

belum sarapan nih, habis naik motor tadi sama pak Hary. Ada baksos, dari bakti sosial, ada berita di sini ada bubur enak. Saya jadi mau mencoba”. Adegan dan kalimat dalam dialognya menggambarkan dan mencitrakan dua sosok ini adalah pemimpin atau orang yang mau terjun ke lapangan dan ke masyarakat bawah untuk terlibat mengikuti bakti sosial meski terkena banjir, sehingga harus dengan mengendarai motor untuk “blusukan”.

Bentuk adegan yang menampilkan kampanye WIN-HT dan partai Hanura adalah bentuk pemanfaatan sinetron untuk kepentingan politik kekuasaan. Sinetron tidak saja dijadikan komoditas yang diperjualbelikan untuk mendapatkan keuntungan materi berupa uang, namun sinetron juga dijadikan komoditas politik untuk mendapatkan simpati dan dukungan masyarakat. Dalam adegan ini yang ingin ditampilkan bukan mengenalkan WIN-HT dengan orang yang menjadi penjual atau tukang bubur, namun yang terjadi adalah sebaliknya yaitu upaya mengenalkan WIN-HT ke pemirsa sinetron itu sendiri.

Modus ikut bermain dalam sinetron TBNH juga sebagai bagian strategi komunikasi politik WIN-HT dan Partai Hanura. Selain itu, kegiatan ini memang terlihat memanfaatkan segmentasi pemirsa yang menyenangi sinetron religi sebagai sasaran utama komunikasi politiknya. Di samping ikut main sinetron dan beriklan di RCTI atau media MNC lain, masih ada banyak strategi politik yang digunakan HT menysasar sesuai program dan sasaran khalayak medianya. Namun celakanya kegiatan ini bukan malah mendapatkan tanggapan positif, sebaliknya menjadi bumerang dan cemoohan masyarakat karena terkesan terlalu berlebihan dan ambisius.

Episode yang menampilkan adegan atau tayangan politik ini, tujuannya untuk membangun mitos tentang pemimpin dan demokrasi. Strategi politik ini dikemas dan disusupkan dalam sinetron religi yang populer karena simbol Islam dan budaya Betawi. Tentu saja adegan ini bermakna memiliki tujuan politik praktis tertentu. Namun demikian, makna politik secara keseluruhannya adalah bahwa adegan ini masih menjadi bagian dari ideologis kapital yang membungkusnya, karena Hary Tanoesodibjo merupakan pemilik yang mampu mengendalikan kekuasaannya terhadap apa yang ditayangkan di RCTI dan para pekerja di bawah kendali medianya. Kekuatan pemilik modal ini juga jelas mendominasi tampilnya simbol-simbol Islam yang diwakili oleh Emak Haji dan keluarga dan diperkuat dengan simbol pakaian muslimah seperti jilbab, sorban, jubah yang dikenakan oleh seorang penduduk warga Kampung Duku, dan didukung kata atau kalimat yang diucapkan dalam dialog, seperti “*Assalamu’alaikum*”, “*Ulil Amri*”, dan lain sebagainya.

Tabel 3:
Konstruksi Komodifikasi Teks Sinetron TBNH

Unsur Simbol	Identifikasi	Pemaknaan
Kata (verbal)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kata menggunakan simbol agama seperti “<i>Assalamu’alaikum</i>”, “<i>Walaikumsalam</i>”, “<i>Alhamdulillah</i>”, “<i>tasyakuran</i>”, dsb. 2. Kata menggunakan simbol budaya Betawi seperti: “<i>aye</i>”, “<i>mpok</i>”, “<i>lu</i>”, “<i>kagak</i>”, dsb. 3. Kata menggunakan bentuk hiperbola dan sensasional seperti: “Pak Haji”, “Bang Haji”, “Haji Dua Kali”, “Pak Haji RW”, “Juragan Pak Haji RW”, “Bu Hajjah”, “Amirul Mukminin”, “Ulil Amri”, dst. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Makna simbolnya terdistorsi (terkaburkan) karena digunakan sebagai strategi dan menjadi komoditas untuk menysasar khalayak muslim. 2) Hanya dimanfaatkan untuk strategi mengikuti tren budaya populer, bahasa gaul, dan gaya hidup Kota Jakarta. 3) Gelar bertujuan menghiperbola dan membuat sensasi berupaya untuk dapat menarik dan mengikat pemirsa agar terus menonton. Haji tidak sebagai ibadah paripurna, tapi sebagai gelar, status dan sanjungan.
Kalimat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat menggambarkan suasana mental Islami, seperti: “Oo, acara <i>tasyakuran</i>-nya ustadz Haji Abdul Goffar yang <i>rencananya</i> besok siang di rumah barunya <i>ntu ye?</i>” atau “<i>Alhamdulillah ye, kite ini seneng</i> kalau ustadz Haji Abdul Ghofar ini jadi warga Kampung Duku, <i>ye Bi ye?</i>” 2. Kalimat budaya patriarki: “Mi, <i>aye</i> dengan Emak datang kemari mau pesen kue, bisa <i>nggak ya?</i>” 3. Kalimat dalam budaya Betawi seperti: ”Maaf-maaf <i>ne ye, gua</i> mesti ikut <i>ngomong ne</i>. Kenapa <i>sih</i> cara ustadz Abdul Ghofar ngundang, etikanya <i>kagak ade, sopannya kagak ade?</i> Masa pake lisan <i>gitu aje?</i>” dan “Yah elah bang, <i>nggak sopannya dimane?</i>” 4. Kalimat menggunakan bentuk yang hiperbola dan sensasional atau menghebohkan disertai ekspresi emosi kemarahan, intonasi atau nada yang tinggi. Kalimat juga sering dibuat menggantung dengan rangkaian anak kalimat yang panjang yang dibantu melalui suara 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Strategi manipulasi penggunaan kalimat-kalimat yang berasosiasi Islam agar memperlihatkan bahwa sinetronnya memiliki muatan dakwah dan kebaikan agar khalayak menjadi terikat. 2) Tanggung jawab menyediakan kue, makanan, dan lainnya adalah urusan domestik kaum perempuan ini merupakan bentuk praktik ideologi patriarki. 3) Logat dan tren budaya Betawi yang sudah populer sebagai bahasa gaul dan gaya hidup masyarakat bertujuan agar dapat menarik khalayak. Sehingga dengan cara ini dapat mendapatkan rating bagus atau banyak pengiklan. 4) Penggunaan kalimat yang cenderung provokatif, hiperbola dan sensasional serta disertai bahasa emosional yang berlebihan dibungkus dengan simbol agama Islam dan budaya Betawi memperlihatkan

	<p>hati. Seperti: “Sialan bener nih, semakin kemari <i>semuanya</i> jadi makin simpatik dan membelain <i>ustadz</i> bau kencur itu, bikin <i>gua</i> muak <i>aje nih</i>.”</p>	<p>dominasi feodalisme orang tua dengan melanggengkan mitos kekuasaan agar dapat menarik rasa penasaran bagi pemirsa untuk terus bertahan dan tetap menonton.</p>
Adegan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggambaran masjid, adegan shalat berjamaah dan berdiri di atas sajadah (karpet) dengan atribut pakaian muslim seperti: baju koko, peci, jubah, kopiah dan lain sebagainya untuk menampilkan kesan relegius pada sinetron ini. 2. Adegan menampilkan dua keluarga muslim yang saleh dan harmonis yaitu keluarga Emak (Sulam) dan keluarga Ustadz Zakaria sebagai tokoh agama di masyarakat yang terpuja dan dihormati. Ada pemakaian jilbab oleh ibu muslimah, kopiah haji oleh ustadz dan Mang Ujo serta adanya simbol agama dalam bentuk kaligrafi. 3. Masalah konflik rumah tangga Haji Muhidin dan Hajah Rumi, menjadi masalah juga bagi Rumanah. Adegan Rumanah menangis, sedih dan berkeluh kesah pada ibu tirinya atas masalah yang dihadapi. 4. Adegan Roby yang berusaha untuk memenangkan istrinya, untuk menjadi sandaran bagi seorang istri yang sedih, dan penggambaran sosok muhidin yang keras kepala. Suami atau laki laki masih menjadi bagian dari sosok yang paling penting untuk melindungi perempuan. 5. Adegan seosok ustadz yang terpesona dan jatuh cinta saat menatap perempuan muslimah yang anggun, cantik, berbusana muslimah sedang memegang payung. Ketika sang ustadz Ghofar diperkenalkan dan menatapnya, gadis muslimah ini pun tersipu malu sambil menundukkan wajahnya. Adegan terpesona kepada Nur Hasanah tetap 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pemanfaatan simbol masjid dan pengaburan maknanya dijadikan strategi pengemasan (produk sinetron) dan sekaligus pemasaran untuk menarik khalayak muslim. Simbol masjid sebagai tempat suci dan tempat beribadah umat Islam dimanipulasi untuk kepentingan rating. 2) Menggunakan simbol kelompok dominan dan mengikuti trend (budaya populer) untuk melanggengkan mitos bahwa sinetron religi adalah bentuk dakwah Islam. Kedok mendapatkan uang (rating/pengiklan) ini, tidak menentukan kualitas dan isi tayangan, namun diukur melalui rating. 3) Cara menarasikan cerita, pengambilan gambar atau angle kameranya dominan dari sudut pandang budaya patriarki, sehingga terkesan perempuan menjadi objek. Ideologi patriarki dilanggengkan oleh kapitalisme sebagai ideologi utama. Khalayak pemirsa mayoritas perempuan adalah objek untuk dijadikan komoditas. 4) Sinetron ini menguatkan posisi subordinat perempuan dalam hirarki sosial budaya. Budaya patriarki dipertahankan untuk melanggengkan bentuk dominasi kapitalisme dalam melancarkan bisnis industri sinetron dan budaya populer yang disebar melalui televisi. 5) Cerita jatuh cinta yang

<p>berlangsung meski sudah pergi jauh, kagum dengan ciptaan Allah. Adegan jatuh cinta Islami ini, terkesan sebagai sinetron yang mengajarkan dakwah dan seperti apa cinta yang Islami.</p> <p>6. Adegan warga Kampung Duku yang sedang gotong-royong, kedatangan WIN-HT. Visualisasi ini menggambarkan “blusukan” untuk kepentingan masyarakat didukung dengan dialog yang memuji-muji penduduk rajin bergotong royong. Melalui “blusukan” ke Kampung Duku dan terjun langsung ke masyarakat lewat sinetron TBNH ini diupayakan agar keduanya dapat memiliki citra yang baik dan meningkatkan popularitas mereka di mata masyarakat khususnya penonton TBNH. Citra yang diinginkan adalah pemimpin selalu dan ikut terlibat membantu masyarakat dalam bencana-bencana yang terjadi.</p> <p>7. Adegan WIN-HT di dukung simbol agama Islam yang diwakili oleh Emak Haji yang dengan kultur Betawi adalah keluarga muslim dan diperkuat dengan simbol pakaian muslimah. Didukung simbol pakaian muslim seperti: peci, sorban, jubah yang dikenakan Ngadimin, serta diperkuat penggunaan kata atau kalimat yang diucapkan dalam dialog, seperti “Assalamu’alaikum”, “Ulil Amri”, dan lain sebagainya.</p>	<p>dibungkus dengan simbol Islam serta didukung dengan budaya Betawi menjadikan sinetron ini menarik bagi pasar. Adegan ini membangun mitos bahwa perempuan yang salehah adalah yang anggun, cantik, melindungi diri yang ditandai dengan payung dan berjilbab. Perempuan adalah makhluk yang pasif, objek perhatian, objek tatapan, dan sebagai yang dipandang bukan yang memandang. Ini adalah bentuk tatapan laki-laki (kapitalisme).</p> <p>6) Tampilnya WIN-HT dalam sinetron TBNH ini bentuk pengaruh kekuatan politik dan ekonomi serta nilai feodalisme dari pemilik media. Pemilik kuasa menentukan isi dari sebuah tayangan. Adegan ini dapat dimaknai sebagai upaya pemilik untuk mengeksploitasi televisi sebagai frekuensi milik publik. HT sebagai pemilik, menggunakan medianya untuk kepentingan pribadi dan kelompoknya.</p> <p>7) Melanggengkan budaya feodal, dimana rakyat kecil harus melayani pemimpin dan merepresentasikan kepentingan politik penguasa atau pemilik media. Simbol Islam dan budaya Betawi ditampilkan merupakan strategi pemasaran utama untuk mendekati ke khalayak untuk memperoleh rating dan kekuasaan.</p>
---	--

Berdasarkan tabel di atas, penulis dapat mengungkapkan bahwa sebagai sinetron yang mengkalaim religi, TBNH tidaklah banyak memuat ajaran agama Islam dan memiliki nilai budaya yang mendidik. Bahkan sebenarnya sinetron ini lebih banyak menampilkan dan mendistrorsi atau bahkan menyimpangkan makna agama Islam itu sendiri. Berbagai ideologi dan kepentingan, seperti budaya konsumtif, patriarki, feodal, gaya hidup hedonis dan materialistik dan lain sebagainya, cukup jelas

menyimpangkan makna yang ada dalam sinetron TBNH itu. Dominasi kepentingan kapitalismelah yang melanggengkan budaya atau ideologi tersebut, karena kapitalisme telah menjadikan dan memanfaatkan simbol agama Islam dan Budaya Betawi sebagai sebuah kedok belaka untuk menutupi bahwa sinetron religi ini adalah tidak jauh berbeda dengan sinetron lainnya.

Melalui analisis teks dan semiotika, penulis dapat mengungkapkan bahwa simbol-simbol (atau yang berasosiasi) Islam dan budaya Betawi yang ditampilkan dalam sinetron TBNH menunjukkan bahwa teks tersebut jelas telah dijadikan alat atau komoditas untuk dikomodifikasi dan diperjualbelikan. Penggunaan simbol agama dan budaya secara berlebihan melalui kata-kata sensasional, hiperbola dan provokatif menjadikan nilai-nilai kebaikan dan ajaran agama mengalami distorsi bahkan menyimpang. Penyimpangan tidak terjadi karena untuk menarik khalayak dan menjadi strategi mempertahankan sinetron ini untuk terus diproduksi dan ditayangkan, namun juga banyaknya nilai-nilai budaya atau ideologi lain yang bertentangan dengan Islam seperti: budaya dan gaya hidup hedonis (materialis), pragmatis, patriarki, feodalisme dan lain sebagainya. Pemilihan simbol dalam sinetron ini menyesuaikan pada simbol-simbol yang telah hidup di masyarakat dan telah dikenal, hidup dan populer di masyarakat. Namun demikian penggunaan simbol-simbol tersebut lebih banyak didominasi untuk kepentingan komersial dibanding dengan kepentingan untuk pendidikan atau dakwah.

Simbol agama Islam yang ditampilkan dalam sinetron ini dikemas dengan berbagai bentuk dan peristiwa, seperti penggunaan lambang (masjid, tasbih, sajadah, kaligrafi), berbusana muslim (jilbab, sorban, kopiah), dan perilaku (berkurban, sedekah). Penggunaan seperti ini tentu akan mereduksi makna hakikinya karena distandarisasi dan ditujukan untuk kepentingan komersial. Seperti halnya sadaqah, pada hakikatnya ia bukanlah pesan agama tetapi praktik simbolik dari ajaran agama. Pesan ajaran agama yang termuat dalam shadaqah adalah kesediaan diri berbagi pada sesama atau ungkapan rasa syukur kepada Allah. Demikian juga dengan mengenakan jilbab bagi muslimah. Jilbab bukanlah inti dari pesan agama yang hendak disampaikan, selalu ada kode yang melahirkan makna dalam setiap praktik simbolik tersebut. Jilbab hanyalah praktik religius bersifat simbolik yang berkerja sebagai kode, ada makna pesan agama yang hendak disampaikan. Namun dalam praktiknya, realitas agama dalam sinetron sering membuat makna menjadi tersamarkan. Simbol justru menjadi pesan agama itu sendiri dan menutupi atau memanipulasi makna yang ada di baliknya.

Sebagaimana dapat ditemukan pada tatapan kamera untuk kepentingan industri televisi yang sering digunakan dalam sinetron TBNH bahwa perempuan selalu dipandang sebagai objek, mahluk lemah, suka menangis, dst., adalah bentuk permainan mitos yang dilakukan kapitalisme media televisi. Simbol ini tieak jauh berbeda dengan sinetron yang lainnya. Penggunaan simbol-simbol Islam dalam sinetron ini telah dikaburkan maknanya melalui nilai-nilai lain karena jelas sikap yang menjadikan perempuan sebagai objek hiburan adalah melanggengkan budaya patriarki, gambaran hidup dengan kemewahan adalah bentuk gaya hidup hedonis lebih banyak ditonjolkan, menampilkan tempat makan, mall dan gedung mewah adalah bentuk konsumerisme. Ini tentu menyimpang dari agama, karena agama lebih mengarahkan pada hidup yang sederhana atau kesolehan secara substansial.

Oleh karena itu, kemunculan simbol masjid, berjilbab, bersorban, bertasbih atau bertutur dengan bahasa dan simbol Islami dalam sinetron TBNH bisa menjadi realitas simbolik yang dikonstruksi untuk kepentingan kapital dalam menarik khalayak sebagai pasar. Simbol-simbol yang muncul jelas merepresentasikan dan melanggengkan ideologi-ideologi tertentu seperti patriarkisme, feodalisme, hedonisme, dan lain-lain. Keberadaan realitas simbolik ini telah dimanfaatkan atau dieksploitasi dan bahkan secara tidak langsung keberadaanya “dipaksakan” menjadi realitas dan budaya di masyarakat.