

Eva Rusliana, NIM. 140531100012 KOMODIFIKASI DAKWAH DALAM PROGRAM ACARA KISWAH FEMALE NING FIRDA TV9. Di bawah bimbingan : Surokim, S.Sos., M.Si

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk komodifikasi dakwah program Kiswah Female Ning Firda di TV9. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, dengan menggunakan teori ekonomi media, analisis model Norman Fairclough, yang terdiri dari level Teks, Discourse Practice dan Socioculture Practice. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni dengan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data guna meng cross check keabsahan data pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada awalnya program acara kiswah female ini berusaha menjadikan dakwah sebagai substansi. Tapi pada kenyataannya semakin berkembangnya program-program hiburan di televisi di Indonesia mau tidak mau para pekerja media. Khususnya TV lokal di dorong untuk bisa mempertahankan agar tetap eksis. Dalam hal ini timbullah pemikiran dari para pekerja media untuk membuat konten yang kekinian menghibur tetapi tetap tradisional. Teks-teks program dakwah kiswah female memperlihatkan kuatnya gejala hiburanisasi pada program-program tersebut. Hal ini terlihat dari konsep tayangan yang cenderung mengedepankan nuansa kekinian atau nge-pop. Terlihat dari pemilihan kata-kata (menggunakan bahasa gay, gaul serta penggunaan bahasa luar), pemilihan lokasi (outdoor, tempat-tempat santai yang instagramable), serta pemilihan pembicara atau host yang ditampilkan dalam dakwah (menghadirkan tokoh-tokoh dari kalangan NU). Hal tersebut menunjukkan adanya komodifikasi isi dalam tayangan Kiswah Female Ning Firda terlihat jelas dalam penelitian ini, yang mana program dakwah kiswah female cenderung mengedepankan hiburan, alih-alih informasi mengenai dakwah keagamaan.

Kata kunci : Kiswah Female, Komodifikasi, Analisis Wacana Kritis , TV9 Nusantara

Eva Rusliana, NIM. 140531100012 DAKWAH COMMODIFICATION IN PROGRAM KISWAH FEMALE NING FIRDA TV9. Under guidance of : Mr. Surokim, S.Sos., M.Si

Abstract

This study aims to find out how the commodification forms of da'wah Female Ning Kisda Firda program on TV9. This research uses a critical paradigm, using media economic theory, a model analysis of Norman Fairclough, which consists of Text levels, Discourse Practice and Socioculture Practice. Data collection methods used are interviews, observation, documentation, and literature. Data analysis uses data reduction techniques, presentation and conclusion. The data validity technique uses triangulation of data sources to cross check the validity of the data in this study.

The results of this study indicate that initially that Kiswah Female program tried to make da'wah as a substance. But in fact the development of entertainment programs on television in Indonesia inevitably the media workers. In particular, local TV is encouraged to be able to maintain the existence. In this case, then arises somekind of thoughts that media workers to create content that is now entertaining but still traditional. The texts of the female propaganda program show the strength of the symptoms of entertainment in these programs. This can be seen from the concept of impressions that tend to prioritize contemporary or pop nuances. Seen from the choice of words (using gay language, slang as well as the use of foreign languages), location selection (outdoor, instagramnable relaxing places), as well as the selection of speakers or hosts displayed in da'wah (attending figures from NU circles). This shows the existence of commodification of content in the Kiswah Female Ning Firda shows clearly seen in this study, where the female propaganda program tends to prioritize entertainment, instead of information about religious propaganda.

Keywords: Female Kiswah, Commodification, Critical Discourse Analysis, TV9 Nusantara