

## Evolusi Konten Religius Televisi di Indonesia

Aldin Aldama

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung  
aldinaldama@unisba.ac.id

**Abstrak:** Televisi sebagai media massa berperan signifikan dalam membentuk wacana keagamaan di Indonesia. Artikel ini berfokus pada evolusi konten religius, jenis program keagamaan, penonton, dan regulator. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran media televisi dalam menyajikan program-program keagamaan di Indonesia, serta dampak sosial dan budaya yang ditimbulkannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literatur review, mengumpulkan data dari artikel, laporan penelitian, dan sumber lain yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam program keagamaan, dari ceramah hingga sinetron religi, mencerminkan dinamika politik dan sosial yang terjadi. Program-program ini tidak hanya bertujuan untuk edukasi keagamaan tetapi juga memperkuat identitas budaya dan menghadapi aspek komersialisasi yang semakin meningkat. Regulator berperan penting dalam memastikan kesesuaian konten dengan norma sosial dan etika yang berlaku. Artikel ini mengungkapkan bahwa televisi telah mengubah cara pengertian agama dan praktik keagamaan masyarakat Indonesia, dan tantangan ke depan adalah menjaga keseimbangan antara komersialisasi dan integritas spiritual program-program keagamaan.

**Kata Kunci:** Televisi, Program Religius, Wacana Keagamaan, Komersialisasi, Regulasi.

***Abstract:** Television as a mass media plays a significant role in shaping religious in Indonesia. This article focuses on the evolution of religious content, types of religious programs, viewers, and regulators. The aim of this research is to explore the role of television media in shaping and influencing religious programs in Indonesia, as well as the social and cultural impacts it generates, using a qualitative approach with a literature review method, gathering data from articles, research reports, and other relevant sources. The research findings indicate significant changes in religious programming, from sermons to religious soap operas, reflecting the ongoing political and social dynamics. These programs not only aim to educate about religion but also reinforce cultural identity and confront the increasingly commercial aspects of religious broadcasting. Regulators play an important role in ensuring content aligns with applicable social norms and ethics. This article reveals that television has transformed the understanding of religion and religious practices in Indonesian society, and the future challenge is to maintain a balance between commercialization and the spiritual integrity of religious programs.*

***Keywords:** Television, Religious Programs, Religious Discourse, Commercialization, Regulation.*

### Pendahuluan

Televisi telah muncul sebagai media yang kuat dalam membentuk wacana keagamaan di Indonesia. Sebagai salah satu bentuk media yang populer, televisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana program-program keagamaan disajikan dan dikonsumsi oleh pemirsa di seluruh nusantara. Interaksi antara stasiun televisi, pembuat konten, dan pemirsa telah mengarah pada pengembangan program keagamaan yang beragam untuk melayani target pemirsa yang berbeda tetapi tetap mencerminkan nilai-nilai agama dan norma-norma budaya bangsa.

Televisi telah lama menjadi medium yang mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk agama. Di Indonesia, televisi memainkan peran penting dalam menyebarkan dan membentuk pemahaman keagamaan masyarakat. Sejak awal era penyiaran televisi di Indonesia, konten religius telah menjadi bagian integral dari *programming* televisi, mencerminkan keragaman agama dan budaya yang ada di negara ini. Evolusi historis dari konten religius televisi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dari awal penyiaran hingga saat ini, mencerminkan perubahan dalam dinamika sosial, budaya, dan politik.

Pada awalnya, program-program religius televisi di Indonesia lebih didominasi oleh acara-acara yang bersifat ceramah, khotbah, atau doa, dan biasanya disiarkan oleh stasiun televisi yang dikelola oleh organisasi keagamaan. Namun, seiring berjalannya waktu, format program ini telah berkembang menjadi berbagai jenis acara, mulai dari drama religi, talkshow, hingga kompetisi keagamaan.



Pentingnya program religius di televisi tidak hanya terletak pada aspek keagamaan semata, tetapi juga pada dampak sosial dan budaya yang ditimbulkannya. Program-program ini sering kali berfungsi sebagai alat untuk mengedukasi masyarakat mengenai ajaran agama, memperkuat identitas budaya, dan membentuk pandangan masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan. Namun, aspek komersial dari program-program ini juga tidak bisa diabaikan. Persaingan antara stasiun televisi untuk menarik pemirsa dan iklan sering kali mempengaruhi jenis dan format acara yang diproduksi.

Selain itu, kerangka kerja regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah dan lembaga pengawas media juga memainkan peran penting dalam membentuk konten religius di televisi. Regulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa program-program tersebut sesuai dengan norma dan etika yang berlaku, serta tidak menyinggung kelompok agama atau budaya tertentu. Data terkini menunjukkan bahwa program-program religius televisi di Indonesia terus mengalami pertumbuhan, dengan semakin banyaknya saluran yang menawarkan konten keagamaan dan meningkatnya minat masyarakat terhadap acara-acara tersebut. Hasil riset Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menyebutkan indeks kualitas program siaran TV (per kategori) untuk kategori program religius rentang waktu Februari-Maret 2024 (periode I) secara konsisten berada pada skala 3 (berkualitas).



Sumber: PPT Ekspos IKPSTV Periode 1 Tahun 2024 KPI

Artikel ini mengeksplorasi peran media televisi dalam membentuk program-program keagamaan di Indonesia yang mengkaji evolusi historis dari konten religius di televisi Indonesia, berbagai jenis acara religius. Artikel ini juga mengungkapkan respon/ penerimaan penonton, aspek komersial, kerangka kerja regulasi, dan dampak sosial dan budaya yang lebih luas dari program religius di televisi. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, muncul wawasan tentang bagaimana televisi membentuk wacana dan praktik keagamaan dalam masyarakat Indonesia yang beragam.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data dari berbagai sumber, termasuk, artikel, dan laporan penelitian atau metode literatur review. Literatur review merupakan ikhtisar komprehensif tentang penelitian yang sudah dilakukan mengenai topik yang spesifik untuk menunjukkan apa yang sudah diketahui tentang topik tersebut dan apa yang belum diketahui, untuk mencari rasional dari penelitian yang sudah dilakukan atau untuk ide penelitian selanjutnya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil-hasil penelitian yang sudah dilakukan dan diterbitkan dalam jurnal nasional dan internasional dengan cara melakukan pencarian jurnal penelitian yang dipublikasikan di internet menggunakan *search engine ProQuest, PubMed, Research Gate, SagePub* dan *Schoolar* dengan kata kunci televisi, program religius, wacana keagamaan, komersialisasi, dan regulasi.

## Hasil dan Pembahasan

Evolusi program keagamaan di televisi Indonesia terkait erat dengan perubahan politik dan sosial di Indonesia. Perkembangan ini mencerminkan pengaruh agama yang semakin besar dalam masyarakat Indonesia dan peran media dalam membentuk wacana keagamaan. Pada masa-masa awal televisi Indonesia, program keagamaan dibatasi dan dikontrol dengan ketat. Menurut laporan yang dipublikasikan oleh VOA News (2021), selama tiga dekade pemerintahan Soeharto, pemerintah berusaha untuk membendung gerakan-gerakan Islam, yang mengakibatkan terbatasnya konten keagamaan di televisi. Namun, jatuhnya rezim Soeharto pada tahun 1998 menandai titik balik yang signifikan bagi penyiaran agama di Indonesia.

Era pasca-Soeharto lonjakan popularitas siaran keagamaan Islam meningkat. Pergeseran ini terkait erat dengan fungsi televisi dalam menyiarkan film dan sinetron Islam. Pencabutan sensor yang ketat dan pelarangan media memungkinkan penyebaran informasi, termasuk konten agama, di seluruh nusantara. Ketika Indonesia bertransisi menjadi negara demokrasi, negara ini mengalami peningkatan kemampuan untuk mempelajari dan mengekspresikan keyakinan agama. Hal ini menyebabkan ledakan budaya pop Muslim, dengan nilai-nilai Islam dan ekspresi keimanan yang tidak lagi terbatas pada masjid atau acara maupun ritual keagamaan.

Pergeseran ke arah konten religius yang lebih berfokus pada hiburan menjadi nyata dalam berbagai bentuk:

1. Film-film bertema Islam semakin populer, dalam bentuk film seperti “Ayat Ayat Cinta” menjadi fenomena budaya pada tahun 2000-an.
2. Nada dering Muslim untuk telepon seluler pun menjadi populer di mana-mana.
3. Sinetron yang sering menampilkan alur cerita yang mengadu pahlawan yang baik dan setia melawan musuh yang bejat dan memanipulasi.
4. Beberapa pengkhotbah Muslim yang sampai mencapai status selebriti.
5. Peragaan busana muslim, yang diadakan di Jakarta pada awal tahun 2000-an.

Tren menuju konten religius yang berfokus pada hiburan ini mencerminkan meningkatnya kesalehan penduduk Indonesia dan respons media terhadap pergeseran budaya ini.

Bentuk dari pergeseran ini dalam satu dekade terakhir ini telah terjadi peningkatan yang signifikan dalam popularitas program religius, salah satunya adalah program religius berbentuk sinetron/ film yang bertema Islam di televisi Indonesia. Program ini dikenal sebagai sinetron/ film religi, yang telah menjadi bagian penting dari siaran keagamaan di negara ini. Salah satu contohnya adalah film “Ayat-ayat Cinta”, yang menonjol karena temanya yang Islami. Film ini merepresentasikan ide, ritual, komunitas, ikonografi, dan musik Islam, dengan mengandalkan Islam untuk pengembangan narasi, tema, dan karakter (Hariyadi, 2013). Film ini menggambarkan kisah cinta Islami yang penuh gaya, menampilkan protagonis Muslim yang berbudi luhur yang mengatasi rintangan dengan tetap mempertahankan cita-cita Islam.

Perkembangan signifikan lainnya dari pergeseran konten ini adalah perilisan “Ketika Cinta Bertasbih” bagian 1 dan 2 pada tahun 2009. Film-film ini adalah film pertama yang secara resmi diberi label 'halal' (diperbolehkan menurut hukum Islam) oleh Majelis Ulama Indonesia. Film-film ini mengeksplorasi isu-isu pernikahan secara rinci, memberikan penjelasan mengapa pernikahan harus dilakukan melalui prinsip-prinsip Islam, menekankan bahwa berpacaran tidak diperbolehkan dan menyentuh lawan jenis dilarang. Sinetron dan film bertema Islam ini telah mendapatkan popularitas yang cukup besar di kalangan pemirsanya Indonesia (Fauzi dan Jannah, 2023).

Munculnya program religius tidak terbatas pada saluran televisi. Banyak stasiun televisi yang kini menggunakan frekuensi satelit untuk menyiarkan program keagamaan secara eksklusif, seperti Rodja TV, Ihsan TV, dan Surau TV. Selain itu, dengan pesatnya perkembangan internet, banyak stasiun televisi yang menggunakan *platform YouTube* untuk menyiarkan program keagamaan mereka, termasuk Cokro TV, Al Bahjah TV, Yufid TV, TV MU (TV Muhammadiyah), dan Nabawi TV. Perkembangan historis program keagamaan di TV Indonesia ini mencerminkan perjalanan negara Indonesia menuju ekspresi keagamaan yang lebih besar dan adaptasi media terhadap perubahan nilai dan kepentingan masyarakat.

## Jenis-jenis Program Religius Televisi di Indonesia

Televisi Indonesia menawarkan beragam program keagamaan, yang melayani penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam dan juga mencerminkan keragaman budaya dan agamanya. Program-program ini telah berkembang secara signifikan memasuki era reformasi, yang menandai titik balik penyiaran agama di Indonesia. Berikut beberapa jenis program religius televisi di Indonesia:

### 1. Acara bincang-bincang

Acara keagamaan ini telah menjadi ciri khas televisi Indonesia, menyediakan *platform* bagi para pemimpin agama dan cendekiawan untuk mendiskusikan berbagai aspek keimanan/ketakwaan. Program-program ini sering kali menampilkan diskusi tentang ajaran Islam, isu-isu kontemporer, dan nasihat praktis untuk menjalani kehidupan beragama. Popularitas acara-acara ini terbukti berhasil dengan tingginya rating yang diraih.

### 2. *Reality Show*

*Reality show* dengan tema religius telah mendapatkan daya tarik yang signifikan di Indonesia. Program-program ini sering kali memadukan elemen-elemen keimanan dengan hiburan, menciptakan konten yang menarik bagi pemirsa. Salah satu contohnya adalah “Jika Aku Menjadi”, yang menempatkan individu kelas menengah atau kaya di daerah pedesaan Indonesia, mendorong empati dan kesadaran sosial melalui sudut pandang agama. *Genre* ini telah menjadi sangat populer sehingga *reality show* baru-baru ini menggeser sinetron sebagai pemimpin rating di Indonesia (The New York Times, 2009).

### 3. Drama Naskah

Drama yang ditulis, khususnya sinetron Islami yang dikenal sebagai “sinetron religi”, telah menjadi bagian penting dari pertelevisian Indonesia. Program-program ini dimulai pada awal tahun 2000-an untuk menarik lebih banyak pemirsa Muslim setelah beberapa dekade pembatasan terhadap Islam di bawah pemerintahan orde baru. Salah satu contoh yang populer adalah “Lorong Waktu,” yang menceritakan petualangan Ustād Addin, Haji Husin, dan seorang siswa muda bernama Zidan ketika mereka melakukan perjalanan melalui waktu, bertemu dengan berbagai peristiwa dan karakter bersejarah yang memberikan pelajaran hidup yang berharga (Wikipedia, 2024).

Namun, drama-drama ini telah menghadapi kritik karena penggambaran mereka tentang agama. Beberapa orang berpendapat bahwa mereka menyajikan pandangan “hitam-putih” tentang Islam, yang berpotensi memperkuat *stereotip* agama yang memecah belah dan mempromosikan *konservatisme*. Para kritikus juga menunjukkan bahwa acara-acara ini sering menggambarkan Muslim sebagai “orang baik” sementara mereka yang tidak terlihat sebagai Muslim atau tidak mengenakan pakaian Muslim digambarkan sebagai “orang jahat” (SCMP, 2020).

### 4. Acara Kuis

Meskipun tidak terlalu menonjol dibandingkan format lainnya, acara kuis agama juga muncul di televisi Indonesia. Program-program ini sering menguji pengetahuan kontestan tentang teks-teks agama, praktik, dan sejarah. Acara-acara ini memiliki tujuan pendidikan dan juga memberikan nilai hiburan.

Pentingnya televisi dalam menyebarkan pengetahuan agama ditunjukkan dengan meluasnya penyebaran program-program keagamaan. Program-program ini disiarkan tidak hanya selama bulan Ramadan, tetapi juga setiap hari sepanjang tahun. Dampak dari program-program ini sangat besar, dalam survei tahun 2018 menunjukkan bahwa 33,73% Generasi Z mengakses televisi sebagai sumber pengetahuan agama. Studi lain pada tahun 2020 menemukan bahwa 54,2% responden mendengarkan dan menonton ceramah agama dari televisi (Fauzi dan Jannah, 2023).

## Penerimaan dan Penilaian Pemirsa

Televisi telah muncul sebagai sumber pengetahuan agama yang signifikan bagi masyarakat Indonesia. Sebuah survei yang dilakukan oleh PPIM pada tahun 2018 mengungkapkan bahwa 33,73% Generasi Z (pemuda) mengakses televisi sebagai sumber informasi agama. Tren ini tidak terbatas pada pemirsa yang lebih muda, karena sebuah studi oleh

Alvara pada tahun 2020 menemukan bahwa 54,2% responden dari berbagai kelompok usia mendengarkan dan menonton khotbah keagamaan di televisi. Popularitas program religius terlihat jelas dalam peringkat acara tertentu. Misalnya, program “Damai Indonesiaku” yang diproduksi oleh TVOne berhasil mendapatkan pangsa 10,42% selama bulan Ramadan dan 8,33% pada hari-hari biasa. Yang lebih mengesankan lagi adalah program “Kata Ustadz Solmed” yang disiarkan oleh SCTV (Surya Citra Televisi), yang menikmati rating tinggi sebesar 31 share, secara signifikan mengungguli sinetron terpopuler yang hanya mencapai 15 share (Fauzi dan Jannah, 2023).

Meskipun banyak program religius berhasil mencapai tingkat popularitas yang luas, beberapa diantaranya memicu kontroversi. Program-program kontroversial sering kali muncul dari persinggungan antara agama dan politik. Sebagai contoh dalam kasus mantan gubernur Jakarta, yang menghadapi tuduhan penistaan agama, menyoroti sifat sensitif dari konten agama di media Indonesia (Pewresearch, 2024). Insiden semacam itu telah menyebabkan peningkatan pengawasan terhadap program keagamaan dan potensi dampaknya terhadap keharmonisan sosial.

Program keagamaan di Indonesia melayani pemirsa yang beragam, yang mencerminkan komposisi agama di Indonesia. Menurut data yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama pada tahun 2022, sekitar 87% penduduk Indonesia beragama Islam, sementara 11% beragama Kristen. Ini berarti ada sekitar 242 juta Muslim dan 29 juta orang Kristen di negara ini. Penerimaan konten keagamaan bervariasi di antara kelompok demografis yang berbeda. Sebuah survei pada tahun 2022 di Asia Selatan dan Tenggara mengungkapkan bahwa 86% Muslim menganggap sangat penting untuk menjadi Muslim yang benar-benar Indonesia, sementara hanya 21% orang Kristen yang memiliki pandangan yang sama (Pewresearch, 2024). Perbedaan persepsi ini memengaruhi jenis konten religius yang menarik bagi segmen pemirsa yang berbeda.

Untuk memenuhi preferensi pemirsa yang beragam, beberapa jaringan televisi telah mengadopsi strategi yang *inovatif*. Tanggapan pemirsa terhadap program keagamaan juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang lebih luas. Sebagai contoh, 64% umat Islam mendukung syariah sebagai hukum resmi negara (Pewresearch, 2024). Sentimen ini kemungkinan besar mempengaruhi jenis konten religius yang beresonansi dengan sebagian besar pemirsa.

Penerimaan penonton dan peringkat program religi di Indonesia mencerminkan lanskap religius yang kompleks di negara ini. Meskipun program-program populer memiliki jumlah penonton yang tinggi, konten yang kontroversial dapat memicu perdebatan publik dan intervensi pemerintah. Demografi pemirsa yang beragam membutuhkan pendekatan yang berbeda untuk program keagamaan, menyeimbangkan nilai-nilai tradisional dengan kebutuhan pemirsa yang lebih muda.

### **Aspek Komersial dan Regulasi**

Aspek komersial dari program keagamaan di Indonesia telah menjadi semakin signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jaringan televisi telah menyadari potensi konten religius untuk menarik pemirsa dalam jumlah besar, terutama di antara penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Hal ini telah menyebabkan lonjakan dalam produksi dan penyiaran program keagamaan, dengan banyak jaringan yang mendedikasikan saluran khusus untuk konten Islam (Wikipedia, 2024). Sponsor program keagamaan telah menjadi bisnis yang menguntungkan bagi jaringan televisi. Tingginya jumlah penonton ini menghasilkan pendapatan iklan yang cukup besar, sehingga menjadikan program religius sebagai investasi yang menarik bagi jaringan televisi.

Komersialisasi program keagamaan juga menghadapi tantangan dalam hal regulasi. Di Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia memainkan peran penting dalam membentuk konten program keagamaan, terutama selama bulan Ramadan. Mereka mengeluarkan surat edaran tahunan yang menguraikan peraturan tentang konten yang sesuai dan persyaratan untuk pengkhotbah di televisi. Peraturan ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan komersial dan integritas agama. Seiring dengan terus berkembangnya program keagamaan di Indonesia, para pemangku kepentingan harus menjaga keseimbangan antara kesuksesan komersial dan keaslian spiritual. Tantangannya terletak pada menciptakan konten yang menarik

perhatian pemirsa dan menghasilkan pendapatan, namun tetap sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran agama.

Regulator pemerintah memiliki dampak yang signifikan terhadap program religius di Indonesia. Kerangka regulasi untuk program keagamaan di Indonesia terutama diatur oleh UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Undang-undang ini membentuk Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam kegiatan penyiaran. Kewenangan KPI, sebagaimana diuraikan dalam Pasal 8 ayat (2) undang-undang tersebut, termasuk menetapkan standar program siaran dan menyusun pedoman perilaku penyiaran. Struktur organisasi KPI dibagi menjadi tiga bidang utama: bidang kelembagaan, bidang distribusi, dan bidang pengawasan isi siaran (Yudiawan dan Ariestu, 2023). Struktur ini memungkinkan KPI untuk secara efektif mengawasi dan mengatur industri penyiaran, termasuk program keagamaan.

KPI telah mengembangkan beberapa peraturan untuk memandu konten program siaran, termasuk konten keagamaan. Salah satu peraturan utama adalah Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 03 Tahun 2007 tentang Standar Program Siaran. Peraturan ini bertujuan untuk meningkatkan integrasi nasional, membangun karakter dan jati diri bangsa, serta memajukan kesejahteraan umum dan memastikan bahwa isi siaran tidak bertentangan dengan nilai-nilai masyarakat. Pasal 6 dari peraturan ini menetapkan bahwa standar isi siaran harus menghormati nilai-nilai agama, mematuhi norma kesopanan, melindungi anak-anak, perempuan, dan remaja, serta membatasi adegan kekerasan dan konten seksual (Yudiawan dan Ariestu, 2023). Pedoman ini sangat relevan untuk program keagamaan, untuk memastikan bahwa konten tersebut tetap menghormati dan sesuai untuk pemirsa yang beragam.

Pada tahun 2012, KPI mengeluarkan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran. Peraturan ini memberikan arahan bagi lembaga penyiaran untuk menjaga persatuan dan kesatuan, menghormati tradisi agama dan budaya, serta menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi dan hak asasi manusia (Yudiawan dan Ariestu, 2023). Meskipun KPI memberikan pedoman yang menyeluruh, stasiun televisi juga melakukan pengaturan sendiri untuk memastikan program keagamaan yang dibuat selaras dengan persyaratan peraturan dan harapan pemirsa. Regulasi mandiri ini menjadi semakin penting di *era digital*, di mana televisi tetap menjadi sumber informasi agama yang penting bagi banyak orang Indonesia.

Kerangka regulasi/ peraturan untuk program keagamaan di Indonesia melibatkan kombinasi dari undang-undang penyiaran, pedoman isi siaran, dan pengaturan sendiri/ mandiri oleh stasiun televisi. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten keagamaan tetap terhormat, sesuai, dan selaras dengan nilai-nilai masyarakat Indonesia.

### **Dampak Sosial dan Budaya**

Peran media televisi dalam membentuk program-program keagamaan di Indonesia telah memberikan dampak yang besar terhadap lanskap sosial dan budaya di Indonesia. Dampak ini terlihat jelas dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia, mulai dari membentuk wacana keagamaan hingga mempengaruhi opini publik dan mempromosikan nilai-nilai agama.

Televisi telah muncul sebagai media yang efektif untuk dakwah atau penyebaran agama dalam kehidupan kontemporer di Indonesia. Berkembangnya program-program Islam secara signifikan mempengaruhi tatanan kehidupan publik yang religius dalam masyarakat Indonesia. *Era digital* telah merevolusi wacana keagamaan lebih jauh. Konten-konten Islam, termasuk filosofi, teosofi, hukum Islam, dan pengetahuan agama kontemporer, telah mendapatkan pemirsa yang signifikan di platform seperti MJS (Masjid Jendral Sudirman) Channels dan Sabilu Taubah Channels. Pergeseran ini telah menyebabkan desentralisasi ceramah Islam, beralih dari tempat-tempat tradisional seperti masjid dan madrasah ke *platform* media baru yang didominasi oleh otoritas agama baru. Transformasi *digital* dari para penerima agama telah meningkatkan interaktivitas. Sementara konsumen media konvensional bersifat *pasif* dan terbatas pada komunikasi satu arah, sementara dunia maya telah menciptakan interaksi baru, yang memungkinkan keterlibatan antara pengguna *gadget* dan internet. Namun, transformasi ini juga membawa tantangan, seperti maraknya *hoax* dan kebutuhan akan kesejahteraan *digital* (Kholili, Izudin dan Hakim, 2024).

*Era digital* semakin memperkuat promosi nilai-nilai agama. Para kreator *digital* telah mengubah konten Islam ke dalam *platform virtual* untuk menjawab berbagai masalah yang dihadapi oleh audiens di seluruh Indonesia. Pergeseran ini telah menjadikan media daring sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara lebih efektif. Namun, promosi nilai-nilai agama melalui media televisi juga menimbulkan kekhawatiran. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menekankan pentingnya “fiqih informasi,” yang berfokus pada pesan-pesan agama yang konsisten dengan bahasa yang santun, tidak provokatif, tidak memfitnah, dan tidak menyebarkan berita bohong (*hoax digital*) (Kholili, Izudin dan Hakim, 2024). Pedoman ini mencerminkan perlunya promosi nilai-nilai agama yang bertanggung jawab dan beretika di *era digital*. Meskipun telah menciptakan peluang baru untuk pendidikan dan keterlibatan agama, media televisi juga membawa tantangan yang membutuhkan navigasi yang cermat dalam lanskap media yang terus berkembang.

## Kesimpulan

Evolusi konten religius di TV Indonesia mencerminkan perjalanan negara ini menuju ekspresi religius yang lebih besar, dengan pergeseran ke arah program yang lebih berfokus pada hiburan dan munculnya sinetron bertema Islam. Interaksi antara jaringan TV besar, organisasi keagamaan, dan regulator pemerintah telah menciptakan ekosistem yang kompleks untuk program keagamaan. Dinamika ini mencerminkan hubungan Indonesia dengan agama, media, dan kebijakan publik. Seiring dengan perkembangan Indonesia menuju *era digital*, tantangannya adalah bagaimana menyeimbangkan antara kesuksesan komersial dan keaslian spiritual dengan tetap mematuhi pedoman peraturan dan nilai-nilai agama.

Media televisi telah memainkan peran penting dalam membentuk program-program keagamaan di Indonesia, dan memiliki dampak yang besar terhadap lanskap keagamaan di negara ini. Pengaruhnya meluas dari membentuk wacana keagamaan hingga mempengaruhi opini publik dan mempromosikan nilai-nilai agama. Transformasi yang sedang berlangsung dalam program keagamaan menggarisbawahi perlunya beradaptasi dengan perubahan nilai dan kepentingan masyarakat sambil mempertahankan integritas konten keagamaan.

## Daftar Pustaka

- Fauzy, F. I., Jannah, A. N. (2021). Islamic on Screen: Religious Narrative on Indonesia's Television. *Jurnal Studia Islamika*. 28(2):473-480.
- Haryadi. (2013). Finding Islam in Cinema: Islamic Films and the Identity of Indonesian Muslim Youths. *Jurnal Al-Jami'ah*. 51(2):444-473.
- Kholili, M., Izudin, A., Hakim, M. L. (2024). Islamic proselytizing in digital religion in Indonesia: the challenges of broadcasting regulation. *Jurnal Cogent Social Sciences*. 10(1):1-15.
- KPI (2024). PPT Ekspos IKPSTV Periode 1. Tersedia dari <https://kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/37423-kpi-berencana-kembangkan-ikpstv-menjadi-indeks-penyiaran-indonesia-ipi>. Diambil 2 Agustus 2024.
- Pew Research (2024). 5 Facts about Muslims and Christians in Indonesia. Tersedia dari <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/03/28/5-facts-about-muslims-and-christians-in-indonesia/>. Diambil 25 Juli 2024.
- South China Morning Post (2020). Inside the cruel everyday world of Indonesia's popular Islamic soap operas. Tersedia dari <https://www.scmp.com/magazines/post-magazine/long-reads/article/3080213/indonesia-streaming-platforms-offer-tv-producers>. Diambil 14 Juli 2024.
- The New York Times (2009). Indonesians Embrace American-Style Reality TV. Tersedia dari <https://www.nytimes.com/2009/05/23/world/asia/23indo.html>. Diambil 13 Juli 2024.
- Voanews (2010). Muslim Pop Culture on the Rise in Indonesia. Tersedia dari: <https://www.voanews.com/a/muslim-pop-culture-on-the-rise-in-indonesia-89918547/115306.html>. Diambil 10 Juli 2024.
- Wikipedia (2024). Lorong Waktu (TV series). Tersedia dari [https://en.wikipedia.org/wiki/Lorong\\_Waktu\\_\(TV\\_series\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Lorong_Waktu_(TV_series)) Diambil 14 Juli 2024.

- Wikipedia (2024). List of television stations in Indonesia. Tersedia dari [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_television\\_stations\\_in\\_Indonesia](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_television_stations_in_Indonesia). Diambil 14 Juli 2024.
- Yudiawan, I. D. G. H., Ariestu, I. P. D. (2023). Juridical Review of Indonesia Broadcasting Commission Supervision on Broadcasting Services in Indonesia. European Union Digital Library. 01(1):1-6.