

BAB IV

ANALISIS

Dilihat dari perkembangan zaman yang berdasar pada pemahaman kemoderenan yang dituntut cepat dalam informasi dan komunikasi, tak hayal jika masyarakat memanfaatkan media sosial menjadi ujung tombak pusat informasi dan komunikasi mereka, walaupun kita perlu mengkaji kembali apakah informasi yang kita dapat melalui media sosial atau televisi dapat dipercaya sepenuhnya atau hanya berita *hoax* atau berita yang dibuat hanya untuk kepentingan satu pihak saja, apakah itu untuk kepentingan politik, ekonomi atau hanya untuk mencari sensasi. Dalam prinsipnya, tidak ada perbedaan diantara kedua tersebut, yang digambarkan melalui media televisi sebagai salah satu media sosial dan pusat informasi.

Menurut Baudrillard dalam pandangannya mengatakan, televisi adalah jantung dari kebudayaan pascamoderen yang ditandai oleh arus simulasi dan *facsimile* yang memuaskan dan mencakup semua, yaitu suatu hiper-realitas di mana kita dijejali dengan citra dan informasi. Ini adalah dunia di mana serangkaian perbedaan moderen yang nyata dan tidak nyata, yang publik dan yang privat, seni dan realitas, telah runtuh atau terhisap ke dalam 'lobang hitam'.

Berikutnya menurut Baudrillard, 'hiper-realitas' diproduksi menurut suatu model. Hiper-realitas tidak diperoleh melainkan diproduksi sebagai suatu yang nyata sehingga 'hiper' berarti 'lebih nyata dari pada yang nyata', kenyataan yang disentuh ulang dalam 'kemiripan halusinatif' dengan dirinya sendiri. Baudrillard

mendeskripsikan suatu proses yang mengarah pada hancurnya sekat-sekat, yang disebut dengan ‘implosion’, antara media dan dunia sosial, sehingga tidak ada bedanya antara berita dengan hiburan, dan ‘TV menjadi dunia’.

fenomena ustadz selebriti yang tampil di televisi memberikan gambaran relasi antara *bintang (idols)* dan *penggemar (fans)* kini mempengaruhi berbagai wacana-wacana lainnya, seperti pendidikan, politik, keorganisasian, spritualitas, dan keagamaannya.

Dalam perkembangan kapitalisme yang muncul dikalangan kaum elit sangat berpengaruh terhadap kalangan agamawan yang menjadikan mereka sebagai Ustadz selebrti. Para ulama banjarmasin menjelaskan bahwa ustadz selebrti harus memiliki latar belakang pendidikan agama yang baik untuk menjadi syarat penting dalam penyampai pesan keagamaan kepada umat islam.

Bapak Sarmiji menegaskan tentang Ustadz selebrti yang harus memiliki pengalaman keagamaan yang baik serta memiliki dan memahami nilai-nilai agama, karena menurut beliau tidak mudah menjadi seorang pigur Ustadz selebriti yang dekat dengan berbagi godaan seperti materi, ketenaran dan kepopuleran. Jika mereka terpengaruh, maka kesalehan dan kewibawaan seorang Ustadz akan lunturnya nilai-nilai agama diakibatkan oleh kurang ikhlasnya dalam berdakwah, agar itu tidak terjadi, maka penting adanya seorang Ustadz selebrti itu memiliki pengetahuan agama yang baik serta mampu mengamalkan dengan baik pula, agar perkataan dan tindakan bisa berjalan lurus, dan ini bisa meredam nafsu duniawi.

Selanjutnya, dilihat dari segi latar belakang keilmuan pendapat responden tentang Ustadz selebriti yang mengatakan seorang penceramah atau Ustadz harus memiliki keilmuan yang mapan agar apa yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam yang sebenarnya. Ceramah atau berdakwah yang disampaikan dengan humoris, atau pun dengan bernyanyi itu dibenarkan oleh responden untuk mencairkan suasana. Dan ini senada yang diutarakan bapak Asmaran bahwa dalam berdakwah tidak harus formal dan kaku.

Kemudian bapak Abdullah karim menambahkan Ustadz selebtri itu terbagi dua, pertama jelas memiliki latar pendidikan agama dan memahami secara mendalam tentang ajaran agama islam dan ada juga yang Ustadz karbitan atau settingan yang setiap ceramahnyadan pertanyaan untuk si Ustadz sudah diatur sedemikian rupa, agar penonton atau pemirsa yang menonton tertarik dan terhibur dalam mendengar ceramah tersebut, dan itu akan berbanding lurus dengan keuntungan yang didapatkan oleh pemilik modal.

Bapak murjani menuturkan, Pemanfaatan media televis sebagai wadah berdakwah sangat dianjurkan oleh responden, sebab pemanfaatan media televisi untuk berdakwah sebenarnya, untuk mengurangi pengaruh buruk yang disebabkan oleh individu-individu yang tidak bertanggung jawab. Oleh sebab itu pengetahuan tentang ilmu-ilmu agama secara mendalam baik itu, tentang asal terbentuknya sebuah hukum, larangan maupun perintah dalam ajaran Islam.

Berkenaan dengan seorang Ustadz selebriti yang ikut mainsinetron atau iklan, tidak menjadi sebuah masalah asal apa yang disampaikan dalam sebuah

sinetron atau iklan tidak menyimpang dari ajaran Al-Quran dan Hadits. Selama tujuannya untuk berdakwah dan untuk menjangkau kalangan orang yang modern lewat main sinetron atau iklan menurut saya sah-sah saja. Maka akan terbentuknya popularitas yang positif dari pandangan masyarakat luas. Memiliki kemampuan menjadi seorang Ustadz selebriti yang menjadi pemain sinetron atau iklan merupakan kelebihan dan menjadi metode dakwah.

Menurut responden dalam berdakwah ada berbagai macam metode yang digunakan agar tercapainya sasaran yang tepat kepada kalangan masyarakat modern, tetapi masyarakat awam lebih tertarik mendengarkan langsung untuk datang ke majelis yang ada di masjid, langgar atau musholla dan rumah-rumah warga. Ada yang menggunakan sebagian metode homuris agar apa yang disampaikan kepada jamaah tidak bosan dan biasanya para anak muda tertarik dengan metode yang homuris tidak terlalu serius dalam penyampaian dakwahnya.

Dari berbagai metode yang diterapkan oleh media kepada Ustadz selebriti dan pemanfaatan televisi sebagai media dakwah dan berbagai macam settingan agar lebih menarik, ini berdampak kepada popularitas seorang Ustadz selebriti meningkat, popularitas yang diperoleh diharapkan dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menjaga sebuah kharisma sebagai seorang penceramah agama. Baik dari segi berpakaian sesuai dengan dicontohkan oleh nabi Muhammad saw., yang sesuai dengan perintah agama, berperilaku baik kepada semua orang, baik ketika berdakwah atau dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kharisma yang baik, latar belakang keilmuan yang mapan, tutur kata yang baik, berperilaku baik maka akan dengan sendirinya tercipta sebuah wibawa seorang

Ustadz, dan popularitas sebagai penunjang, bukan prioritas sebagai bisnis dan juga bukan sebagai kepentingan segelintir kelompok saja.

Walaupun yang kita tahu bahwa media khususnya televisi sangat erat kaitannya dengan kapitalisme atau pemilik modal yang dapat mengatur sedemikian rupa, agar yang muncul di televisi atau media massa dapat memberikan keuntungan bagi pemilik modal. Sehingga apa yang disebut dengan hiper-realitas benar terjadi. Konteks hiper-realitas pada zaman modern sudah menjadi kenyataan yang tidak dapat dipungkiri.

Televisi sebagai media yang memegang peran sentral dalam membentuk opini masyarakat mengenai realitas kehidupan keagamaan yang ada. Dan Agama juga telah memiliki pengaruh yang kuat dalam memberikan opini publik dalam segala ranah kehidupan masyarakat. Contoh, apa yang dikatakan oleh Karl Max tentang agama sebagai candu, protesnya Martin Luther tentang selembar kertas untuk penebusan dosa dan pada abad pertengahan (kira-kira abad ke-14), yang menjelaskan tentang pengaruh begitu kuat yang dilakukan oleh kaum agamawan (gereja) dalam mempertahankan pengaruhnya terhadap pemerintahan, dan hal inilah yang mengakibatkan munculnya zaman *Renaissance*.

Melihat paparan di atas, Kita bisa memberikan kesimpulan bahwa, agama telah menentukan posisinya sendiri apakah itu positif atau negatif tergantung kita yang memosisikannya. Agama kini telah menjadi 'peluru' mematikan bagi kapitalisme dan atau bisa menjadi 'mata air' yang bisa melepaskan dahaga bagi umat manusia ditengah gurun pasir kemoderenan.

