

Materi Budaya dalam Produksi Siaran Televisi

Surianor

Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari

Television is still the dominant medium for most public spectacle. These conditions require the willingness of producers to present television program content of a higher quality and beneficial to the community. One of the important broadcast content to be presented to the community is a culture, because culture is a part of people's lives. Cultural content is currently in a challenge, because it is the less desirable and relatively minimal television broadcast content. Foreign cultures that are used as broadcast content may be against the teachings of Indonesian religions and cultures. This needs the attention and responsibilities of all parties. It required the ability to make cultural content as television program, to make it interesting and to colour them with religious teachings, and to broadcast positive cultural and educational impact for the community.

Keywords: culture, program production, television.

Televisi masih menjadi media yang dominan bagi sebagian besar tontonan publik. Kondisi ini menuntut kesediaan produsen untuk menyajikan konten program televisi yang lebih berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat. Salah satu isi siaran penting yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah budaya, karena budaya merupakan bagian dari kehidupan masyarakat. Konten budaya ini sedang dalam tantangan, karena kurang diminati dan merupakan isi siaran televisi yang relatif minim. Tidak sedikit budaya asing yang digunakan sebagai isi siaran, yang bukan tidak mungkin bertentangan dengan ajaran agama dan budaya Indonesia. Semua ini memerlukan perhatian dan tanggung jawab semua pihak. Hal ini diperlukan kemampuan untuk membuat konten budaya sebagai program televisi, untuk membuatnya menarik dan mewarnainya dengan ajaran agama, untuk menyiarkan dampak budaya dan pendidikan yang positif bagi masyarakat.

Kata kunci: budaya, produksi program, televisi.

Indonesia merupakan negara besar yang terdiri dari kepulauan yang berjumlah lebih dari 17.000 pulau, 5.000 pulau di antaranya sudah dihuni. Terdapat 5 pulau besar, 30 kepulauan kecil, dan selebihnya adalah pulau-pulau kecil. Dengan kondisi seperti itu Indonesia sangat kaya dengan berbagai potensi sejarah, agama, alam, seni, maupun budaya. Semua itu merupakan warisan dan potensi bangsa yang penting untuk dilestarikan dan

dikembangkan, sehingga membawa manfaat bagi kehidupan masyarakat (Imam AR 2008, 2).

Dengan keragaman potensi ini maka bangsa Indonesia pun memiliki kekayaan budaya. Berbagai suku bangsa dan agama yang ada di Indonesia melahirkan banyak budaya yang variatif dan menarik. Budaya itu memang ada yang sudah mati dan lapuk termakan zaman, namun tidak sedikit yang masih bertahan dan

Email penulis: surianor@iain-antasari.ac.id

berkembang hingga sekarang seiring dengan dinamika zaman.

Siapa dan pihak mana pun yang ingin membangun suatu masyarakat dan daerah, maka pendekatan budaya penting dilakukan, terutama ketika berhadapan dengan masyarakat yang memiliki budaya tertentu. Tanpa memperhatikan budaya masyarakat setempat, maka suatu pendekatan akan sulit dilakukan.

Itu sebabnya ketika dakwah Islam disebarkan di Indonesia, banyak menggunakan pendekatan budaya. Hal ini terlihat dari aktivitas para Walisongo yang sangat sukses menyebarkan dakwah, terutama di tanah Jawa. Walisongo ini dikenal sebagai ulama yang ilmu agamanya sangat mumpuni, namun mereka juga sangat kental dengan budaya Jawa, sehingga dengan bahasa dan pendekatan budaya itu mereka dapat mendakwahkan Islam secara cepat dan efektif. Beberapa kesenian Jawa seperti wayang, tari, nyanyian dan upacara-upacara tertentu, dijadikan sebagai wahana untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam, sehingga mudah sekali merasuk di hati masyarakat.

Pemerintah saat ini berusaha agar budaya nusantara ingin dihidupkan kembali. Salah satu caranya adalah membentuk dan mengembangkan budaya melalui departemen pendidikan dan kebudayaan, departemen kebudayaan dan pariwisata dan sejenisnya sampai kepada instansi di bawahnya seperti dinas perindustrian, kesenian, kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga. Nama departemen dan instansi yang menangani budaya ini memang seringkali berubah dan berpindah-pindah, namun budaya tetap dimasukkan.

Cara lain yang juga banyak digunakan adalah melalui siaran media cetak (koran dan majalah) dan media

elektronik (radio dan televisi). Termasuk juga pagelaran budaya secara langsung. Namun kelihatannya, pengembangan budaya melalui media elektronik, lebih khusus lagi televisi, dihadapkan pada kendala yang tidak sederhana. Di satu sisi perhatian pemirsanya terhadap materi budaya semakin berkurang, dan di saat yang sama materi budaya kurang merangsang bagi pemasang iklan, padahal iklan merupakan sumber pendapatan yang utama bagi kelangsungan usaha media elektronik.

Di tengah kondisi yang demikian, diperlukan kesadaran masyarakat untuk menghargai budayanya sendiri, dan di sisi lain diperlukan kerja budaya yang lebih aktif, produktif dan menarik, sehingga layak jual di media televisi. Hal ini menuntut keterlibatan para budayawan dalam proses produksi siaran televisi tersebut.

Proses Produksi Siaran Televisi

Dalam produksi siaran, biasanya meliputi tahapan proses produksi, prosedur produksi, tanggung jawab dalam proses produksi, dan prinsip-prinsip dalam produksi siaran televisi. Penulis akan menguraikannya dalam tulisan di bawah ini.

Pertama, Proses produksi. Pakar komunikasi Alan Wurtzel (dalam Darwanto 1992, 104), menyatakan, proses produksi siaran televisi mencakup empat aspek, yang disebutnya *four stage of television production* (empat tahapan atau proses produksi siaran televisi), yaitu *pre production planning*, *set up and rehearsal*, *production* dan *post production*. Keempatnya diuraikan secara ringkas berikut:

Pre production planning. Ini merupakan tahap awal dari seluruh kegiatan penyiaran. Dimulai dari timbulnya ide atau gagasan yang

merupakan tanggung jawab seorang produser, dan dapat juga gagasan itu datang dari luar. Produser bersama stafnya melakukan pengumpulan data sebagai bahan pengembangan gagasan. Selanjutnya produser meminta penulis naskah untuk menuangkan ke dalam bentuk tulisan, merangkai berbagai data dan fakta untuk dikembangkan menjadi sebuah naskah yang lengkap dan utuh, tetapi dengan format dan durasi yang telah ditentukan, disertai pengolahan bahasa yang sesuai dengan pemirsa yang menjadi sasaran siaran televisi tersebut.

Setelah naskah memenuhi syarat, produser akan menyelenggarakan pertemuan perencanaan (*planning meeting*) dengan kerabat kerja inti (*key member*) yang terdiri dari pengarah acara, pengarah teknik, pengarah audio, juru lampu, pengarah seni, dll. Dalam meeting ini seluruh pihak terkait memberikan masukannya sampai rencana produksi siap siar (tayang). Produser akan mempersiapkan perangkat pendukung seperti *casting* artis, penyediaan anggaran, tim kerja dan seterusnya sampai menjelang tersiarnya acara.

Selama proses perencanaan produksi diperlukan ketelitian, keahlian, wawasan dan penglibatan orang dan tokoh lain, sehingga siaran itu mencapai tujuan dan memenuhi hajat pemirsa.

Setup and rehearsal. *Setup* adalah tahapan persiapan teknis, dilakukan oleh anggota inti bersama kerabat kerja. Sejak mempersiapkan alat yang akan digunakan untuk keperluan di dalam dan luar studio sampai mempersiapkan denah untuk *setting* lampu, mikropon maupun tata dekorasi. Latihan (*rehearsal*) tidak saja berlaku bagi artis pendukung, juga sangat penting bagi anggota kerabat kerja, seperti *switcher*, penata lampu,

penata suara, pengarah lantai, kamerawan sampai pengarah acaranya sendiri. Latihan dipimpin langsung oleh pengarah acara.

Production. *Production* adalah upaya mengubah naskah tulis menjadi bentuk audio-visual. Pelaksanaan produksi ini tergantung kepada tuntutan naskah, karakter produksi tergantung karakter naskah, sebab naskah merupakan hasil penuangan ide atau gagasan. Karakter produksi ada yang dilakukan sepenuhnya di dalam studio, sepenuhnya di luar studio dan atau gabungan antara di dalam dan di luar studio. Kamera yang digunakan pun ada yang lebih dari satu kamera, dan ada pula berupa kamera jinjing yang dapat dipindah-pindah.

Post production. Tahap ini dimaksudkan sebagai tahap penyelesaian atau penyempurnaan. Di sini dilakukan editing suara dan gambar, pengisian grafik pemangku gelar atau insert visualisasinya, pengisian narasi, pengisian *sound effect* dan ilustrasi, dilanjutkan evaluasi terhadap hasil produksi. Hasil evaluasi dapat dinyatakan bahwa produksi layak siar, tetapi dapat pula diberi catatan penyempurnaan misalnya di segi ilustrasi, *sound effect*, editing gambar dan sebagainya, yang kemudian diperbaiki sebagaimana mestinya.

Proses produksi di atas ditemui pada program acara televisi yang diolah sendiri oleh kerabat kerja televisi dengan pihak terkait, seperti suatu drama budaya atau kilas balik kegiatan budaya masa lalu yang direaktualisasi kembali dalam sebuah drama, sandiwara, teatrikal, sinetron, film dan sebagainya. Sedangkan untuk acara yang sifatnya siaran langsung seperti mamanda, tari dan sebagainya pada event tertentu, proses produksinya lebih sederhana, sebab televisi lebih

bersifat menyiarkan saja sesuatu program yang dilakukan pihak lain apa adanya. Proses editing tidak begitu diperlukan, kecuali sekadar menyingkat cara dan gambar, sesuai dengan durasi waktu siar yang tersedia. Walaupun suatu acara budaya sebenarnya digelar selama satu jam, penyiarannya di televisi bisa saja hanya lima atau 10 menit, di sini diperkan editing yang cermat agar masih sesuai dengan acara aslinya.

Kedua, Prosedur produksi. Saat merencanakan suatu acara, dilakukanlah diskusi antara pengarah acara dengan pengisi acara. Selanjutnya langkah persiapan, meliputi persiapan bahan-bahan artistik yang dilakukan oleh penata artistik, juga persiapan materi audio (*music* dan *sound effect*) disertai latihan yang memadai. Latihan melibatkan juru *make up* dan pengatur gaya, leveransir barang dan peralatan seperti tanaman atau bunga segar, produser dan pembuat bahan-bahan bergambar dan alat-alat peraga serta penata set studio. Hal ini melibatkan teknisi dan pembuat *sound effect* serta pengisi acara musik. Selanjutnya dilakukan perekaman gambar di lokasi pengumpulan materi yang ditangani oleh kerabat kerja liputan luar. Sesudah itu memasuki tahap editing oleh operator peralatan editing. Selanjutnya perekaman kembali oleh kru teknik produksi atau kamerawan (Shigeki Ueno 1990, 12).

Ketiga, Tanggung jawab dalam proses produksi. Produksi siaran televisi tidak bisa dikerjakan sendiri melainkan hasil dari kerja tim. Ada sejumlah tim inti yang berperan aktif, sehingga suatu produksi siaran dapat diselenggarakan dengan baik. Agar terwujud suatu siaran televisi yang bermutu, diperlukan tanggung jawab pada masing-masing bidang tugas, yang

satu sama lain saling berkaitan. Di antara yang paling pokok adalah produser, pengarah acara, penulis naskah, asisten pengarah acara, pengarah teknik, penata suara, penata cahaya, penata dekor, pengarah lapangan, juru kamera dan teknisi video (Shigeki Ueno 1990, 13-4).

Mengingat banyaknya tugas dan tanggung jawab masing-masing bidang ini, berikut dicontohkan sebagian saja sebagai gambaran bahwa dalam kerja tim ini satu sama lain saling berkoordinasi sehingga sebuah produksi siaran televisi bisa terselenggara dengan baik.

Produser. Pada tahap pra produksi ia bertanggung jawab mengembangkan konsep acara, menghitung biaya produksi, menunjuk pengarah acara, mengadakan pembicaraan dengan penulis naskah, menyetujui saran-saran dari pengarah acara, penata lampu dan penata dekor, memimpin dan mengkoordinasikan seluruh rencana produksi. Dalam tahap persiapan dan latihan produser menyiapkan seluruh kegiatan produksi, menyaksikan latihan-latihan, bertindak sebagai pemirsa dan membuat catatan-catatan kalau diperlukan untuk perubahan dan pengembangan. Menghitung dengan cermat waktu produksi tanpa menambah biaya. Menyetujui perubahan waktu dalam hitungan menit jika diperlukan. Dalam tahap produksi ia bertanggung jawab membantu pengarah acara dalam penyiaran langsung, dan dalam acara rekaman bekerjasama dengan pengarah acara untuk menentukan gambar-gambar yang akan dipergunakan serta memimpin produksi keseluruhan. Dalam tahap pasca produksi menyetujui editing akhir sesuai versi yang ditentukan dan mengadakan koordinasi dengan stasiun penyiaran untuk promosi dan publisitas.

Pengarah acara. Dalam tahap pra produksi mengikuti seluruh pertemuan, bekerjasama dengan produser dan penulis naskah dalam pengembangan naskah, menentukan pendekatan dalam produksi dan mendiskusikan dengan produser, membicarakan dengan penata lampu, dekor, teknisi audio dan menyetujui berbagai usulan mereka. Menentukan pengisi acara dan membuat shot-shot kamera. Dalam tahap persiapan dan latihan, Pengarah Acara bertanggung jawab melatih dan mengarahkan pengisi acara dan shot-shot kamera di studio, mengintegrasikan seluruh unsur produksi dalam suatu pertunjukan yang terorganisasi. Dalam tahap produksi ia melaksanakan produksi dan dalam pasca produksi ia memimpin editing.

Penulis naskah. Dalam tahap pra produksi ia bertanggung jawab bekerjasama dengan pengarah acara dan produser dalam pengembangan naskah dan format serta meninjau kembali naskah hingga disetujui. Dalam tahap persiapan dan latihan ia bersedia memperbaiki naskah jika diperlukan.

Asisten pengarah acara. Dalam tahap pra produksi ia bertanggung jawab membantu pengarah acara dalam pendekatan-pendekatan produksi. Dalam persiapan dan latihan ia membantu pengarah acara dalam pelatihan di luar studio serta mengambil shot-shot kamera atau isyarat lain dalam latihan studio. Dalam tahap produksi ia berpatokan secara seksama dengan waktu acara dan pasca produksi ia menghitung waktu secara tepat dalam editing.

Pengarah teknik. Dalam tahap pra produksi ia membicarakan fasilitas dan

peralatan teknik yang diperlukan dengan pengarah acara dan produser. Dalam tahap persiapan dan latihan bertanggung jawab terhadap kualitas keteknikan. Dalam tahap produksi bertugas mengoperasikan peralatan teknik, dan pada tahap pasca produksi mengoperasikan kembali peralatan teknik untuk mengetahui kelayakannya untuk pekerjaan ke depan.

Keempat, Prinsip-prinsip dalam produksi siaran televisi. Banyak hal yang harus diperhatikan dalam memproduksi suatu siaran televisi, termasuk yang bermuatan dakwah Islamiyah, di antaranya:

a. Pada garis besarnya media penyiaran selalu diselenggarakan oleh kerabat kerja, maka kerjasama merupakan unsur terpenting. Walaupun seorang kru cukup pintar, tetapi kalau tidak bisa menjalin kerjasama atau bekerjasama dengan orang lain, ingin tampil sendiri dan tidak mau menerima masukan orang lain, pada dasarnya ia tidak cocok bekerja di bidang penyiaran televisi.

b. Kesehatan fisik, kegigihan dan ketangguhan berpikir merupakan syarat penting bagi pekerja siaran televisi, sebab ia harus siap setiap waktu bepergian ke mana saja dan dalam tugas apa saja. Suatu peristiwa yang menjadi objek berita bisa berubah dan berkembang setiap saat, maka pekerja siaran televisi harus siap mengantisipasi perubahan.

c. Produksi siaran televisi hampir dipastikan berusaha mengakomodasi berbagai jenis berita, waktu dan tempat serta segmen pemirsa yang dituju. Oleh karena itu kerabat kerja dalam produksi siaran televisi dituntut memiliki wawasan pengetahuan yang luas, di samping relasi dan kenalan yang luas pula sehingga memahami persoalan (khususnya budaya) secara memadai. Bila tidak, minimal orang tersebut mengerti tentang istilah-istilah

budaya. Ketidaktahuan akan menimbulkan kejanggalan, baik dalam proses produksi maupun ketika siaran itu ditonton oleh masyarakat (Usman 1996, 14).

d. Mengingat media televisi begitu berpengaruh terhadap pemirsa dan masyarakat pada umumnya, maka para kerabat kerja, khususnya penyiarannya harus objektif, adil dan seimbang dalam menilai dan menyikapi sesuatu.

Inti dari proses produksi siaran televisi adalah kerja bersama. Siaran materi budaya melalui media televisi memerlukan suatu proses produksi siaran, yang di dalamnya melibatkan sejumlah orang sebagai tim kerja (*team work*). Hampir pasti di dalamnya ada produser, pengarah acara, asisten pengarah acara, sekretaris pengarah acara, pengarah teknik, pemadu gambar, pengarah studio, pengawas cahaya, pengawas suara, juru video, juru audio, juru telesine, juru piringan hitam atau tape recorder, juru kamera, juru suara, juru gantar, juru doli, juru cahaya, juru putar tajuk, perancang gambar, juru piranti, pramurias, pramubusana, dll. Dalam mentransmisikan acara terlibat berbagai pihak, di antara manajer produksi, pengarah pentas, pengarah musik, penulis naskah, penata sendratari kepala teknik, pengawas studio, pengawas pemancar, juru pemancar, juru pelihara prasarana, dll.

Meskipun demikian, ada juga materi siaran budaya yang tidak memerlukan kerja tim dalam proses produksinya, sebab pengadaan program televisi bisa diproduksi sendiri, diproduksi dengan melibatkan pihak lain, hasil pertukaran dengan station televisi lain, dibeli dari rumah produksi (*production house*) atau merelay dari siaran stasiun lain. Ketika materi siaran budaya sudah ada, maka proses produksi tidak serumit sebagaimana disebutkan di atas. Meskipun demikian, kerjasama tetap

diperlukan, sebab dalam penyiarannya juga masih memerlukan kerja tim. Semua itu ditata dengan apik dari tema acara, kriteria dan batasan mata acara, format dan bentuk penyajian serta durasi atau lama waktu siaran (Aep Kusnawan 1995, 76).

Materi Budaya dalam Siaran Televisi

EB Taylor, sebagaimana dikutip oleh S. Soekanto (1990, 188-189) menyatakan, kebudayaan (kultur) adalah hal-hal kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, kemampuan-kemampuan dan kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat.

Selo Soemardjan dan S. Soemardi merumuskan, kebudayaan itu merupakan paduan dari hasil karya, rasa dan cipta manusia dan masyarakat. Karya menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah (*material culture*), yang diperlukan manusia untuk menguasai alam sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat dimanfaatkan untuk kemaslahatan masyarakat.

Rasa yang meliputi jiwa manusia, mewujudkan segala kaidah dan nilai sosial yang perlu untuk mengatur masalah-masalah kemanusiaan dan kemasyarakatan dalam arti yang seluas-luasnya. Di dalamnya termasuk agama, ideologi, kebatinan, kesenian dan semua unsur yang merupakan hasil ekspresi jiwa manusia yang hidup sebagai anggota masyarakat.

Cipta merupakan kemampuan mental, kemampuan berpikir orang-orang yang hidup bermasyarakat, yang antara lain menghasilkan filsafat serta ilmu pengetahuan. Cipta ada berupa teori murni dan ada yang sudah dirasakan dan diamalkan manusia. Rasa dan cipta ini termasuk kategori kebudayaan rohaniah (*spiritual or*

immaterial culture). Semua karya, rasa dan cipta dikuasai oleh karsa individu orang atau masyarakat yang menentukan kegunaannya agar sesuai dengan kepentingan sebagian atau seluruh masyarakat (Soekanto 1990, 189-90).

Budaya merupakan suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya dapat didefinisikan sebagai tatanan penge-tahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menempatkan diri dalam pola-pola bahasa dan dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang tinggal dalam suatu masyarakat di lingkungan geografis tertentu (Dedi Mulyana dan Jalaluddin Rahmat 2003, 18)..

Perspektif barat melihat agama sebagai bagian dari budaya. Hal ini dari satu sisi dapat diterima, apabila agama dimaksud adalah produk perasaan, khayalan atau pikiran manusia. Kenyataannya banyak agama dan kepercayaan yang memang produk manusia, yang dalam klasifikasi agama-agama biasanya digolongkan sebagai agama budaya, agama bumi, agama filsafat, agama ra'yu, *din al-ardhi* atau *din al-thabi'i* (Anshari 1981, 21).

Kalau berbicara Islam, tentu kita tidak sependapat ketika dikatakan agama ini bagian dari budaya, sebab Islam bersumber dari wahyu Allah (*revealed religion*) dan Islam merupakan Agama Samawi terakhir (Rasyidi 1974, 75). Budaya yang dikembangkan oleh para ulama dan juru dakwah masa lalu, dan masih berlanjut hingga sekarang,

seperti pembacaan syair-syair maulid, peringatan hari-hari besar Islam, upacara sekaten, dll, tidak lain adalah budaya yang dijadikan sebagai metode berdakwah.

Beberapa produk budaya yang tumbuh di masyarakat dapat dijadikan sebagai materi siaran televisi, baik untuk kelestarian budaya itu sendiri maupun untuk kepentingan dakwah. Budaya tersebut ada yang menyertai lingkaran, siklus atau daur kehidupan, misalnya kelahiran, perkawinan dan kematian. Semua itu bisa diolah sebagai materi siaran televisi.

Kelahiran. Sebelum bayi lahir biasanya ada budaya mandi-mandi. Bagi keluarga yang punya uang, pejabat atau sejenisnya, kegiatan mandi-mandi biasanya diupacarakan dan disiarkan. Tidak lama setelah bayi lahir biasanya dilanjutkan dengan tasmiyah dan bagi keluarga yang mampu disertai dengan aqiqah. Tasmiyah dan aqiqah merupakan bagian dari ajaran Islam, sehingga hal ini perlu terus disosialisasikan dan ditingkatkan. Acara ikutannya ada juga seperti *batimbang* dan *batapung tawar* pada orang Banjar Hulu Sungai. Ada juga upacara *baayun maulid* seperti yang dipusatkan di Masjid Banua Halat Tapin. Di sini biasanya unsur budaya dipadukan dengan ibadah dan dakwah. Budaya begini tetap dilestarikan, karena dianggap tidak merusak akidah.

Perkawinan. Perkawinan biasanya didahului dengan peminangan atau pelamaran, selanjutnya akad nikah dan resepsi (walimah). Ini adalah tradisi budaya Arab yang kemudian diadopsi dan dilestarikan oleh Islam. Bagi kalangan tertentu, kegiatan ini, khususnya resepsi, sering disertai dengan atraksi budaya, seperti pagelaran kesenian tradisional (klasik) maupun modern, permainan

tradisional, tari-tarian dan sebagainya. Semua ini merupakan kegiatan budaya yang juga dapat dijadikan sebagai materi siaran televisi, baik secara langsung maupun siarana tunda.

Kematian. Daur hidup selanjutnya adalah kematian. Ada beberapa tradisi upacara yang biasa dilaksanakan oleh tuan rumah bersama keluarga yang mengalami kematian bersama dengan masyarakat sekitar. Pada masyarakat muslim Jawa dan sebagian masyarakat luar Jawa (Banjar) ada beberapa upacara selamatan mengiringi kematian, yaitu: Sedekah *surtanah* (*geblak*) diadakan pada saat meninggalnya seseorang; Sedekah *nelung dina* (*maniga* hari) diadakan setelah tiga hari meninggalnya seseorang; Sedekah *mitung dina* (*manujuh* hari) diadakan sesudah tujuh hari meninggalnya; Sedekah *matang puluh dina* (*maampat* puluh hari) diadakan sesudah 40 hari meninggalnya; Sedekah *nyatus* (*manyaratus*) diadakan setelah 100 hari meninggalnya; Sedekah *mendak sepisan* atau *mendak pindu* (mahaul) diadakan setahun atau dua tahun setelah meninggalnya; Sedekah *nyewu* atau *nguwis-nguwisi*, diadakan setelah 1.000 hari kematian dan diadakan terakhir kali (Kodiran 1992, 348).

Bagi masyarakat Kalimantan Selatan, upacara kematian yang biasa diadakan adalah hari pertama, ketiga, ketujuh, ke-25, ke-40, ke-100 dan setahun (*haul*). Upacara kematian ini bukan murni ajaran Islam, melainkan kelanjutan dari agama atau kepercayaan sebelumnya. Oleh sebagian ulama, upacara ini diisi dengan nuansa ibadah seperti membaca Alquran, surah yasin, tahlil, doa dan sebagainya. Unsur yang menonjol juga silaturahmi, keakraban, doa untuk yang meninggal serta menghibur keluarga yang ditinggal.

Agar upacara kematian sejalan dengan ajaran Islam, maka upacara kematian pada komunitas tertentu yang mengarah kepada syirik, memuja dewa, menyakiti binatang, kesurupan dan sejenisnya, sebaiknya tidak disiarkan dalam televisi. Apabila upacara budaya semacam itu tetap disiarkan, maka konteksnya hanya budaya, tetapi minim dari unsur dakwah.

Versi lain berbagai budaya dan selamatan di atas ada pula yang membaginya menjadi: Pertama, budaya selamatan dalam lingkaran (siklus/daur) hidup seseorang seperti kelahiran, tasmiyah, tusuk telinga, sunatan, perkawinan, hamil tujuh bulanan, kematian, dsb). Kedua, budaya selamatan berkaitan dengan bersih desa, seperti selamatan membuka lahan, pesta panen, dsb. Ketiga, selamatan berkaitan dengan hari-hari/bulan besar Islam seperti Maulid Nabi, Isra & Mi'raj, dll. Keempat, budaya selamatan pada hari-hari tertentu seperti tolak bala, berangkat dan pulang haji, perjalanan jauh, mendirikan dan menempati rumah kediaman baru, menolak bahaya (*ruwatan*), memenuhi nazar (*kaul*) dan sebagainya (Kodiran 1992, 348).

Atraksi Seni. Ada juga jenis budaya lain yang dapat dijadikan materi siaran televisi, yaitu kesenian. Seni dapat dipandang sebagai sebuah proses yang melatih keterampilan dan aktivitas manusia untuk menyatakan atau mengkomunikasikan perasaan atau nilai yang dia miliki. Ada beberapa kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai seni, misalnya *folklore* (cerita rakyat, seni mendongeng, upacara ritual, pidato, pantun, syair), musik, tarian, drama, seni lukis, permainan olahraga dll (Alo Liliweri 2003, 125).

Melalui kesenian tersebut terjadi komunikasi antara *source* dengan objek, secara verbal maupun nonverbal.

Komunikasi verbal dilakukan melalui atau dengan kata-kata seperti ceramah, pidato, syair, pantun. Sedangkan komunikasi nonverbal merupakan tindakan atau atribusi (lebih daripada sekadar menggunakan kata-kata), yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain bagi pertukaran makna, untuk mencapai tujuan dan umpan balik tertentu. Komunikasi nonverbal dapat ditunjukkan melalui ekspresi wajah, nada suara, gerakan tubuh dan tindakan lain yang tidak menggunakan kata-kata. Pesan nonverbal dapat berfungsi memperkuat pesan yang sudah dipesankan secara verbal (Liliweri, 2003: 139).

Ketika Islam pertama kali disiarkan oleh para Walisongo di tanah Jawa, seni wayang dijadikan media dakwah. Walaupun wayang merupakan produk budaya peninggalan zaman Hindu, ia tetap menarik ketika dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah Islam. Hal ini disebabkan adanya suara atau nyanyian dalang dan pesinden; ada karawitan yaitu gamelan dan musik; ada drama berupa lakon sedih dan gembira, derita dan bahagia; ada lukisan atau pahatan bangun wayang yang artistik; ada isi cerita yang menarik dan ada lelocon. Jadi di situ ada paduan komunikasi verbal dan nonverbal. Banyak muatan dakwah yang bisa disalurkan lewat wayang yaitu tentang tauhid, filsafat, akhlak dan moral, kepahlawanan, kenegaraan dan cita-cita hidup yang sejati. (Effendi Zarkasyi 1983/1984, 168).

Proses Islamisasi di kerajaan-kerajaan Makassar dan Bugis khususnya Goa dan Bone pada masa lalu adalah terjadinya akulturasi antara agama Islam dengan lembaga-lembaga adat tradisional, sehingga kemudian Islam menjadi unsur penting dalam lembaga-lembaga adat dan budaya setempat. Penetrasi Islam ke dalam lembaga-lembaga adat tradisional

menciptakan tatanan masyarakat Islami sekaligus pribumisasi Islam (Muis 2001, 155).

Di tengah masyarakat khususnya etnis Banjar juga terdapat berbagai seni budaya yang dijadikan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dalam bentuk verbal, di antaranya ceramah, pengajian, pidato, *bakisah*, *papadah urang bahari*, *madihin*, *balamut*, pembacaan syair-syair maulid, manakib dan sejenisnya, yang karena menggunakan kata-kata (bahasa verbal) dapat disebut komunikasi verbal. Sedangkan komunikasi nonverbal di antaranya berupa atraksi sinoman hadrah, *baayun maulud*, musik terbang dan rebana, mamanda, drama dsb. Semua ini dapat dikatakan sebagai produk budaya, sebab nash agama yang secara jelas menyuruhnya tidak ada.

Jadi banyak dan luas sekali ruang lingkup dan jenis budaya yang dapat dijadikan materi siaran televisi. Ini semua tentu memerlukan kepekaan, kejelian, komemen dan wawasan, dari para produser televisi itu sendiri bersama tim kerjanya. Mereka dituntut mampu mengolah semua itu agar menjadi materi siaran yang mampu menarik pemirsa.

Namun agar materi budaya itu ada nuansa dakwahnya, maka perlu sekali para produser televisi memiliki wawasan dakwah, meskipun tidak harus mendalam. Hadist nabi menyatakan, sampaikanlah olehmu dari ajaranku walaupun hanya satu ayat. Ini berarti untuk berdakwah tidak harus menjadi juru dakwah profesional, tapi dapat melalui profesi lain, sepanjang mengandung unsur dakwah. Artinya, cukup mereka mengetahui hal-hal pokok dari ajaran Islam, sehingga dapat menyelipkannya dalam acara-acara budaya yang disiarkan. Hal ini penting, selain untuk mendidik

masyarakat, juga agar jangan sampai materi budaya yang disiarkan tidak sampai bertentangan dengan ajaran agama, dalam hal ini khususnya agama Islam.

Meskipun demikian, tidak semua komunitas muslim setuju menggunakan produk budaya sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Di antara ulama dan golongan masyarakat ada yang menolak upacara-upacara dalam lingkaran hidup, kecuali hanya tasmiyah, aqiqah, akad nikah, dan walimah perkawinan. Upacara-upacara kematian walaupun berisi pembacaan Alquran, zikir dan doa, ada kalangan yang menolak. Hal ini disebabkan anggapan bahwa budaya tersebut bukan Islami, tetapi terpengaruh oleh kepercayaan sebelumnya. Bahkan peringatan hari-hari besar Islam yang berisi pembacaan syair-syair maulid belum disepakati oleh sebagian ulama dan komunitas muslim.

Begitu juga pemanfaatan kesenian sebagai media dakwah, ada kalangan yang menolak, apalagi misalnya jika dilakukan di masjid atau lingkungan masjid. Kalangan yang menolak ini mengkhawatirkan di dalam berkesenian itu juga tercampur dengan kesenian peninggalan kepercayaan lama, atau dalam melakukannya justru ada hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai keislaman, seperti dalam hal pakaian, gerakan dan tercampurnya pria dan wanita, baik pemainnya maupun penontonnya. Kalangan penolak ini lebih menghendaki dakwah hanya disampaikan secara verbal lewat ceramah, khutbah dan pengajian.

Ini menuntut kejelian dari pengelola siaran. Tetapi dengan keahlian mengolah materi, maka kontroversi itu dapat dikurangi dan diatasi. Tentunya dengan menonjolkan unsur dakwahnya, sehingga budaya hanya sebatas media, bukan materi.

Penutup

Manusia adalah makhluk yang berbudaya sebagai hasil dari pikiran atau perasaannya. Melalui berbagai produk budaya yang dilahirkan, manusia dapat saling ber-komunikasi dan tukar menukar makna. Suatu pesan yang dapat ditanamkan kepada masyarakat melalui budaya, diperkirakan akan lebih membumi.

Produk budaya dapat dipertahankan dan dilestarikan, dengan catatan diberi muatan dakwah yang lebih besar. Penggunaan produk budaya itu memiliki keunggulan dibanding pendekatan lain, misalnya politik, karena budaya lebih menyatu dengan masyarakat. Budaya demikian dapat dijadikan materi siaran berbagai media, termasuk media televisi. Para produser televisi bersama penulis naskah dan kru televisi dituntut komitmen dan keterampilannya untuk mengolah budaya sebagai materi siaran yang menarik. Siaran budaya demikian dapat dijadikan sebagai metode dan media dakwah.

Penting dipahami, penggunaan budaya hanya sebagai metode dan media dakwah, bukan tujuan dakwah. Oleh karena itu dakwah harus berada di atas, sedangkan budaya di bawah atau sebagai medianya. Proporsi demikian akan terwujud jika didukung oleh para produser siaran yang berwawasan dakwah.

Referensi

- Anshari, Endang Saefuddin, 1981. *Agama dan Kebudayaan*, Surabaya: Bina Ilmu.
- Al-Bukhari, al-Imam Abi Abdillah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim, 1401 H. *Shahih al-Bukhari*, Jilid II, Juz 4, Beirut: Dar al-Fikr.
- Handyaningrat, Soewarno, 1988. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*, Jakarta: Haji Masagung.

- Imam AR, 2008. *Obyek Wisata Nusantara*, Fery Agung, Jakarta.
- Koentjaraningrat, (Editor), 1992. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*, Jakarta: Djambatan.
- Kodiran, "Kebudayaan Jawa", dalam Koentjaraningrat (Editor), 1992. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Liliweri, Alo, 2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muis, Abdul, 2001. *Komunikasi Islam*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy, dan Jalaluddin Rahmat, 2003. *Komunitas Antarbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rasyidi, Mohammad, 1974. *Kuliah Agama Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Soekanto, Soerjono, 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali.
- Zarkasyi, Effendi, 1983/1984. *Unsur Islam dalam Pewayangan*, Jakarta: Departemen Agama RI.