BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sekitar pukul 18.00 WIB, akan terdengar kumandang adzan maghrib di wilayah Indonesia bagian barat yang sebelumnya telah berkumandang dari wilayah Indonesia bagian timur dan tengah. Adzan merupakan pemberitahuan kepada umat muslim untuk segera melaksanakan salah satu kewajiban mereka yaitu melaksanakan ibadah shalat. Kewajiban tersebut merupakan perintah Allah yang telah tercantum dalam Al Qur'an sebagai pedoman umat Islam.

Menteri agama RI, Suryadhamra Ali mengatakan bahwa saat ini 85% penduduk di Indonesia atau sekitar 199.959.285 jiwa adalah penganut agama Islam. Oleh karena itu, selain dikumandangkan melalui masjid-masjid di seluruh pelosok, adzan maghrib juga ditayangkan melalui stasiun-stasiun televisi. Selain untuk menghargai mayoritas umat muslim, tayangan adzan maghrib melalui televisi mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas dan lebih dekat karena adzan dapat hadir di rumah, di kantor, hingga di kamar tidur. Sehingga mereka yang lalai, malas, sibuk, atau lupa dapat diingatkan kembali akan kewajiban mereka.

Shalat merupakan kewajiban bari umat muslim yang telah memasuki usia akil baligh, namun akan sangat baik jika kewajiban ini ditanamkan pada anak-anak sejak dini. Rasulullah Saw berkata, "Ajarilah anak-anakmu shalat ketika mereka berusia tujuh tahun, dan ketika mereka berusia sepuluh tahun, hukumlah jika mereka melalaikan salat" (Wahf al-Qahthani, 2006, h. 46). Oleh karena itu, akan sangat baik jika tayangan adzan maghrib di televisi dapat merangsang dan menarik perhatian anak-anak sehingga mereka termotivasi untuk melaksanakan shalat. Hal tersebut dapat didukung karena menurut Skomis dalam bukunya *Television and Society; An Incuest and Agenda* (1985), dalam artikel, IPTEK: 2009 tentang "Jangan Sampai Dibunuh oleh Televisi" menyatakan bahwa "dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa." Sebagai media

informasi, televisi memiliki kekuatan yang ampuh untuk menyampaikan pesan. Karena media ini dapat menghadirkan pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri dengan jangkauan yang luas dalam waktu yang bersamaan. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan. Selain itu, seringkali televisi yang ditonton oleh anak-anak dapat memberikan pengaruh yang sangat hebat pada moral dan cara pandang sang anak (Arvin Miracelova, 2011).

Namun pada kenyataannya, beberapa stasiun televisi yang banyak ditonton anak-anak seperti Global TV dan MNC TV, di waktu maghrib menayangkan program-program unggulannya seperti sinetron, film kartun, *reality show*, dan lain-lain. Tak heran jika anak-anak sulit beranjak dari depan televisi meskipun adzan maghrib telah berkumandang. Dahulu, sebelum televisi hadir di tengah kehidupan masyarakat, kebiasaan mengaji setelah maghrib di rumah atau masjid menjadi tradisi masyarakat Islam. Namun sekarang, budaya tersebut perlahan-lahan hilang, dan hanya sedikit saja yang masih menerapkannya.

Hasil wawancara kepada Ust. Dede Anwar (Kepala Sekolah SMA plus Muthahhari), beliau mengatakan bahwa secara umum tayangan adzan harus bisa mengungkapkan gambaran konsep kultur Islam yang mengandung nilai-nilai kemanusiaan (*insaniyah*) serta aktivitas ibadah ritual kepada Tuhan (*rabbaniyah*). Saat ini tayangan adzan di televisi telah menampilkan simbol-simbol kultur islam, baik berupa keindahan bangunan-bangunan masjid, serta keagungan ciptaan Tuhan seperti alam semesta beserta isinya. Selain itu juga tayangan tersebut ada yang mengandung unsur-unsur seperti sikap toleransi sesama umat beragama, ini menggambarkan hubungan horizontal manusia dengan sesama. Ada pula yang menampilkan aktivitas hubungan vertikal manusia dengan Tuhannya seperti melaksanakan shalat, mengaji, ataupun berdoa.

Tayangan adzan di televisi berdurasi sekitar 3-4 menit. Walaupun isi dari tayangan adzan tersebut telah mengungkapkan gambaran kultur Islam, namun tayangan-tayangan tersebut masih belum menjadi media yang efektif untuk mengajak pada ajakan shalat kepada anak-anak. Sebagai contoh, dari dulu sampai sekarang, semua stasiun televisi memiliki konsep visual yang sama dalam mengemas tayangan adzan. Hal tersebut menyebabkan kebosanan dan tidak mendapat perhatian dari anak-

anak. Selain itu juga, mayoritas tayangan adzan saat ini tidak mengandung unsur pesan yang dapat memberikan motivasi kepada anak-anak untuk melaksanakan shalat karena tayangan tersebut kurang dipahami oleh mereka dan kurang melibatkan peran dari anak-anak. Oleh karena itu, dengan keampuhan yang dimiliki televisi, maka pemahaman mengenai makna dan fungsi adzan dapat disampaikan secara menarik dan tidak membosankan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi, yaitu:

- Segmentasi dari tayangan adzan selama ini tidak menjangkau anak-anak. Terlihat dari tampilan visual yang serupa di hampir semua stasiun televisi. Biasanya dengan menampilkan bangunan-bangunan masjid, pemandangan, dan suasana kota.
- Belum adanya tayangan adzan dengan konsep visual yang berbeda, menarik, dan disukai anak-anak sehingga dapat merangsang anak-anak agar menyimak tayangan tersebut. Dengan begitu, anak-anak diharapkan mampu untuk mengerti makna dan fungsi dari adanya tayangan adzan tersebut.

I.3 Fokus Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka fokus permasalahan terletak pada bagaimana memberikan pengetahuan mengenai makna dan fungsi adzan, serta memberi contoh nilai moral yang baik dalam Islam dengan tampilan visual berupa tayangan animasi dan dikemas secara menarik sehingga anak-anak dapat termotivasi dan dapat mengerti pada pesan yang disampaikan.

I.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan media ini yaitu membuat sebuah tayangan adzan maghrib yang mengandung makna dan fungsi adzan, serta nilai moral yang baik dalam Islam yang ditujukan khusus kepada anak-anak usia 6-10 tahun, agar dalam diri mereka tertanam pemahaman sejak dini sehingga mereka siap memasuki usia akil baligh untuk melaksanakan kewajiban sebagai umat muslim.