

Banyak Tayangan Ramadhan Sekadar Hiburan Yang Berwajah “Ibadah”

Rabu, 10-08-2011

Yogyakarta- Televisi menjadi salah satu media yang cukup aktif menayangkan program khusus yang terkait dengan tema Ramadhan saat bulan Ramadhan tiba. Namun, banyak anggapan menyebutkan jika tayangan televisi mengenai Ramadhan hanya sekedar hiburan yang berwajah “ibadah” dan anggapan ini masih muncul pada Ramadhan kali ini.

Demikian disampaikan Ketua Pusat Studi Komunikasi dan Media Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Ratna Noviani, Ph.D., saat memaparkan hasil penelitian yang dilakukan Pusat Studi tersebut mengenai Ramadhan-Tainment di televisi, di Restoran Pacific Hotel, Selasa (9/8) sore. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati program tv swasta nasional selama selama tiga hari pertama bulan Ramadhan 1432 H yang disandingkan dengan penerimaan penonton terhadap tayangan tv yang dilakukan dengan metode *Focus Group Discussion* dengan melibatkan responden 24 ibu rumah tangga berpendidikan SLTP dan SLTA.

Menurut Ratna, penelitian ini secara khusus ditujukan untuk memperoleh kajian yang lengkap bagaimana media televisi mengemas Ramadhan melalui beragam tayangannya. Ia menjelaskan dalam kajian yang dilakukan, terhadap delapan stasiun televisi swasta, ditemukan Sembilan kategori program yang terkait tema Ramadhan. Program Ramadhan di TV paling banyak dikemas dalam kategori Sinetron/FTV/ Sinema sebanyak 29 tayangan setiap harinya. Kemudian Infotainment (15 tayangan), Pengajian/Dakwah (13), Komedi (10), *Reality Show* (10), Kuis (10), *Feature* (8), Musik (5) dan *Talkshow* (1).

Kajian mendalam terhadap kategori program bertema Ramadhan di delapan stasiun TV swasta menunjukkan hasil program dengan tema Ramadhan di TV adalah berbentuk Ramadhan-Tainment. Misalnya program pengajian tidak lagi asketis, namun berubah menjadi perayaan atau selebrasi dengan setting yang megah, panggung gemerlap, dan penuh hadiah jutaan rupiah. Selain itu program Ramadhan saat ini juga men-dakwah-kan program hiburan dengan menyelipkan tausiah dalam program musik serta berbusana muslim ketika membawakan kuis.

Hasil penelitian juga menunjukkan seluruh tayangan Ramadhan yang disiarkan delapan stasiun TV swasta sampai hari ketiga Ramadhan 1432 H ternyata kategori program yang jumlahnya tinggi tidak berbanding lurus dengan durasi waktu yang dimiliki. “Misalnya kategori komedi yang jumlahnya 10, ternyata durasi waktunya justru lebih panjang sekitar lima jam dibandingkan dengan program pengajian atau dakwah yang jumlah programnya ada 13 , namun waktunya hanya 7,6 jam,” urai Ratna.

Hal yang sama juga terlihat pada program Musik yang jumlah programnya hanya lima dalam tiap harinya, namun durasi waktunya ternyata melebihi pengajian/dakwah yang jumlah programnya hampir tiga kali lipat dari jumlah program Musik. “Hal ini secara tidak langsung menunjukkan orientasi stasiun TV yang memang memberikan alokasi waktu yang lebih panjang untuk program yang berorientasi hiburan. Program yang bersifat informatif dan edukatif cenderung mendapatkan durasi tayang yang relatif pendek,” tambah Ratna.

Hal ini dinilai ironis ketika program pengajian/dakwah yang sebagian besar sengaja dimunculkan secara khusus di bulan Ramadhan ternyata tidak ditayangkan dengan durasi lama. Hal ini juga terjadi pada program *Feature* yang isinya cenderung berkaitan dengan kisah Nabi dan sejarah Islam yang cukup

relevan dengan konteks Ramadhan yang justru hanya memiliki durasi tayang empat jam saja tiap harinya.

Hal yang didapat dari hasil *Focus Group Discussion* juga menunjukkan bahwa ibu-ibu rumah tangga yang menjadi informan dalam penelitian ini ternyata tidak menyambut antusias beraneka macam program ramadhan yang ditawarkan tv. Wajah 'islami', menurut hasil diskusi kelompok ini, dipahami hanya sebagai sebuah strategi agar program tv lebih laku dan banyak ditonton. Mereka berharap agar program edukatif diperbanyak dan program infotainment dan sinetron dikurangi saja.

Ditempat yang sama, ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) DIY Rahmat Arifin menyatakan bahwa tv merupakan entitas bisnis yang memang menonjolkan sisi 'entertainment' untuk menagguk untung sebanyak mungkin. Sehingga wajar bila unsur hiburan sangat kental dalam program-program ramadhan.

"Yang paling penting dilakukan adalah menghasilkan insan pertelevisian yang berkualitas dan mengedukasi penonton. SDM tv yang berkualitas meliputi kompetensi, pemahaman regulasi dan pengetahuan etika," tandas Rahman. (www.umy.ac.id)