mudah dan cepat, karena setiap media memiliki semangat untuk menyampaikan informasi dan mengontrol sosial. Media mempunyai keberdayaan untuk mewacanakan peristiwa yang terjadi. Alat yang digunakan adalah bahasa dan wacana. Bahasa merupakan alat untuk berkomunikasi. Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri.³ Bahasa merupakan media komunikasi yang mengandung makna untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. pesan yang dimaksudkan oleh pembicara bisa dipahami dan dimengerti oleh pendengar atau lawan bicara melalui bahasa yang diungkapkan. Menurut Chaer bahasa adalah sebuah sistem lambang, berupa bunyi, bersifat arbitrer, produktif, dinamis, beragam, dan manusiawi. Sebuah bahasa mempunyai kaidah atau pola tertentu yang sama.⁴

Sedangkan istilah wacana berasal dari bahasa Sansekerta yang bermakna “ucapan atau tuturan”. Wacana dipadankan dengan istilah *discourse* dalam bahasa Inggris dan *le discours* dalam bahasa Prancis. Kata tersebut berasal dari bahasa Yunani *discursus* yang bermakna “berlari ke sana ke mari”.⁵ Wacana adalah kesatuan yang tatarannya lebih tinggi atau sama dengan kalimat, terdiri atas rangkaian yang membentuk pesan, memiliki awal dan akhir. Hal tersebut hampir sama seperti yang diungkapkan oleh Carlson bahwa wacana merupakan rentangan ujaran yang berkesinambungan⁶. Rentangan ujaran inilah yang nantinya menjadi tujuan media untuk mewacanakan setiap peristiwa yang terjadi.

Media selain digunakan sebagai sarana penyampaian berita dan informasi, akhir-akhir ini marak bermunculan media dengan fungsi utama sebagai media dakwah. Bahkan media konvensional yang berideologi kapitalis mulai menggarap program-program dakwah untuk mendapatkan keuntungan finansial, karena program-program yang berkaitan dengan dakwah cukup laris dipasaran.

³ Depdiknas, *Kurikulum Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Pusat Kurikulum Badan Penelitian dan Pengembangan Depdiknas, 2001), hlm. 88

⁴ Abdul Chaer dan Leonie Agustina, *Sosiolinguistik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm.11

⁵ Sudaryat, *Makna dalam Wacana*, (Bandung: CV Yarma Widya, 2008), hlm. 110

⁶ Tarigan, Henry Guntur, *Pengkajian Pragmatik*. (Bandung: Angkasa, 2009), hlm. 22

Fenomena ini tidak hanya terjadi pada media televisi namun juga pada media radio. Bahkan banyak dari sebagian organisasi Islam yang sengaja mendirikan radio sebagai media dakwah. Nahdlatul Ulama memiliki radio NU, Muhammadiyah memiliki Radiomu, FPI memiliki radio FPI dan lain sebagainya. Alasan utama menjadikan radio sebagai media dakwah karena radio dianggap sebagai media yang mampu menyampaikan pesan dakwah secara luas. Maka tidak heran jika banyak lembaga keagamaan yang mendirikan stasiun radio untuk tujuan berdakwah.

Di antaranya pertimbangan klasik menyangkut keunggulan radio, seperti dirinci oleh Onong Uchjana Effendy⁷, *Pertama*, Radio bersifat langsung, guna mencapai sasarnya tidak perlu mengalami proses yang kompleks atau rumit. Ini berbeda dengan surat kabar yang harus melalui proses cetak-mencetak dan distribusi jaringan pengecer sebelum sampai ke tangan pelanggan. *Kedua*, Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan. Bagaimanapun jauhnya sasaran khalayak, sepanjang lokasinya masih terjangkau oleh frekuensi gelombang radio, informasi radio dapat disampaikan secara serentak dan seketika. Aktualitas radio termasuk yang tertinggi di antara media komunikasi massa lainnya. *Ketiga*, Radio siaran memiliki daya tarik yang kuat. Daya tarik tersebut muncul dari kombinasi musik, narasi vokal dan efek suara yang terwujud lewat suara penyiar, lantunan musik, talk show radio, drama radio, kuis dan lain-lain

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi, diferensiasi dan spesifikasi media komunikasi massa pun kian menajam. Muncul keunggulan lain dari masing-masing media, demikian pula dengan radio, yaitu sifatnya yang personal, lokal, kompak, rileks dan sederhana. *Pertama*, Radio bersifat personal, dalam arti mampu menimbulkan keakraban dengan pendengarnya, menumbuhkan ikatan emosional yang bersifat pribadi, mengikis jarak antara lembaga dengan khalayak lewat interaksi yang bersifat langsung dan timbal balik. Sifat personal radio juga muncul akibat segmentasi khalayak yang tajam, terwujud antara lain lewat sapaan akrab penyiar dengan pendengarnya dan

⁷Santi Indra Astuti, *Pemanfaatan Radio sebagai Media Dakwah, Jawaban atas Tantangan Berdakwah di era Globalisasi*, (Bandung: Jurnal Mediator, 2010), Hlm. 244

program-program yang dirancang melalui pendekatan psikografi dan demografi khalayak secara tajam. *Kedua*, Radio bersifat lokal, berfungsi memperkuat ikatan personal antara pendengar dan lembaga. Di sisi lain memudahkan pendekatan penyampaian informasi dalam berbagai bentuk karena dikemas dalam bungkus 'membumi'. Atau dalam prakteknya, dikemas dalam bahasa yang sesuai dengan lingkungannya. *Ketiga*, Radio bersifat kompak (compact), mudah dioperasikan oleh siapa saja, bersifat portable, mudah dipindahkan ke mana-mana, relatif tidak menghabiskan tempat atau membebani orang yang membawanya, dan murah dengan harga relatif terjangkau. Kemajuan dunia elektronika kini juga menghadirkan radio seukuran saku dengan fungsi yang bisa dikombinasikan dengan perangkatperangkat lain seperti lampu berkemah, tape recorder, walkman dan bahkan televisi. *Keempat*, Radio bersifat rileks. Radio tidak mengharuskan pendengarnya meluangkan waktu secara khusus untuk menikmatinya. Sambil menyimak radio orang masih bisa melakukan pekerjaan lain karena tidak dibutuhkan konsentrasi tinggi untuk mendengarkan radio. Ini berbeda dengan karakteristik media massa lain. Untuk membaca koran dan menyaksikan siaran televisi, misalnya, seseorang bahkan harus berkonsentrasi dan meluangkan waktu secara khusus. Menyetir mobil sambil mendengarkan radio adalah sesuatu yang lazim dan tidak berbahaya bila dilakukan. Namun menyetir mobil sambil membaca koran atau menonton televisi akan lain halnya dan konsekuensinya. *Kelima*, Radio bersifat sederhana. Simple, baik secara kelembagaan maupun dalam rangkaian proses produksi dari mulai penggarapan acara hingga ke pengudaraan program-programnya. Ini menguntungkan dari segi birokrasi administrasi, waktu dan biaya dibandingkan dengan media massa lainnya.

Independen dan objektif merupakan kata kunci yang menjadi kiblat dan klaim setiap media di seluruh dunia. Tak terkecuali media radio yang berorientasi pada kegiatan dakwah. Setiap media selalu menyatakan dirinya telah bertindak objektif, seimbang, dan tidak berpihak pada kepentingan apapun kecuali keprihatinan atas hak masyarakat untuk mengetahui kebenaran.⁸

⁸Eriyanto, *Analisis Framing konstruksi, ideology dan politik media*, (Yogyakarta:LKiS Yogyakarta, 2009), Hal. III

Namun dalam kelanjutan berikutnya dakwah melalui radio dianggap kurang independen dan objektif. Hal ini disebabkan karena setiap golongan dalam Islam berlomba-lomba untuk menyampaikan ideologinya. Hal ini tidak terlepas dari watak dasar masyarakat beragama. Said Aqil Siraj, Ketua Umum PBNU mengatakan bahwa watak dasar masyarakat beragama adalah menganggap apa yang dilakukan agamanya benar dan cenderung menganggap apa yang dilakukan agama lain tidak benar. Dalam bahasa sosiologi agama, watak dasar untuk selalu menganggap benar apa yang diyakini (ortodoksi) dan yang dipraktikkan (ortopraksi) tersebut dikenal dengan *truth claim* (klaim kebenaran). Klaim kebenaran inilah yang menjadi karakteristik dan identitas suatu agama. Inilah yang kemudian melahirkan kristalisasi iman dan kecintaan terhadap suatu agama yang diyakininya, sehingga mendorong timbulnya minat untuk mempelajari, mengamalkan dan menyebarkan ajaran-ajarannya, bahkan mempertahankan eksistensinya.⁹

Menurut Khamami Zada, ada tiga varian komunitas muslim dalam memahami teks agama. Cara pandang terhadap agama (Islam), yakni eksklusif, inklusif, dan pluralis.¹⁰ Ketiga model pemahaman keagamaan ini yang pada gilirannya akan mempengaruhi materi keagamaan yang disampaikan dalam radio. Di antara ketiga varian tersebut, paham eksklusif yang nantinya akan menjadi problem dalam menciptakan masyarakat multi kultural yang menekankan kesederajatan dalam perbedaan kebudayaan, karena paham eksklusif hanya memandang agamanya yang paling benar, yang lain salah dan harus ditiadakan.

Materi-materi yang disampaikan melalui media radio sudah melalui beberapa penyaringan. Penyaringan ini berdasarkan paham ideologi yang dipegang oleh radio tersebut. Media sudah mengkonstruksi sedemikian rupa

⁹Lihat dalam, Supani, *Metode Istibat hukum A. Hassan dan Sirajuddin Abbas Dalam Masyarakat Tradisi keagamaan Masyarakat Muslim Indonesia*, Disertasi Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, hal. 40-41

¹⁰Khamami Zada, "Pemahaman Keagamaan Kelompok Islam Radikal Terhadap Pengembangan Multikulturalisme," dalam *Istiqro'*, hal. 6.

realitas.¹¹Tak terkecuali media radio. Dakwah melalui radio menjadi pengembang biakan sekat-sekat antar golongan dalam Islam. Setiap golongan berlomba-lomba untuk menyampaikan ideologinya melalui media radio. Materi keagamaan yang diangkat sangat berkaitan dengan ideologi masing-masing radio. Radio menjadi jalan untuk mencapai kepentingannya. Setiap golongan berlomba-lomba untuk menyampaikan ideologinya melalui media. Tarik-menarik kepentingan pada dasarnya berlangsung di ruang publik (*publicspace/sphere*), berupa perebutan posisi dominan.

Melihat permasalahan media sebagai alat untuk berdakwah, ada hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam terkait dengan lembaga pemersatu bangsa yaitu Radio Republik Indonesia yang terletak di Purwokerto yang secara konten penyiaran harus menyajikan konten pemersatu. Namun jika ditelusuri lebih dalam, ada sebuah acara yang menyajikan secara khusus konten-konten Islam, yaitu program acara mutiara pagi. Acara ini diselenggarakan setiap hari senin sampai ahad, mulai pukul 05-05.54 WIB di saluran 93.1 FM RRI Purwokerto. Pengamatan awal peneliti dengan cara mendengarkan siaran mutiara pagi memperoleh data bahwa narasumber yang didatangkan dalam acara ini berasal dari tokoh-tokoh Islam dari berbagai organisasi kemasyarakatan, ada yang dari NU, Muhammadiyah dan Al Isyad. Hal ini menarik untuk dikaji lebih dalam, apakah RRI Purwokerto sebagai radio pemersatu dalam acara mutiara pagi konten yang disampaikan kepada masyarakat berpaham eksklusif, inklusif atau pluralis.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas peneliti akan mengambil batasan dan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa wacana paham keagamaan yang berkembang di program acara Mutiara Pagi Pro 1 RRI Purwokerto?
2. Bagaimana Wacana Paham Keagamaan Siaran Program Mutiara Pagi Pro 1 RRI Purwokerto tahun 2019?

C. Tujuan Penelitian

¹¹ Eriyanto, *Analisis Framing konstruksi, ideology dan politik media*, (Yogyakarta : LKiS Yogyakarta, 2009), hlm. 2

1. Mengetahui Wacana Paham Keagamaan Siaran Program Mutiara Pagi Pro 1 RRI Purwokerto tahun 2019
2. Mengetahui Bagaimana Wacana Paham Keagamaan Siaran Program Mutiara Pagi Pro 1 RRI Purwokerto tahun 2019

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah pengetahuan yang berkaitan dengan program dakwah melalui media radio.
 - b. Menunjukkan bahwa media radio merupakan salah satu media persuasi yang memiliki nilai yang signifikan dan efisien untuk menyampaikan wacana ideologi tertentu. Disinilah program dakwah dikemas semenarik mungkin untuk mempengaruhi efektifitas penyampaian pesan.
2. Secara Praktis
 - a. Memperluas cakrawala pengetahuan tentang program siaran dakwah melalui media radio bagi peneliti secara khusus dan masyarakat secara umum.
 - b. Sebagai alat control terhadap siaran RRI Purwokerto agar senantiasa memberikan konten pemersatu bangsa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis sangat penting karena mempunyai fungsi untuk menyatakan garis-garis besar dari masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan.

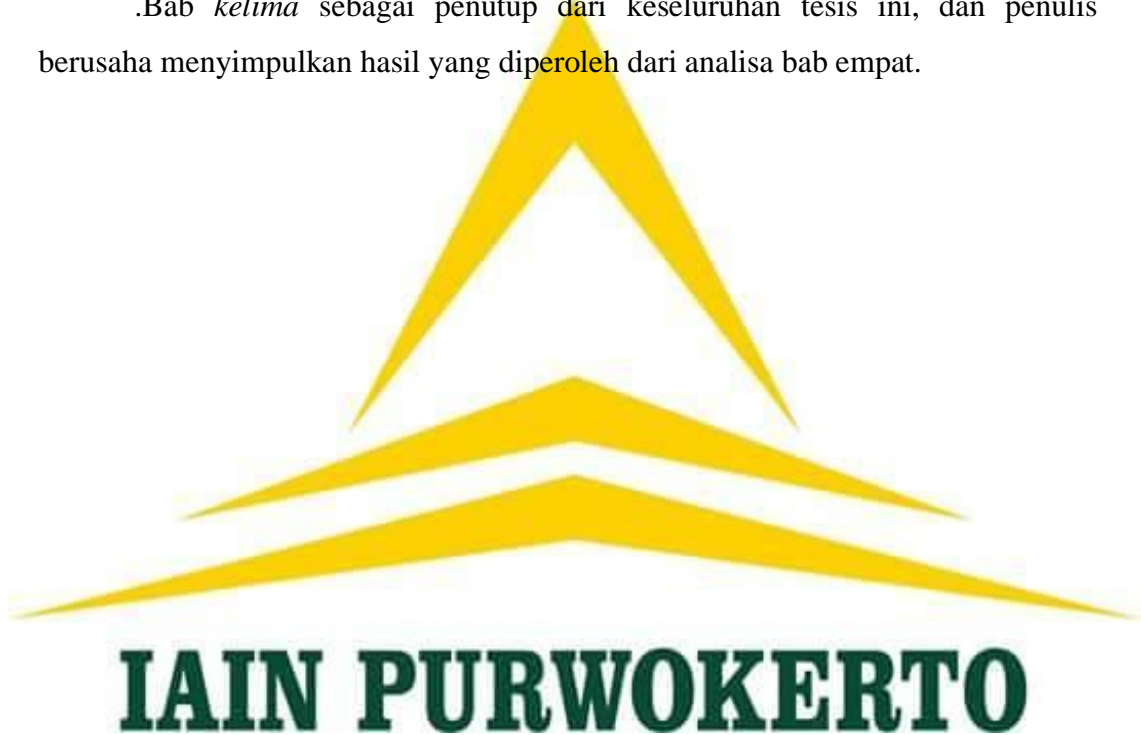
Bab *Pertama*, sebagai pembuka sekaligus sebagai pendahuluan. Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, pokok permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta tinjauan pustaka.

Bab *Kedua*, merupakan kerangka teoritik. Dalam kerangka teoritik ada tiga hal utama pokok pembahasan. Pertama tentang paham keagamaan eksklusif. Kedua tentang paham keagamaan inklusif. Ketiga yaitu tentang konstruksi media

Bab *ketiga*, adalah bab yang akan menyajikan metodologi penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini. Metodologi penelitian ini meliputi jenis penelitian, pengumpulan data, analisis data dan validitas data.

Bab *keempat* yaitu hasil dan pembahasan penelitian tentang wacana paham keagamaan siaran keagamaan dalam program acara mutiara pagi Pro 1 RRI Purwokerto pada tahun 2019. Dalam bab empat penulis akan membahas penelitian teks, kognisis sosial, serta konteks sosial siaran keagamaan dalam program acara mutiara pagi Pro 1 RRI Purwokerto pada tahun 2019

.Bab *kelima* sebagai penutup dari keseluruhan tesis ini, dan penulis berusaha menyimpulkan hasil yang diperoleh dari analisa bab empat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Aslan, 2011, *Religious Pluralism in Islam*, Journal of Islamic Thought and Civilization: University of Management and Technology, Lahore Pakistan,
- Afshar Haleh dkk, 2002, *Living Together in Plural Societies Pengalaman Indonesia-Inggris*, Yogyakarta: Pemuda Muhammadiyah, British Council dan Pustaka Pelajar
- Armas Adnin, 2004, *Pengaruh Kristen Orientalis terhadap Islam Liberal*, Jakarta: Gema Insani
- Astuti Indra Santi, 2010, *Pemanfaatan Radio sebagai Media Dakwah, Jawaban atas Tantangan Berdakwah di era Globalisasi*, Bandung: Jurnal Mediator
- Bahrawi Islah Monib Mohammad, 2011, *Islam dan Hak Asasi Manusia dalam Pandangan Nurcholis Madjid*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama-6
- Chaer Abdul dan Agustina Leonie, 2004, *Sosiolinguistik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Depdiknas, 2001, *Kurikulum Berbasis Kompetensi*, Jakarta: Pusat Kurikulum Badan Penelitian dan Pengembangan Depdiknas
- El Fadi Abou Khaled, 2005, *Selamatkan Islam dari Muslim Puritan*, Jakarta : Serambi Ilmu Semesta
- Eriyanto, 2001, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Sosial
- Eriyanto, 2009, *Analisis Framing konstruksi, ideology dan politik media*, Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Fairlough Norman, 1998, *Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities*, dalam *Critical Discourse Analysis*, London and New York: Longman
- Fazlurrahman, 1970, *Revival and Reform in Islam*, dalam P. M. Holt, Ann K. S. Lambton, Bernard Lewis (Eds.), *The Cambridge History of Islam*, Vol. 2B, Cambridge: Cambridge University Press

- Halwati Umi, 2015, *Aplikasi Analisis Diskursus Pada Teks Wacana Islam Liberal dan Wacana Formalisasi Syariat Islam*, Purwokerto: Stain Press
- Idris Zulbadri, 1998, *Pembaruan Islam Sebelum Periode Modern*, dalam Jurnal Media Akademika, No. 29, XIV
- J.B Wahyudi. 1994, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Jorgensen Marianne W. & J. Phillips Louise, 2007, *Analisis Wacana Teori dan Metode*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Madjid Nurcholis, 2007, *Islam Universal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Madjid Nurcholis, 2009, *Cita-cita Politik Islam*, Jakarta: Paramadina
- Masduki, 2004, *Jurnalistik Radio; Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Rochman Kholil Lur, 2011 *Dekonstruksi Dakwah Islam Di Indonesia*, Yogyakarta : Mahameru
- Ruslani, 2002, *Menuju Humanisme Agama-Agama*, Kompas,
- Sobur Alex, 2009, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sudaryat, 2008, *Makna dalam Wacana*, Bandung: CV Yarma Widya
- Sukidi, 1999, *filsafat Perennial: pintu masuk jantung agama-agama*, ekspresi edisi X/th.VIII, Maret
- Supani, 2014, *Metode Istiabat hukum A. Hassan dan Sirajuddin Abbas Dalam Masyarakat Tradisi keagamaan Masyarakat Muslim Indonesia*, Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah
- Suseno Magnis Frans dkk, 2007, *Islam dan Humanisme Aktualisasi Humanisme Islam ditengah Krisis Humanisme Universal*, Yogyakarta: IAIN Walisongo Semarang & Pustaka Pelajar
- Susilaningtyas Anna dkk, 2010, *Melacak Ideologi Jurnalis LPP-RRI*, Yogyakarta: Puslitbangdiklat LPP RRI dan Pusat Kajian Media & Budaya Populer

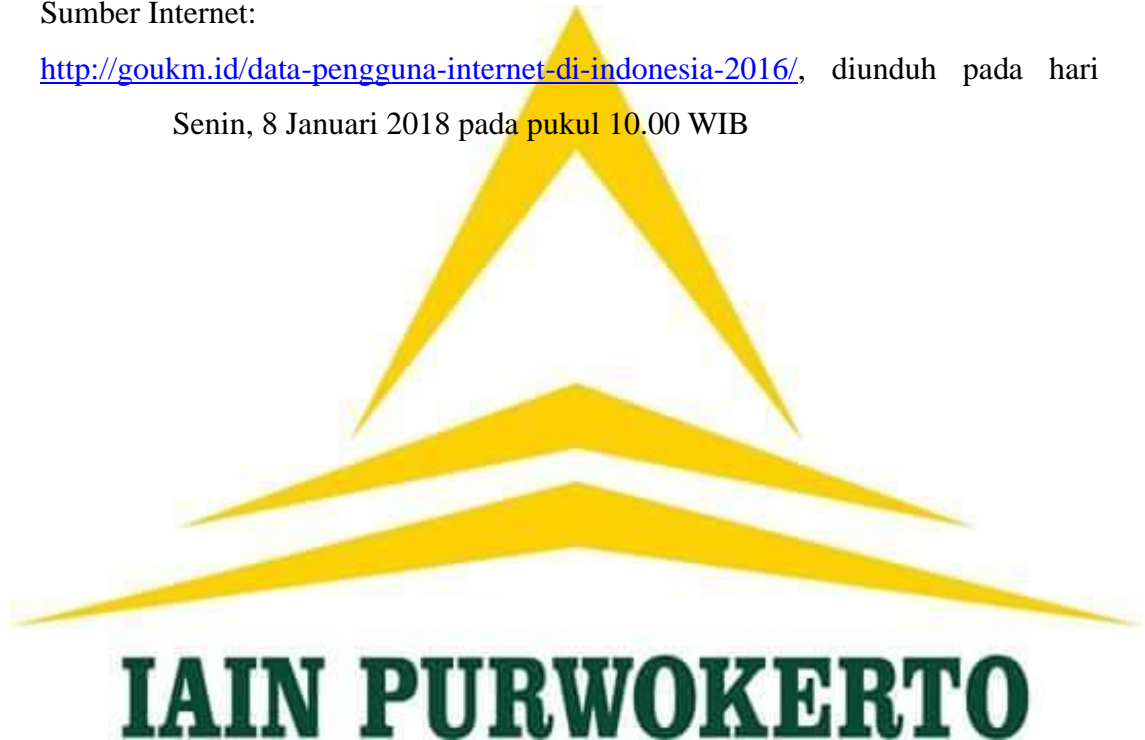
Tarigan, Guntur Henry, 2009, *Pengkajian Pragmatik.*, Bandung: Angkasa

Titscher Stefan dkk, 2009, *Metode Analisis Teks dan Wacana*, Yogyakarta:
Pustaka Pelajar

Zada Khamami, “*Pemahaman Keagamaan Kelompok Islam Radikal Terhadap Pengembangan Multikulturalisme,*” Jakarta: Istiqro’.

Sumber Internet:

<http://goukm.id/data-pengguna-internet-di-indonesia-2016/>, diunduh pada hari
Senin, 8 Januari 2018 pada pukul 10.00 WIB





IAIN PURWOKERTO