

Analisis Framing Pesan Mario Teguh di Acara Golden Ways Metro TV dengan Judul (Pacaran Yes or No) dalam Perspektif Dakwah

¹Eneng Imas Masitoh, ²M. Rachmat Effendi, ³Arifin Syatibi

^{1,2,3}*Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwa, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: ¹yulianiv@gmail.com

Abstrak. Didalam dunia dakwah islam, tidak dikenal istilah pemaksaan. Kecuali bagi mereka yang sudah memeluk islam, mereka memang harus dipaksa atau memaksa dirinya untuk menjalankan ajaran agama islam. Dalam dunia dakwah, baru-baru ini ada sosok yang menghiasi islam dengan warna yang berbeda, ia memberi warna dan sentuhan yang sangat lembut pada umat manusia khususnya di Indonesia sesuai dengan arti dari islam yakni kedamaian, dalam Mario Teguh seorang motivator. Pesan-pesannya telah menjadi sumber inspirasi banyak orang, kata-katanya yang indah, cara penyampaian yang menyentuh hati dan jiwa membuat pesannya menjadi nikmat didengar dan mudah diterima siapapun. Diantara sekian banyak motivasinya yang inspiratif, terdapat satu judul yang menggelitik penyimak yakni “pacaran yes or no” judul motivasinya ini seperti menjawab stigma yang ada dimasyarakat khususnya orangtua terhadap aktivitas pacaran remaja di Indonesia. Dalam motivasinya ini Mario Teguh seakan-akan memberi tahu dan memberi solusi yang baik tentang pacaran. Dari hasil penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan dengan teori *Analisis Framing* oleh Entmant, William A yang dilakukan terhadap motivasi Mario Teguh “pacaran yes or no”, peneliti menemukan beberapa pesan dari motivasinya yang merujuk pada ajaran islam pesan itu antara lain : (1) Bahwa pacaran itu merupakan aktivitas yang membawa manusia pada perzinahan, bahwasanya itu sangat dibenci Allah (2) Mario Teguh mengajak manusia untuk memperbaiki diri karena seorang yang baik diperuntukan bagi seorang yang baik pula tanpa harus pacaran (3) Untuk saling mengenal dan mengetahui pasangan sebelum menikah jangan pacaran melainkan ta’aruf. Mario Teguh mengajak kita untuk selalu taat kepada Allah.

Kata Kunci : Framing, Golden Ways, Dakwah

A. Latar Belakang Masalah

Media massa khususnya televisi memiliki keutamaan mempengaruhi sikap, persepsi, dan perasaan para penonton. Hal ini wajar, jika acara yang disampaikan mengakibatkan penonton terharu, terpesona atau latah sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi adalah seakan-akan menghipnotis penontonnya terbawa dalam suasana pertunjukan televisi.

Berbicara tentang televisi maka tidak terlepas dari tayangan program acara televisi dengan kemasan yang menarik dan berbeda beda. Salah satu acara yang dianggap dapat menarik perhatian pemirsanya adalah tayangan Golden Ways di Metro TV . Acara *Talk Show* tersebut dikemas dalam bentuk komunikasi langsung dan tidak langsung dengan tujuan memotivasi¹

Acara Golden Ways adalah program acara talk show motivasi yang ditayangkan di Metro TV. Mario Teguh adalah seorang motivator dan terapis di Indonesia yang dipercaya sebagai narasumber dalam acara tersebut banyak juga menjadi keraguan ketika apa yang disampaikan Mario Teguh lebih bersikap netral, dalam artian untuk semua kalangan, tidak membedakan agama, ataupun suku. Acara tersebut disiarkan pada media televisi sehingga tidak bisa berpapasan

¹ Drs.Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa Sebuah Analisis,(Jakarta: Rineka Cipta), 1996. Hal.22

langsung. Inilah yang membuat kesulitan juga ketika harus memahami Mario Teguh dengan hanya melihat tayangan televisi saja.

Banyak judul yang sudah diangkat Mario Teguh dalam motivasinya itu, tapi dengan melihat fenomena masyarakat khususnya dikalangan remaja mengenai maraknya aktivitas pacaran yang memiliki banyak pendapat berbeda tentang boleh atau tidaknya, maka dari itu diambil referensi salah satu motivasinya yaitu “Pacaran Yes or No”, dan untuk mengetahui apa pesan yang terkandung didalamnya, nampaknya perlu dikaji dan diteliti. Sehubungan dengan itu skripsi ini diberi judul **“Analisis Framing Pesan Mario Teguh di Acara Golden Ways Metro TV dengan Judul (Pacaran Yes or No) dalam Perspektif Dakwah”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Analisis Framing terhadap pesan dalam acara Mario Teguh Golden Ways di Metro Tv yang berjudul “Pacaran yes or no”?
2. Bagaimana Analisis Framing terhadap pesan dalam acara Mario Teguh Golden Ways di Metro TV yang berjudul “Pacaran Yes or No” dalam perspektif dakwah?

C. Pembahasan

Dalam bab ini, akan dipaparkan data hasil penelitian secara komprehensif disertai dengan analisis terhadap data-data yang diperoleh, serta analisis hasil penelitian secara keseluruhan, dan pembahasan dalam bab ini dimaksudkan untuk mengungkap makna yang tersurat dan tersirat dalam akumulasi data secara komprehensif.

Konteks Pendekatan Framing pada Penyampaian Pesan dalam Talkshow Motivasi “Mario Teguh Golden Ways”

Framing menurut Entman memiliki implikasi penting bagi komunikasi. *Frames* menurutnya, menuntut perhatian terhadap beberapa aspek dari realitas dengan mengabaikan elemen-elemen lainnya yang memungkinkan khalayak memiliki reaksi berbeda. Dalam konteks ini, *framing* memainkan peran utama dalam medesakkan informasi yang sudah berkembang di masyarakat. Seperti yang disebutkan sebelumnya, framing merupakan konstruksi realitas yang merupakan pekerjaan media massa. Isi media massa adalah hasil para pekerja mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas remaja mengenai berpacaran. Pada umumnya terdapat tiga tindakan yang bisa dilakukan Mario Teguh sebagai peran utama dalam media masa apabila melakukan konstruksi realitas masyarakat yang berujung pada pembentukan makna atau citra mengenai sebuah pemahaman umum tentang berpacaran, yaitu :

1. Dalam hal pemilihan kata atau symbol pacaran, sekalipun Mario Teguh hanya bersifat menyampaikan namun telah menjadi sifat dari pembicaraan tentang realitas masyarakat untuk selalu memperhitungkan dampak yang timbul dimasyarakat itu sendiri. Dalam talkshow motivasi Mario Teguh Golden Ways, komunikator dan komunikan bertukar pendapat melalui tanya jawab. Mereka saling menginterpretasikan pesan-pesan atau symbol mengenai pacaran yang diketahuinya baik itu pengalaman pribadi secara langsung atau menjadikan fakta dimasyarakat sebagai sumber informasi. Tetapi manakala Mario Teguh memberikan ulasan atau jawaban, pilihan kata itu ditentukan sendiri oleh Mario Teguh agar penyampainya tepat dan dapat diterima oleh semua orang

- yang menyaksikan talkshow motivasinya.
2. Dalam melakukan pembingkai atau *framing* mengenai realita dimasyarakat, adanya tuntutan teknis seperti batasan dalam penyampaian, membuat informasi perlu disampaikan atas pemilihan kata yang tepat. Atas nama kaidah jurnalistik, peristiwa yang panjang, lebar, rumit dicoba disederhanakan melalui pembingkai atau *framing* fakta-fakta agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Untuk kepentingan ini, Mario Teguh seringkali hanya menyoroti hal-hal nyata yang dengan mudah dapat dicerna oleh logika masyarakat. Dari segi ini saja mulai terlihat ke arah mana pembentukan sebuah informasi. Ditambah pula dengan berbagai fakta masyarakat, maka konstruksi realitas sangat ditentukan dari apa solusi yang ditawarkan oleh Mario Teguh.
 3. Semakin menarik cara penyampaian solusi oleh Mario Teguh maka semakin besar pula perhatian yang akan diberikan masyarakat mengenai solusi tersebut. Pada konteks ini media massa memiliki fungsi *agenda setter* sebagaimana yang dikenal dengan teori agenda setting. Akan besar perhatian masyarakat apabila solusi yang diberikan didasarkan pada logika yang ada. Ini tentu akan menimbulkan dampak berbeda ketika solusi yang diberikannya berdasarkan agama atau hukum setempat.

Analisis Framing Pesan Mario Teguh di Acara Golden Ways Metro Tv dengan Judul (Pacaran Yes or No)

Entman, William A melihat *framing* dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan, tetapi ada juga berita yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu. Seperti halnya Mario Teguh dari tema yang diambil pada 15 Maret 2015 yaitu "Pacaran Yes or No" merupakan tema yang dimasyarakat sudah menjadi realitas kompleks dan beragam, namun dalam pembahasannya menonjolkan aspek umum dan sederhana dengan cara mengembangkan jawaban dari audiensnya sehingga tidak menimbulkan *feedback* yang negatif, dapat dilihat dari pembukaan acara talkshow motivasinya:

"Om Mario, sejak pacaran aku kena masalah terus, kenapa ya?", jawabnya "kan saya sudah bilang, pacaran adalah jomblo yang cari masalah."

Mario Teguh : "sekarang saya tanya, sebelum pacaran banyak masalah nggak?"

Penonton : "banyak"

Mario Teguh : "ya memang banyak, tapi bukan masalah karna pacaran"

Di segmen awal saja sudah di konstruksi pikiran audiens dengan menerapkan bahwa tidak pacaran saja masalah banyak, apalagi ditambah dengan masalah pacaran.

Framing atau pembingkai yang dilakukan media pada dasarnya merujuk pada empat elemen, yaitu proses pendefinisian realita atau permasalahan, penjelasan sebab permasalahan, penilaian dan evaluasi terhadap masalah serta perumusan rekomendasi solusi atas permasalahan tersebut. Penonjolan aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu di suatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut disampaikan. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak, berikut

penjelasannya :

1. **Definisi Problem/Problem Identification**, Pendefinisian masalah. Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
2. **Penjelasan Sebab Permasalahan atau Diagnose Causes**, Bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebuah media menggambarkan penyebab masalah, baik itu actor penyebab atau peristiwa penyebab.
3. **Penilaian dan Evaluasi atau Moral Judgement**, Merupakan elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan atau memberikan argument atas pendefinisian masalah dan perumusan sebab yang telah dibuat.
4. **Rekomendasi Solusi atau Treatment Recommendation**, Menekankan pada rekomendasi penyelesaian masalah yang diberikan media, elemen ini berusaha mengetahui solusi apa dan bagaimana yang seharusnya diselesaikan.

Menurut Entman, Wiliam A *Framing* atau pembedaan yang dilakukan media pada dasarnya merujuk pada 4 elemen diatas. Penonjolan aspek tertentu dari isu berkaitan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu disuatu peristiwa dipilih, bagaimana aspek tersebut disampaikan. Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak. Keempat elemen ini akan digunakan sebagai kerangka berfikir dalam menganalisa

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian menggunakan Analisa Framing dan metode kualitatif yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mario Teguh dalam menyampaikan motivasinya kali ini mengenai pacaran, menggunakan pembedaan dalam penyampaiannya ini yaitu dengan empat elemen dalam analisis Framing, empat elemen tersebut digunakan agar masalah yang diangkat dapat dijelaskan dengan tepat, tanpa menimbulkan stigma di masyarakat.
2. Pacaran menurut Mario Teguh
 - Suatu hal yang sia-sia dan merugikan pelakunya karena dengan pacaran dirinya akan kehabisan waktu untuk memantaskan diri menerima rahmat Tuhan yaitu Jodoh yang berkelas
 - Pacaran adalah hal yang negatif, karena membuat kita berdusta pada orang tua, selain itu pacaran membuat kita lalai dalam hal pendidikan dan karier.
 - Pacaran bukan langkah yang tepat untuk mencari pasangan, karena yang tepat, yang baik, yang berkelas itu tidak pacaran, justru yang selalu memperbaiki dirilah yang akan mendapat pasangan yang baik.
 - Jika pendidikan kita baik, maka yang datang yang berpendidikan pula, jika kita fokus menata diri maka yang datang adalah yang fokus untuk sukses bersama
 - Jangan lah pacaran apalagi dengan yang berbeda agama, yang menikah seiman saja banyak masalah apalagi beda.
 - Jadi tidak harus dengan agama untuk melarang pacaran jika tidak dapat menjelaskannya, secara umum saja sudah terbukti bahwa pacaran tidak ada gunanya.
3. Pesan Mario Teguh dilihat dari perspektif dakwah
 - Muslimah yang sholihah itu tidak pacaran, karena pacaran itu zina, minimal zina hati, lalu bisa zina mata, zina mulut, zina telinga, zina tangan, dan akhirnya zina kemaluan. *“Dan janganlah kamu mendekati zina; sesungguhnya*

zina itu adalah suatu perbuatan yang keji. Dan suatu jalan yang buruk.” (QS. Al Isro’: 32).

- Pantaskanlah diri, mulai dari akhlak, iman dan amal, pendidikan, karier, maka kita akan dapatkan yang sesuai dengan apa yang kita usahakan sesuai dengan janji-Nya “*Wanita-wanita yang keji adalah untuk laki-laki yang keji, dan laki-laki yang keji adalah buat wanita-wanita yang keji (pula), dan wanita-wanita yang baik adalah untuk laki-laki yang baik dan laki-laki yang baik adalah untuk wanita-wanita yang baik (pula)*” (QS. An Nuur: 26).
- Sejatinya jika seseorang ingin menikah pasti ada proses yang harus dijalani, dan proses yang diperbolehkannya adalah aktivitas taaruf (perkenalan) Allah SWT berfirman yang artinya: “*Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal.*” (Al-Hujuraat: 13). Disyariatkan untuk khitbah (melamar).

Daftar Pustaka

Drs.Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa Sebuah Analisis,(Jakarta: Rineka Cipta), 1996.