



## **KONSTRUKSI REALITAS MEDIA PADA PROGRAM HAFIZ INDONESIA (RCTI)**

**Romi Syahril**  
**Universitas Bina Sarana Informatika**  
**(Naskah diterima: 1 Maret 2022, disetujui: 28 April 2022)**

### *Abstract*

*The media in this case RCTI has an important role in constructing the audience and the community. Like the Hafiz Indonesia program that airs every year in the month of Ramadan. There are those who see this show as a place to make profit, exploit children in need, but there are also who see this show as a positive thing to attract the audience to start reading and memorizing Alquran. There are many episodes in the Indonesian Hafiz show, one of the interesting ones is the episode of Subhanallah Memorizing Naja and All Prostration of Gratitude Seeing Strong Conditions. The aim is to understand the construction of Television Media Reality for the participants in the Hafiz Indonesia program. The theory used is Peter L Berger and Thomas Luckman's Theory of Social Reality Construction. The approach used is a qualitative approach and a descriptive method using Mass Media Construction analysist Burhan Bungin. The research findings show that RCTI as a media has succeeded in constructing Hafiz Indonesia shows so that the audience is interested, making people, especially Muslims, moved to start reading and memorizing Alquran and encouraging parents so that their children can become like participants in Hafiz Indonesia. Apart from that, RCTI as a media seeks to profit from ad slots when its share rating increases.*

**Keywords:** *Social Reality Construction, Mass Media Social Construction, Hafiz Indonesia*

### **Abstrak**

Media dalam hal ini RCTI memiliki peran penting mengkonstruksi penonton maupun masyarakat. Seperti program tayangan Hafiz Indonesia yang ditayangkan setiap tahun di bulan Ramadhan. Ada yang melihat tayangan ini sebagai ajang cari untung, eksplorasi anak berkebutuhan, tapi ada juga yang melihat tayangan ini sebagai hal positif untuk menarik minat penonton untuk mulai membaca dan menghafal Alquran. Ada banyak episode di dalam tayangan Hafiz Indonesia, salah satu yang menarik adalah pada episode Subhanallah Hafalan Naja dan Semua Sujud Syukur Melihat Kondisi Tegar. Tujuan penelitian untuk memahamia Konstruksi Realitas Mediaa Televisi terhadap sosok pesertaa padaa programa Hafiza Indonesia. Teori yang digunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial Peter L Berger dan Thomas Luckmann. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dan metode deskriptif dengan menggunakan analisis Konstruksi Media Massa Burhan Bungin. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa RCTI sebagai media berhasil mengkonstruksi tayangan Hafiz Indonesia sehingga diminati penonton,

membuat masyarakat khususnya umat Islam tergerak untuk mulai membaca dan menghafal Alquran serta mendorong orang tua agar anak-anak mereka bisa menjadi seperti peserta di Hafiz Indonesia. Terlepas dari pihak RCTI sebagai media mencari keuntungan dari slot iklan ketika rating sharenya meningkat.

**Kata Kunci:** Konstruksi Realitas Sosial, Konstruksi Sosial Media Massa, Hafiz Indonesia

## I. PENDAHULUAN

**P**roses konstruksi realitas, pada dasarnya adalah setiap upaya benda tak terkecuali hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerjaan media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Misalnya saja, laporan tentang kegiatan orang yang berkumpul di suatu tempat terbukaa gunaa mendengarkana pidato-pidato politik pada musim pemilu adalah hasil konstruksia realitasa mengenaia peristiwa yang lazim disebut kampanye pemilu.

Pekerjaan media massa berdasarkan sifat dan faktanya adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Pembuatan berita atau suatu acara dia media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa pekerjaan kaum jurnalis adalah mengkonstruksikan realitas. Para pekerja media tersebut boleh

disebut *constructor of reality*; orang yang mengkonstruksikan realitas.

Tak banyak media yang dapat mengangkat realitas apa adanya mengingat besarnya godaan dan gangguan, baik yang datang dari internal maupun eksternal media. Hal ini dibabkan oleh kenyataan bahwa media tidak hidup dalam ruang yang statis, melainkan dalam lingkungan sosial yang dinamis. Kehidupan media, termasuk isi (*content*) nya, tak bisa dilepaskan dari situasi di luar dirinya. Hal ini terjadi di semua media massa khususnya televisi.

Televisi merupakan salah satu media massa yang dianggap mengalami perkembangan paling fenomenal di dunia. Keberadaan televisi di tengah masyarakat kini tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang mewah melainkan televisi dianggap sebagai pemenuh kebutuhan bagi sebagian besar orang. Televisi merupakan salah satu media massa yang sejauh ini sangat dibutuhkan dan mampu menghipnotis masyarakat, kekuatan kolaborasi audio visual serta beragam program tayangan yang ditampilkan menjadi alasan ba-

nyaknya orang yang mengakses media massa televisi dibandingkan media lain yang menjadi pendahulunya, seperti media cetak dan radio. Keunggulan *audio visual* pada televisi dalam menyajikan informasi, edukasi dan hiburan menjadi faktor yang kuat untuk menarik minat khalayak dalam menonton televisi.

Kuswandi (Kuswandi, 2008) berpendapat bahwa televisi merupakan media massa audiovisual yang diasumsikan dapat mempengaruhi perilaku pemirsa melalui tayangan acaranya, Televisi dengan berbagai acara yang ditayangkan telah mampu menarik minat pemirsanya untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan. Bagi remaja maupun orang tua menonton televisi sudah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktifitas sehari-hari. Remaja maupun orang tua bisa menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk menonton tayangan acara televisi kesayangannya. Dengan demikian, menonton tayangan acara televisi sudah menjadi agenda wajib bagi orang tua maupun remaja. Televisi seharusnya tidak hanya menyajikan program acara hiburan dan tontonan semata, namun juga sebagai salah satu media yang memberikan tuntunan melalui program acara keagamaan. Program acara keagamaan mempunyai banyak

ragam mulai dari sinetron, *reality show* hingga *talent show*.

Salah satu tayangan yang mendidik dan efektif sebagai media pembelajaran tentang agama khususnya tentang belajar dan membaca Al-Qur'an adalah program acara Hafiz Indonesia yang merupakan salah satu program religi yang ditayangkan di RCTI setiap bulan Ramadhan dengan konsep *talent show*. Acara ini menampilkan anak-anak usia tiga sampai sepuluh tahun yang berkompetisi untuk mela-falkan dan menghafalkan Al-Qur'an. Program acara yang sudah diselenggarakan sejak tahun 2013 sampai dengan sekarang, mendapat respon positif dari masyarakat karena tayangan tersebut tidak hanya menjanjikan hadiah semata namun acara tersebut dapat dijadikan sebagai sarana belajar dan sarana mengembangkan potensi diri untuk menjadi seorang hafidz dan hafidzah serta memotivasi umat.

Keberadaan program Hafiz Indonesia merupakan sebuah bentuk konstruksi dalam sebuah media massa. Diantara media massa lainnya televisi memainkan peranan cukup besar, televisi dapat dikatakan dominan dalam mensosialisasikan nilai-nilai tertentu termasuk didalamnya penggambaran realitas keluarga yang umum terjadi di kota-kota besar di Indonesia. Televisi dengan segala kelengkapan

teknologinya yang memungkinkan media ini sebagai ajang ‘permainan tanda’ yang dapat menghadirkan realitas bentukan. Media massa khususnya televisi memiliki kemampuan untuk menciptakan realitas tangan kedua khususnya realitas kehidupan yang terjadi pada anak-anak di kota-kota besar Indonesia yang terlihat pada Hafiz Indonesia.

Sobur (2001:88) mengatakan bahwa “pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksi realitas, isi media menurutnya adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai media yang dipilih” Pendapat Sobur tersebut jika dikaitkan dengan acara televisi pada program “Hafiz Indonesia” ini juga merupakan teks yang terdiri dari teks audio dan teks visual yang bisa diamati melalui bahasa, konteks, gambar, dan adegan. Dengan demikian program tayangan ini adalah memuat sistem penandaan yang dapat dianalisis untuk menggali tanda-tanda dominan pada sosok Muhammad Naja Hudia Afifurrohman (Naja) dan Muhammad Tegar Setiawan (Tegar), lebih lanjut lagi sistem penandaan yang melahirkan konstruksi sosok Afiqah sebagai anak-anak penghafal Al Quran pada tayangan Hafiz Indonesia dapat dianalisis.

Peneliti ingin mengangkat dan mengetahui konstruksi realitas program Hafiz Indo-

nesia pada sosok Naja dan Tegar dalam penelitian ini, karena sosok tersebut selain menghidupkan jalan cerita, juga sebagai anak-anak yang mahir membaca dan menghafal Al Quran. Selain itu, tayangan ini merupakan refleksi dari relasi keluarga pada anak-anak yang tinggal dikota besar dimana kondisi tersebut saat ini umum terjadi.

Dari latar belakang tersebut, dalam penelitian ini peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana media dalam hal ini RCTI mengkonstruksi program Hafiz Indonesia yang menampilkan sosok Naja dan Tegar dengan analisa Berger & Luckmann yaitu menggunakan Eksternalisasi, Objektivasi dan Internalisasi, serta dikombinasi dengan konsep Burhan Bungin, yakni Tahap Menyiapkan Materi Konstruksi, Tahap Sebaran Konstruksi, Tahap Pembentukan Konstruksi Realitas dan Tahap Konfirmasi.

Dari rumusan masalah yang dibuat, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa makna Eksternalisasi, Objektivasi dan Internalisasi media massa (RCTI) terhadap Naja di program Hafiz Indonesia 2019 Episode 6 Season 7 berjudul ‘Subhanallah! Hafalan Naja dan Hafiz Indonesia 2021 Episode 3 Season 9 berjudul ‘Semua Sujud Syukur Melihat Kondisi Tegar’ dengan menggunakan

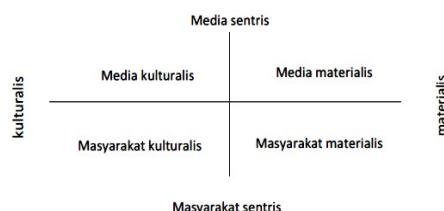
analisa Peter L Berger dan Thomas Lukmann dikonbinasi dengan Konsep Burhan Bungin.

## II. KAJIAN TEORI

### a. Komunikasi Massa

Konsep komunikasi massa mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicairi, digunakan, dan dikonsumsi oleh audience. Pusat dari studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat (Senjaya, 2007:1).

Media massa (mass media) adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah buku, majalah, koran, televisi, radio, rekaman film dan web. Proses dimana pesan sampai ke audien melalui media massa disebut "Komunikasi Massa" (John Vivian, 2008: 453).



Sumber: Denis McQuaail (2012:13)

Gambar 2.1

Dimensi dari jenis-jenis teori media dapat dikelompokan dalam empat pendekatan besar yang terdiri dua dimensi yakni: media centris (media-centric) versus masyarakat sentris (society-centric), serta kulturalis (culturalist) versus materials (materialis). Pendekatan yang pertama secara vertikal yakni pendekatan "media sentris" (media-centric) dengan masyarakat sentris (society-centric), memberikan lebih banyak otonomi dan pengaruh atas komunikasi dan berkonsentrasi pada ranah media itu sendiri.

Teori media sentris melihat media massa sebagai penggerak utama dalam perubahan sosial yang didorong maju oleh perkembangan yang sangat menggiurkan dari teknologi komunikasi. Teori ini juga lebih memperhatikan konten berbagai media diantaranya: media cetak, media audiovisual, media interaktif, dan sebagainya. Teori masyarakat sentris secara umum memandang media sebagai cerminan kekuatan politik dan ekonomi. Pendekatan kedua, yakni garis horizontal yang membagi antara para teoritikus yang memiliki kepentingan (serta keyakinan) terletak pada lingkup kebudayaan dan ide, dan menekankan kekuatan serta faktor materi. Pembagian ini mirip

dimensi tertentu lainnya: humanis versus ilmiah, kualitatif versus kuantitatif, dan subjektif versus objektif.

### **b. Media Sentris**

Dimensi dan jenis-jenis teori media

Keempat tipe perspektif ini dapat di-rangkum sebagai berikut:

Perspektif media kulturalis

Pendekatan ini mengambil perspektif anggota khalayak dalam hubungan genre atau contoh budaya media tertentu (misalnya acara reality show atau jaringan sosial) dan mendalamai makna subjektif dari pengalaman konteks tertentu.

Perspektif media materialis

Penelitian dalam tradisi ini menekankan pada pembentukan konten media dan menekankan pada efek potensial karakteristik media yang berkaitan dengan teknologi dan hubungan sosial dari penerimaan dan produksi yang dihubungkan dengan hal tersebut. Pendekatan ini juga menekankan pengaruh dari konteks struktural dan dinamika atau produksi tertentu.

Perspektif sosial kulturalis

Inti dari pandangan ini menaruh media dari pengalaman media di bawah kekuatan yang lebih besar dan dalam yang mempengaruhi masyarakat dan individu. isu sosial dan

budaya yang dianggap lebih mendominasi daripada isu ekonomi politik.

Perspektif sosial materialis

Pendekatan ini biasanya dihubungkan dengan pandangan kritis terhadap kepemilikan dan kontrol media yang pada akhirnya membentuk ideologi dominan yang disiarkan atau didukung oleh media.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka pada teori media sentris ini melihat bahwa televisi sebagai salah satu penggerak perubahan sosial yang didorong maju oleh perkembangan teknologi komunikasi televisi sebagai salah satu media komunikasi massa yang berupaya mempengaruhi perhatian khalayak berperan dalam mengkonstruksi realitas sosial yang ada di masyarakat.

Media sentris yang sesuai pada penelitian peneliti adalah perspektif media kulturalis. Pendekatan ini memandang anggota khalayak dalam hubungan dengan persepsi subjektif dari pesan-pesan yang disajikan media kepada khalayak. Perspektif media kulturalis, menekankan pada pembentukan konten media yang dikarenakan oleh struktur dan teknologi media. Bagaimana televisi, dalam hal ini program Hafiz Indonesia sebagai salah satu media kulturalis, merupakan hasil konstruksi dari para pembuat program tersebut baik itu pem-

lik stasiun televisi, produser, sutradara maupun penulis skrip yang bertujuan agar program yang ditayangkan tersebut dapat menarik perhatian pemirsa sehingga masyarakat menonton program tersebut.

Komunikasi sebagai bentuk interaksi tidak bisa lepas dari konstruksi-konstruksi realitas sosial. Komunikasi massa adalah bentuk institusi sosial yang merupakan suatu kumpulan individu. Menurut McQuail (1987:33) bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi. Pesan tersebut seringkali diproses, distandarisasi dan selalu diperbanyak. Pesan mempunyai nilai tukar dan acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan. McQuail menambahkan bahwa komunikator dari komunikasi massa dalam hal ini media massa bersifat organisasional yang artinya ada tujuan dari pesan-pesan yang disampaikan, dimana pesan-pesan komunikasi massa punya kecenderungan mempunyai nilai-nilai tertentu yang berhubungan dengan kepentingan media.

Sebagai salah satu media komunikasi massa televisi dalam hal ini sebuah program acara Hafiz Indonesia bisa dimaknai sebagai pesan yang disampaikan dalam komunikasi atau mampu memindahkan ruang dan waktu agar penontonnya bisa mudah memahami

makna, fungsi dan efek yang dihadirkan oleh televisi itu sendiri. Sebuah program acara Hafiz Indonesia dilihat tidak hanya sekedar ekspresi seni dari pembuatnya, tetapi merupakan interaksi antar elemen-elemen pendukung, dan proses produksi.

### **c. Analisis Berger & Luckmann**

Berger & Luckmann berpandangan bahwa kenyataan dibangun secara sosial, dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat itulah yang membangun masyarakat. Maka pengalaman individu tidak terpisahkan dengan masyarakatnya. Berger memandang manusia sebagai pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui tiga momen dialektis yang simultan yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Melalui proses dialektika ini, maka realitas sosial pertama dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Tahap awal adalah eksternalisasi, Sebagai bagian dari tahap eksternalisasi di mulai dari interaksi antara pesan tayangan Hafiz Indonesia dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi.

#### **Tahap Eksternalisasi**

Eksternalisasi terjadi pada tahap yang paling dasar dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk produk sosial

masyarakatnya. Jadi, tahap eksternalisasi berlangsung ketika produk sosial tercipta di masyarakat, kemudian individu mengeksternalisasi (penyesuaian diri) ke dalam dunia sosio-kulturalnya sebagai bagian dari produk manusia (Bungin, 2008:15-16).

#### Tahap Objektivasi

Tahap objektivasi produk sosial terjadi dalam dunia intersubyektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu oleh Berger dan Luckman pada Bungin (2008:16) mengatakan memanifestasikan diri dalam produk produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya obyektivitas itu bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial dan tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial itu.

#### Tahap Internalisasi

Internalisasi adalah pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna, artinya sebagai sebuah manifestasi dari proses proses subyektif orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subyektif bagi individu sendiri. Tidak peduli apakah subyektif orang lain itu bersesuaian dengan subyektif individu tertentu, karena bisa jadi individu memahami orang lain secara keliru, karena sebenarnya subyektivitas orang lain itu tersedia secara obyektif bagi individu dan menjadi bermakna baginya. Kesesuaian sepenuhnya dari kedua makna subyektif dan pengetahuan timbal balik mengenai kesesuaian itu, mengandaikan terbentuknya pengertian bersama. Dengan demikian, internalisasi dalam arti umum merupakan dasar; pertama, bagi pemahaman mengenai “sesama saya”, yaitu pemahaman individu dan orang lain; kedua, bagi pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial (Bungin, 2008:19).

Sekarang ini hampir segala bentuk realitas seakan bisa dirasakan tanpa harus menguras kemampuan indera kita secara maksimal. Sebagai bagian dari realitas, setiap manusia tidak hanya mengambil peran dengan menjadi

penonton, tetapi juga menjadi pemeran dalam panggung realitas itu sendiri. Dengan begitu tayangan Hafiz Indonesia banyak memberikan pencerahan kepada semua kalangan terutama untuk lebih cinta kepada Al Quran.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **Tipe Penelitian**

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana memahami konstruksi media pada Naja dan Tegar sebagai anak penghafal Al Quran dalam tayangan Hafiz Indonesia berdasarkan makna atas tanda-tanda dalam teks program tersebut. Berkaitan dengan masalah penelitian dan metode yang digunakan maka penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.

Kirk dan Miller (1986) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristiwalahannya (Moleong, 2006:4). Definisi lain diungkapkan, Denzin dan Lincoln (1987) yang mengartikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan metode yang ada. Selain itu, disebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah

pendekatan naturalistik, interpretif, menyangkut pemahaman makna yang oleh manusia dilekatkan pada fenomena (tindakan, keputusan, kepercayaan, nilai, dan lain-lain) dalam dunia sosial mereka.

Dalam penelitian kualitatif, dimana proses risetnya berawal dari suatu observasi atas gejala, maka fungsi teori adalah membuat generalisasi-generalisasi yang abstrak melalui proses induksi. Riset kualitatif bersifat menjelajah (exploratory), dimana pengetahuan mengenai persoalan masih sangat kurang atau belum ada sama sekali dan teori-teorinya pun belum ada. Jadi, teori sifatnya tidak mengekang periset. Teori berfungsi sebagai pisau analisis, membantu periset untuk memaknai data, dimana periset tidak berangkat (dilandas) dari suatu jenis teori tertentu, periset bebas berteori untuk memaknai data dan mendialogkannya dengan konteks sosial yang terjadi. Teori membantu memperkuat interpretasi periset sehingga dapat diterima sebagai suatu kebenaran bagi pihak lain. Dari proses pemaknaan data ini, dimungkinkan akan melahirkan teori-teori baru (Kriyantono, 2006:46). Dengan demikian, analisis-analisis kualitatif cenderung menggunakan pendekatan logika induktif, dimana silogisma dibangun berdasarkan pada hal-hal khusus atau data di lapangan

dan bermuara pada kesimpulan-kesimpulan umum. (Bungin, 2014:147).

Model yang digunakan peneliti untuk menganalisis tayangan dalam penelitian adalah Konstruksi Realitas Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dengan menggunakan pendekatan paradigma konstruktivisme, penelitian ini juga mendeskripsikan sosok Naja dan Tegar sebagai anak penghafal Al Quran pada tayangan Hafiz Indonesia yang merupakan hasil konstruksi realitas yang diciptakan dalam bentuk simbol-simbol dan tanda-tanda verbal dan nonverbal oleh individu pembuatnya yang bersifat konotasi dan denotasi.

#### Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah semua tanda-tanda yang dalam kaitannya penelitian ini adalah visual yang terdapat dalam Tayangan Hafiz Indonesia 2019 Episode 6 Season 7, berjudul “Sunhanallah! Hafalan Naja” dan Hafiz Indonesia 2021 Episode 3 Season 9 berjudul “Semua Sujud Syukur Melihat Kondisi Tegar”. Unit analisis dalam penelitian ini adalah semua tanda-tanda dalam komposisi visual baik itu gambar dan tulisan yang terdapat dalam dua episode tersebut.

#### **Metode Pengumpulan Data**

##### Data Primer

Data primer yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Tayangan Hafiz Indonesia 2019 Episode 6 Season 7, berjudul Subhanallah! Hafalan Naja dan Hafiz Indonesia 2021 Episode 3 Season 9 berjudul Semua Sujud Syukur Melihat Kondisi Tegar yang dibatasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

##### Wawancara

Teknik wawancara dilakukan dengan mewawancarai Produser Hafiz Indonesia, yaitu Muhammad Zaedi Bafadal (Bang Zed), guna mendapatkan data yang lebih dalam dan memperkuat penelitian sehingga menjawab masalah penelitian. Selain itu, mewawancarai ibunda Naja dan ibunda Tegar sebagai informan yang ditetapkan karena keduanya dianggap tepat karena sebagai pimpinan program Hafiz Indonesia dan orang tua Naja maupun orang tua Tegar.

##### Observasi

Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis yang terdapat dalam Tayangan Hafiz Indonesia 2019 Episode 6 Season 7, berjudul Subhanallah! Hafalan Naja dan Hafiz Indone-

sia 2021 Episode 3 Season 9 berjudul Semua Sujud Syukur Melihat Kondisi Tegar

#### **IV. HASIL PENELITIAN**

Tahapan Konstruksi dalam Teori Konstruksi Sosial Media Massa

Bungin (2011:105-110) juga menjelaskan bahwa posisi “konstruksi sosial media massa” adalah mengoreksi substansi kelemahan dan melengkapi “konstruksi sosial atas realitas”, dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan “konstruksi sosial media massa” atas “konstruksi sosial atas realitas”. Namun proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya proses tersebut melalui beberapa tahap penting. Konten konstruksi sosial media massa, dan proses kelahiran konstruksi sosial media massa dapat dijelaskan melalui tahan-tahap sebagai berikut:

##### **Menyiapkan Materi Konstruksi**

Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Ada tiga hal penting dalam mempersiapkan materi konstruksi sosial, yaitu keberpihakan media massa kepada kapitalisme, keberpihakan semu kepada rakyat, dan keberpihakan kepada kepentingan

umum. Dalam mempersiapkan materi konstruksi, media massa memposisikan diri pada tiga hal tersebut, namun pada umumnya keberpihakan kepada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

##### **Sebaran Konstruksi**

Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

##### **Pembentukan Konstruksi Realitas**

Setelah pemberitaan telah sampai ke pemirsa atau pembacanya, terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. Pertama, konstruksi realitas pemberitaan, kedua, kesediaan dikonstruksi oleh media massa, dan ketiga sebagai pilihan konsumtif.

Selanjutnya dalam bagian ini terdapat tahap pembentukan konstruksi citra yang merupakan bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi, di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk

dari dua model, yaitu good news dan bad news. Model good news adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sedangkan model bad news adalah sebuah konstruksi yang cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya kejelekan, keburukan, dan kejahatan yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

#### Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pemirsa dan pembacanya memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasanalasannya konstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

#### V. KESIMPULAN

Konstruksi Realitas Media Televisi pada sosok peserta Naja dan Tegar di program Hafiz Indonesia diketahui bahwa Hafiz Indonesia merupakan *talent show* yang menampilkan kompetisi Hafidz Quran. Dalam menyajikan

kan tayangan, Produser Hafiz Indonesia mengakui adanya pembentukan realitas untuk menampilkan seorang hafidz dalam citra positif dan memotivasi masyarakat untuk mengajarkan anaknya menjadi seorang Hafidz Quran. Realitas yang disuguhkan Hafiz Indonesia sedikit berbeda dengan realitas sosial yang ada di masyarakat, namun perbedaan tersebut bertujuan untuk menampilkan sebuah tayangan yang edukatif, mendidik dan menghibur.

Hal ini membuktikan RCTI sebagai media massa adalah agen yang mengkonstruksi realitas, di mana hal tersebut juga sejalan dengan teori konstruksi milik Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dimana media dalam menyajikan tayangan lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakan. Edukasi yang Hafiz Indonesia beri disisipkan berupa ilmu (berupa ilmu tajwid dan mahkroj huruf), nasehat (berupa tausiyah), dan pesan moral (menceritakan kondisi para peserta). Hafiz Indonesia juga bertujuan mengajak masyarakat untuk mengajarkan anaknya menjadi seorang Hafidz Quran dan membudayakan membaca Al Quran.

Dalam tayangnya Hafiz Indonesia memiliki dua sisi efek yang berbeda, efek yang dihasilkan oleh Hafiz Indonesia akan

menghasilkan efek positif juga negatif. Efek positifnya adalah kesadaran masyarakat akan pentingnya membaca Al Quran dan mengajak masyarakat untuk mengajarkan anaknya menjadi seorang Hafidz Quran. Efek negatifnya adalah karena ada beberapa peserta yang dalam kondisi kekurangan (disabilitas) dan seluruh peserta anak-anak sehingga terkesan RCTI mengeksplorasi anak-anak meskipun tujuan utamanya adalah mengajak masyarakat untuk mengajarkan anaknya menjadi seorang Hafidz Quran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi*. Surabaya: Insan Cendekia

Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality*. United States: Anchor Book

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas. 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan; Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan* (diterjemahkan dari buku asli *The Social Construction of Reality* oleh Hasan Basri). Jakarta: LP3ES.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.

Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada

Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.

Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.

Djamal, Hidajanto, dan Fachruddin, Andi. 2015. *Dasar – Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

Eriyanto. 2002. *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik*. Yogyakarta: LKis.

Kirk, J. & Miller, M. L. 1986. *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills, CA, Sage Publications

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada

**YAYASAN AKRAB PEKANBARU**  
**Jurnal AKRAB JUARA**  
Volume 7 Nomor 2 Edisi Mei 2022 (171-183)

Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. 2015.

*Siaran Televisi Non-Drama.* Jakarta:  
Prenada Media.

Little John, Foss. 2011. *Teori Komunikasi.*

Jakarta: Salemba Humanika.