

# Citra Majelis Ulama Indonesia Pasca Isu Fatwa Larangan Menonton Tayangan di Platform Netflix

Kintan Sofia Renova, Maman Chatamallah  
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia

Kintanrenova16@gmail.com, Maman.chatamallah@unisba.ac.id

**Abstract**—Majelis Ulama Indonesia is non-governmental organization forward by religious leader from various provinces in Indonesia. One of purpose of the MUI is to provide religious edicts. Recently, rumors circulation in cyberspace says that MUI will issue fatwa prohibiting viewing from Netflix platform. Of course, this will affect the corporate image of the MUI. Netflix itself is a leading entertainment service provider in the world with 183 million paid memberships in more than 190 countries, presenting TV series, documentaries, and feature films in various genres and languages. The online news portal taken on this study is Detik because it has the most coverage news for this rumors. This research uses a quantitative methodology with a content analysis technique approach, with 3 coder. By using element of corporate image which is primary impression, familiarity, perception characteristics, and value assessment. This conducting data, researchers conducted observation, literature, and questionnaires. The result show us that Majelis Ulama Indonesia media coverage in terms of primary impression, familiarity, perception characteristics and value assessment were on positive level. This is because Detik reported good things about MUI from the start of the issue until the clarification made.

**Keywords**—Content Analysis, Corporate Image, Majelis Ulama Indonesia, Netflix.

**Abstrak**—Majelis Ulama Indonesia merupakan sebuah lembaga swadaya masyarakat yang dibentuk oleh para ulama dari berbagai provinsi di Indonesia, salah satu tujuan MUI adalah memberi fatwa masalah keagamaan. Belakangan ini beredar isu di dunia maya bahwa MUI akan memberikan fatwa larangan menonton di platform Netflix tentu hal ini berpengaruh terhadap citra lembaga MUI. Netflix sendiri adalah penyedia layanan hiburan terkemuka di dunia dengan 183 juta keanggotaan berbayar di lebih dari 190 negara, menyuguhkan serial TV, dokumenter, dan film panjang dalam berbagai genre dan bahasa Portal berita online yang diambil dalam penelitian ini adalah Detik.com karena memiliki pemberitaan paling banyak untuk isu ini. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan pendekatan teknik analisis isi, dengan Coder sebanyak 3 orang. Dengan menggunakan elemen citra lembaga yaitu primary impression, familiarity, perception characteristics, dan value assessment. Dalam melakukan penelitian peneliti melakukan Observasi, Kepustakaan dan Kuisioner. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa berita Majelis Ulama Indonesia di media online ditinjau dari indikator primary impression, familiarity, perception characteristics dan value assessment adalah positif. Hal tersebut karena Detik memberitakan hal baik tentang MUI dari mulai awal isu hingga klarifikasi yang dilakukan.

**Kata Kunci**—Analisis isi, Citra Lembaga, Majelis Ulama Indonesia, Netflix.

## I. PENDAHULUAN

Majelis Ulama Indonesia merupakan lembaga swadaya masyarakat yang dibentuk oleh para ulama Indonesia sebagai wadah berkumpul dan berdiskusi para cendekia atau pemuka agama Islam di Indonesia. Tujuan dibentuknya MUI diantaranya adalah memberikan nashifah dan fatwa mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada pemerintah dan masyarakat, serta meningkatkan kegiatan bagi terwujudnya ukhwah Islamiyah dan kerukunan antar umat beragama dalam memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa.

Ditinjau dari tujuan MUI tersebut, maka beberapa aspek masyarakat muslim di Indonesia diatur oleh fatwa yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia. Namun pada awal tahun 2020 warganet digegerkan dengan isu bahwa MUI akan mengeluarkan fatwa larangan menonton Netflix. Netflix sendiri adalah penyedia layanan streaming. Hal ini tentu berpengaruh pada citra lembaga Majelis Ulama Indonesia, ditambah dengan pemberitaan di media online yang begitu pesat khususnya di portal berita Detik, karena sebagaimana kita ketahui Detik merupakan salah satu portal media online terbesar yang ada di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Citra Majelis Ulama Indonesia pasca isu fatwa larangan menonton di platform Netflix di media online Detik?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui kategori primary impression dari Majelis Ulama Indonesia pasca fatwa isu larangan menonton di platform Netflix di media online Detik
2. Untuk mengetahui kategori familiarity donesia pasca fatwa isu larangan menonton di platform Netflix di media online Detik
3. Untuk mengetahui kategori impression characteristics dari Majelis Ulama Indonesia pasca fatwa isu larangan menonton di platform Netflix di media online Detik
4. Untuk mengetahui kategori value assessment dari Majelis Ulama Indonesia pasca fatwa isu larangan

menonton di platform Netflix di media online Detik

## II. LANDASAN TEORI

Menurut Katz (Soemirat dan Ardianto, 20014) Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Menurut Kotler Keller (2013:274) Citra perusahaan tidak dapat dibuat hanya dalam semalam, sebaliknya citra perusahaan harus dibangun oleh perusahaan tersebut guna memberikan kesan dan persepsi positif bagi konsumen.

Menur Voss (1992) dalam membangun komponen citra lembaga ada beberapa elemen dasar yang membentuk citra sebuah lembaga/korporat. diantaranya:

1. Primary Impression (kesan) adalah deskripsi singkat mengenai organisasi menggunakan kata-katanya sendiri
2. Familiarity.(Keterkenalan/pengetahuan) berhubungan dengan kesadaran dalam organisasi pengetahuan terhadap organisasi yang melibatkan produk atau layanan
3. Characteristics that public attribute to it (Karakteristik organisasi) ketika mengingat karakteristik maka yang dimaksud adalah inventaris yang dilakukan secara spontan (penelitian terdahulu)
4. Value Assessment (Penilaian) Keseluruhan nilai yang diberikan kepada organisasi.

Menurut Joseph A Devito, Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, atau dapat dikatakan ditujukan kepada khalayak ramai yang luar biasa banyaknya. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan oleh pemancar-pemancar audio dan visual.

McQuail menjelaskan bahwa New Media atau media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk pengguna pribadi sebagai alat komunikasi.

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Citra Majelis Ulama Indonesia pasca adanya isu fatwa larangan menonton di platform Netflix di media online Detik

Berikut adalah penelitian mengenai Citra Majelis Ulama Indonesia pasca adanya isu fatwa larangan menonton di platform Netflix di media online Detik, yang diuji menggunakan formula Holsti. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Dari tabel di bawah, dapat diketahui bahwa keseluruhan aspek elemen citra lembaga menunjukkan berita yang diterbitkan oleh Detik terkait dengan isu Majelis Ulama Indonesia adalah berita yang positif. Berdasarkan kriteria koefisien reliabilitas yang ditetapkan oleh formula Holsti, yaitu lebih dari 0,7 atau 70% maka

angka yang didapat untuk setiap kategori bisa dinyatakan reliabel karena keseluruhan aspek berada diatas 70%

Hasil dari penelitian ini dilakukan secara objektif oleh masing-masing pengkode, pengukuran ini bertujuan untuk menilai bagaimana citra Majelis Ulama Indonesia pasca adanya isu fatwa larangan menonton di platform Netflix di media online Detik yang ditinjau dari elemen citra lembaga menurut Voss. Hasil dari penelitian terlihat bahwa bagaimana Detik memberitakan Majelis Ulama Indonesia pasca isu ini adalah positif, dengan masing masing kategori mulai dari kategori Primary Impression, Familiarity, Perception Characteristics, dan Value Assessment.

TABEL 1. HASIL UJI RELIABILITAS

Kategori	Sub Kategori	Indikator	Persentase	Keputusan
Primary Impression	Gambaran	Baik	100%	*Lolos
		Tidak		
	Kesan	Baik	100%	*Lolos
		Tidak		
Familiarity	Produk	Baik	100%	*Lolos
		Tidak		
	Kinerja	Baik	100%	*Lolos
		Tidak		
Perception Characteristics	SDM	Baik	100%	*Lolos
		Tidak		
	Kebijakan	Baik	100%	*Lolos
		Tidak		
Value Assessment		Positif	80%	*Lolos
		Negatif	20%	
		Netral		

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan elemen citra lembaga Primary Impression, indikator kesan semuanya bernilai positif. Hal ini karena berita yang diterbitkan oleh Detik memberikan deskripsi yang dapat diingat oleh pembaca, terlihat dari penggunaan bahasa dan bagaimana Detik memberitakan MUI dari awal isu tersebut hingga adanya klarifikasi yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.
2. Berdasarkan kategori Familiarity, seluruh indikator baik itu produk maupun kinerja menerangkan bahwa Majelis Ulama Indonesia bernilai positif. Berita yang diterbitkan oleh Detik menerangkan produk yang dibuat Majelis Ulama

Indonesia bernilai positif karena terlihat dari isi berita yang menerangkan hasil produk MUI dalam konteks ini fatwa sudah sesuai dengan fungsi MUI sebagai lembaga keagamaan. Begitu juga dalam sub. Kategori kinerja berita yang dimuat oleh Detik memaparkan bahwa kinerja Majelis Ulama Indonesia sudah baik, karena terlihat dari ucapan ketu divisi fatwa bahwa apabila masyarakat Indonesia membutuhkan fatwa maka MUI akan segera mengkaji isu tersebut.

3. Berdasarkan aspek Perception Characteristics, indikator SDM MUI dan kebijakan MUI bernilai positif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya klarifikasi yang dibuat oleh Majelis Ulama Indonesia terkait dengan isu yang marak beredar di dunia maya, yang kemudian klarifikasi ini diterbitkan di beberapa media online dengan tujuan meluruskan apa yang sudah terjadi, hal ini menunjukkan adanya rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh internal Majelis Ulama Indonesia, baik itu dari anggota maupun ketua umum yang bertanggung jawab. Selanjutnya pada kategori kebijakan yang juga bernilai positif 100% hal ini dapat dilihat dari statement yang dibuat oleh Majelis Ulama Indonesia dengan menyebutkan proses kinerja dari salah satu tugas MUI dalam konteks ini adalah fatwa dimana setiap fatwa ditetapkan setelah adanya pengkajian mendalam oleh keanggotaan MUI serta melalui pandangan para ahli mengenai masalah yang akan difatwakan. Menunjukkan bahwa kinerja yang dilakukan MUI sudah baik dan sesuai dengan porsi MUI sebagai lembaga keagamaan masyarakat muslim di Indonesia.
4. Berdasarkan elemen konsep citra lembaga yaitu value assessment, penilaian keseluruhan terhadap Majelis Ulama Indonesia dibagi kedalam tiga indikator yaitu positif, negative, dan netral. Secara keseluruhan, pemberitaan mengenai MUI pasca isu fatwa larangan menonton Netflix yang diterbitkan oleh media online Detik bernilai positif. Hal ini karena berita yang diterbitkan mengandung banyak informasi dari mulai isu yang berkembang di media online hingga penyelesaian yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia. Meskipun bernilai positif hampir 80% akan tetapi 20% berkata negative hal ini terlihat dari salah satu berita yang menerbitkan cuitan netizen di twitter mengenai isu yang beredar ini.

## V. SARAN

### A. Saran Teoritis

1. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan analisis isi, peneliti menyarankan beberapa saran yaitu

diantaranya untuk melakukan analisis isi dengan melihat terlebih dahulu apakah isi berita yang ditampilkan dapat dilakukan penelitian atau tidak..

2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk memahami terlebih dahulu mengenai penelitian yang berkaitan dengan analisis isi dan dapat memahami terlebih dahulu mengenai objek yang ditampilkan pada berita tersebut sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.
3. Penulis juga menyarankan untuk lebih memahami terlebih dahulu mengenai teori ilmu komunikasi terlebih pada lingkup public relations agar memudahkan peneliti untuk melakukan pembahasan dari hasil penelitian.

### B. Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memanfaatkan waktu sebelum melakukan penelitian untuk lebih memahami materi yang akan diteliti sehingga hasil penelitian yang didapatkan mengenai penelitian tersebut mendapatkan hasil yang lebih dalam lagi.
2. Peneliti menyarankan untuk MUI yaitu untuk melakukan media relations dengan berbagai media yang ada di Indonesia untuk menghindari adanya miss komunikasi agar tidak menurunkan citra dari MUI itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Deriyanto. 2013. Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Alma
- [2] McQuail Denis 2012. Teori Komunikasi Massa suatu pengantar. Jakarta: Salemba Humanika
- [3] Ardianto, dkk. 2012. Komunikasi Massa suatu pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [4] Soemirat, Ardianto. 2004. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Rosdakarya
- [5] Voss, M.F. (2007). The Corporate Image Concept: A Strategic Approach. Utrecht: Lemma
- [6] Dominique Boucher. (2011). What is "Corporate Image" and "Corporate Identity" – and why do people talk so much about it? Journal of Corporate Leadership, 7(5), 71–87.