



HANTU DAN BISNIS MEDIA; *(Analisa Fenomena Tayangan Mistik di Media dengan Pendekatan Metode Komunikasi Terapan)¹*

Kiki Muhamad Hakiki

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

kiki.hakiki@radenintan.ac.id

Abstract

The focus of this paper is to examine the phenomenon of the rise of mystical shows in the media - both electronic and print media with a communication science theory approach namely the "Uses and Gratifications Theory" theory initiated by Katherine Miller in her book "Theories of Media Processing and Effects". With this theory we will find out why a media broadcasts certain programs excessively, even though they are sometimes not very good in terms of improving the education of the audience or readers. From the results of the study found facts bring: First, this phenomenon arises due to the conditions of modern human crisis which prioritize the materiality and forget the spirituality; Second, wrong understanding of Islamic mysticism (Sufism); Third, there are still many Indonesian people who are on the line of poverty and ignorance that must be eliminated from the battle of the modern world.

Abstrak

Fokus artikel ini adalah mengkaji fenomena maraknya tayangan mistik di media—baik itu media elektronik maupun cetak dengan metode pendekatan

¹ Terimakasih kepada Prof. Dr. Andi Faisal Bakti (Guru Besar Ilmu Komunikasi UIN Jakarta) dan Prof. Dr. Ibnu Hamad (Guru Besar Ilmu Komunikasi UI) atas kritik dan masukannya demi kesempurnaan makalah ini. Terimakasih juga atas forum seminar yang digagasnya dengan tema "Penerapan Teori Komunikasi Untuk Dakwah" di Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

teori ilmu komunikasi yakni teori “Uses and Gratifications Theory” yang digagas oleh Katherine Miller dalam bukunya “Theories Of Media Processing and Effects”. Dengan teori tersebut kita akan mengetahui mengapa sebuah media menyiarkan acara tertentu secara berlebihan, meskipun acara tersebut terkadang tidak terlalu baik dalam segi peningkatan pendidikan penonton atau pembacanya. Dari hasil penelitian ditemukan fakta bawa; Pertama, fenomena ini muncul akibat kondisi krisis manusia modern yang mengutamakan sisi materialitas dan melupakan sisi spiritualitas; Kedua, pemahaman terhadap mistisisme Islam (tasawuf) yang keliru; Ketiga, masih banyaknya masyarakat Indonesia yang berada di garis kemiskinan dan kebodohan sehingga harus tersingkir dari pertarungan dunia modern.

Keywords: Media Business, Mystical Impressions, Applied Communication Methods

A. Pendahuluan

Belakangan ini, berbagai stasiun televisi—bahkan media cetak—banyak menayangkan acara yang berbau mistik. Berawal dari acara *Trans tv* yang sukses dengan "Dunia Lain", stasiun televisi yang lain kecuali *TVRI* dan *Metro Tv* kemudian ikut berlomba-lomba membuat tayangan serupa.

Bila fenomena ini dibiarkan, tentunya jelas akan menuntun masyarakat kita kepada kepercayaan *takbayul* yang sangat bertentangan dengan agama. Apa sebenarnya yang terjadi dengan masyarakat kita, bukankah terkadang manusia takut dengan hal-hal yang mistik atau ghaib, tapi kenapa hal ini terjadi?. Satu di antara alasannya karena tayangan mistik, disajikan dengan kemasan yang sangat menarik, dan menantang, tak heran tayangan mistik banyak digemari masyarakat berbagai kalangan, dari mulai kalangan anak-anak, ABG (Anak Baru Gede), orang dewasa sampai orang tua sekalipun. Bahkan tak jarang tayangan mistik dibumbui dengan adegan lucu dan hal ini secara tidak langsung juga menjadi tayangan hiburan yang dapat menghilangkan kepengatan kehidupan. Di antara acara model ini seperti; *Tuyul* dan *Mbak Yul*, atau *Jinnie Oh Jinnie*, serta *Jin dan Jun*, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Bicara masalah mistik hampir bisa ditebak bercerita tentang dunia gaib dan para “lelembut”, tapi pemirsa bisa begitu betah saat dihadirkan bagian dari *reality show* yang disisipkan dalam program

tersebut seperti segmen “Uji Nyali” dalam *Dunia Lain*, atau “Uka-Uka” dalam *Gentayangan*, bahkan ada yang unik sekaligus menggelitik ala *Ghosbuster*, dalam *Pemburu Hantu*.

Stasiun televisi seolah-olah berlomba memikat pemirsa lewat tayangan mistik yang dikemas menarik dan interaktif itu. Sehingga pemirsa merasa dilibatkan, malah mungkin melibatkan diri dalam program tersebut. Kenyataan seperti ini sungguh sangat mengkhawatirkan. Sebab, masyarakat kita akhirnya bisa memaklumi bahwa tayangan seperti itu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Lantas pertanyaannya adalah; Kenapa masyarakat Indonesia gemar menonton tayangan mistik? Faktor apa kiranya yang menyebabkan hal itu terjadi?. Apa kiranya dampak dari tayangan mistik itu bagi pemirsa?. Itu di antara sederet pertanyaan yang saling berkait yang menjadi fokus pembahasan dalam makalah ini.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, penulis akan mencoba membedahnya dengan seperangkat metode komunikasi yang terdapat dalam bukunya Miller tentang “*Theories Of Media Processing and Effects*” khususnya tentang “*Uses and Gratifications Theory*”.

Teori ini menurut saya menarik untuk dikaji—terutama di kaitkan dengan fenomena tayangan mistik. Teori ini berusaha mengelaborasi terhadap beberapa pertanyaan, di antaranya untuk mengetahui kenapa media menyajikan acara-acara tertentu yang lebih laku, mengapa masyarakat kita tertarik pada media atau acara tertentu, apa yang menyebabkan masyarakat tertarik pada acara-acara tertentu dalam media tertentu.

B. Teori Komunikasi dan Tayangan Mistik di Media

Setiap manusia yang hidup dalam masyarakat, sejak kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial. Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lainnya

yang, karena berhubungan, menimbulkan interaksi sosial. Terjadinya interaksi sosial disebabkan adanya interkomunikasi.²

Istilah komunikasi sendiri secara etimologi menurut asal katanya berasal dari bahasa Latin "*communicatio*" istilah ini terambil dari kata "*communis*" yang berarti "*sama*" dalam arti "*sama makna*" yaitu sama makna mengenai suatu hal. Sedangkan menurut definisi terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.³ Dari definisi ini, maka jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain.

Seiring dengan perkembangan teknologi, maka yang pada awalnya komunikasi bersifat langsung dua orang kemudian kini dibantu dengan alat-alat teknologi. Komunikasi kemudian menjadi tidak hanya satu atau dua orang, akan tetapi melibatkan banyak orang. Alat yang digunakan salah satunya adalah dengan media—baik elektronik maupun cetak.

Dalam buku "*Communication Theories; Perspectives, Processes, and Contexts*" karya Katherine Miller dalam Chapter ke 14 tentang "*Theories Of Media Processing and Effects*" dijelaskan sebuah teori bahwa media sebagai alat komunikasi dan informasi dalam menyajikan acara-acara tergantung dari jenis acara yang dapat memuaskan pemirsanya. Keberhasilan sebuah tayangan di media tergantung dari kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen media. Jika sebuah acara dapat memuaskan konsumen, maka biasanya acara tersebut akan dipertahankan, begitu sebaliknya.⁴

Karena itu Miller menganalogikan media layaknya seperti "*peluru ajaib*" atau "*jarum suntik*" yang dapat "*ditembakkan*" atau "*disuntikkan*" kepada siapa pun tanpa mengenal batas dan waktu. Pernyataan ini masuk akal, karena memang media adalah salah satu alat yang paling "*ampuh*" di dalam merubah pola pikir manusia (baca: pembaca).⁵

² Onong Uchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, Cet. VI, 2004), h.3.

³ Onong Uchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi.....*, h.4.

⁴ Katherine Miller, *Communication Theories; Perspectives, Processes, and Contexts*, (Mc Graw Hill, New York, 2005), h. 249.

⁵ Katherine Miller, *Communication Theories; Perspectives.....*, h. 250.

Ada banyak alasan mengapa manusia mengakses media terutama media elektronik, menurut penelitian McQuail, Blumler, and Brown pada tahun 1972 menyimpulkan bahwa individu-individu yang menonton atau mendengarkan acara kuis mempunyai alasan; a). Peningkatan pribadi, b). interaksi sosial, c), daya tarik pendidikan, d). Hiburan.⁶

Dalam *Theories Of Media Processing and Effects* ini diuraikan tiga teori yang terkait dengan media, yakni: *sosial cognitive teori* (teori sosial kognitif), *Uses and Gratifications Theory* (teori penggunaan dan tingkat kepuasan), dan *media systems dependency theory* (teori ketergantungan sistem media).

Di antara ketiga teori tersebut menurut hemat saya yang menarik terkait dengan media adalah *Uses and Gratifications Theory*. Karena dengan teori ini kita akan mengetahui mengapa sebuah media menyiarkan acara tertentu secara berlebihan, meskipun acara tersebut terkadang tidak terlalu baik dalam segi peningkatan pendidikan penonton atau pembacanya.

Sebelum melakukan analisa lebih jauh mengenai alasan mengapa masyarakat Indonesia tertarik dengan tayangan-tayangan yang "berbau" mistik, maka alangkah lebih baiknya jika dikenalkan terlebih dahulu penjelasan seputar apa itu mistik, dan data mengenai tayangan-tayangan mistik yang pernah atau masih di tayangkan di media-media—baik itu media elektronik maupun media cetak.

a. Apa itu mistik?

Mistik, dalam "*Kamus Umum Bahasa Indonesia*", semakna dengan "*Tasawuf*" atau "*Suluk*", yang diartikan, "*Jalan ke arah kesempurnaan batin.*"⁷ Namun dalam bahasa Inggris, "*Mistake*", diartikan "*kesalahan atau kekeliruan*" Bila digabungkan arti mistik dalam bahasa Indonesia dengan arti *mistake* dalam bahasa Inggris, artinya bisa sama dengan "*tabayul*", yaitu kalimat yang diambil dari bahasa Arab, "*Takbayul*", yang diartikan dalam "*Kamus Umum Bahasa Indonesia*" adalah "*Hanya khayal belaka, sesuatu yang hanya diangan-angan*

⁶ Katherine Miller, *Communication Theories; Perspectives.....*, h. 256.

⁷ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, disusun oleh Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, (Depdikbud & Balai Pustaka, Jakarta, 1980), h. 256.

saja sebenarnya tidak ada”, seperti kepercayaan kepada dewa-dewa, atau hantu-hantu.

Istilah ”*mistik*” juga kerap dikaitkan dengan istilah ”*Gaib*”. Dalam literatur Islam ”*ghaib*” adalah sesuatu yang di luar tangkapan pancaindra, yang tidak bisa dibuktikan secara ilmiah, *beyond the reach of human perception* ulas Muhammad Asad dalam bukunya ”*The Message of the Qur’an*”.⁸

Dalam agama Islam sendiri, mempercayai akan fenomena yang ghaib adalah sesuatu yang diajarkan, bahkan hal ini sangat prinsipil, hal tersebut dilihat dari kepercayaan terhadap yang ghaib dimasukkan dalam salah satu rukun iman yang enam yang wajib dipercayai. Karena itu, tak aneh jika masyarakat muslim Indonesia menggemari tayangan mistik yang disajikan oleh televisi maupun media cetak.

b. Tayangan mistik di televisi

Hampir semua media elektronik televisi di Indonesia pernah menayangkan acara yang berbau ”mistik”. Bahkan tak jarang di antara stasiun televisi menayangkannya dengan porsi waktu yang cukup panjang dan berulang-ulang. Sebut saja misalnya, tayangan mistik di TPI sangat luar biasa, porsi waktunya lebih banyak. Bisa dilihat dari jadwal acaranya, hampir tiap hari TPI menampilkan tayangan mistik dan waktunya pun dimulai siang hari. Dulu TPI pada pukul 13.00, pernah menayangkan acara berjudul ”*Siang Mencekam, Tumbal Darah Perempuan*.”

Tayangan tersebut dilanjutkan lagi pukul 14.00 sore harinya disambung dengan ”*Tuyul dan Mbak Yul*” pukul 18.30, lalu ”*Gentayangan, Uka-uka*” yang ditayangkan pukul 21.00 yang kemudian dilanjutkan lagi pukul 21.32, karena terpotong dengan siaran berita ”*Lintas Persitwa*”. Acara itu semua ditayangkan setiap hari Selasa, dan hari Rabu ditayangkan ”*Tali Pocong*”, hari Sabtu ”*Kolor Ijo*”. Sementara hari Seninnya, ditayangkan ”*Boneka Dajjal*”. Sebelumnya TPI juga menayangkan ”*Jin dan Jun*.”

Di RCTI ada tayangan ”*Silet*” pada siang hari (11.30), setiap hari Selasa, yang menceritakan perjalanan ke tempat-tempat ”*angker*”,

⁸ Muhammad Asad, *The Message of the Qur’an*, (London: Pluto Press, 2003).

dan kadang-kadang dipandu oleh paranormal. Lalu pada malam harinya ditayangkan, ”*Jaka Tingkir, Jaka Tarub, Jaka Umbaran, Angling Darma, dan Jelangkung*”, semuanya berbentuk sinetron.

Di Indosiar ada tayangan ”*Nyi Roro Kidul dan Dendam Nyi Pelel*”, di Trans TV ada tayangan ”*Ekspedisi Alam Gaib*” (misteri) pada siang hari (12.30), dilanjutkan tayangan yang sama pukul 22.00 ”*Ekspedisi Alam Gaib*” (misteri), judul yang sama ini juga ditayangkan pula di TV 7 (kini tv tersebut tidak ada) siang hari pada pukul 12.30, dan ”*Dunia Lain*”.

Di SCTV ditayangkan ”*Gala Misteri*” dan sinetron ”*Di Sini Ada Setan*”, yang tampaknya tayangan ini diperuntukkan bagi ABG. Di ANTV ada tayangan ”*Pesugihan*”, dan ”*Percaya nggak Percaya*”.

Semua tayangan mistik itu menjurus pada *tahayul*. Apalagi yang berjudul ”*Ekspedisi Alam Gaib*”, nuansa tahayulnya sangat kental, dan tidak ada upaya yang memberi petunjuk bahwa tayangan tersebut tidak benar, hanya hayalan, dan tidak perlu dipercaya. Malah sebaliknya, pemirsa diyakinkan bahwa adegan-adegan yang terjadi dalam ”*Pengalaman Ghaib*” itu bukan rekayasa.

Dahulu pernah di Di tv Lativi ditayangkan acara mistik siang hari 12.30 dengan judul yang cukup menyeramkan, ”*Tim Pemburu Hantu.*” Krunya terdiri atas tiga orang, ber-pakaian putih-putih bersorban seperti pakaian yang layaknya dikenakan kiai dalam film. Dari ketiga Pemburu Hantu itu ada yang melengkapi pakaiannya dengan tasbeh yang cukup besar di lehernya, seperti yang biasa dikenakan para biksu di kuil.

Bila diperhatikan, modus operandi Si Pemburu Hantu itu persis seperti kegiatan ”*mengusir roh Jahat*” dalam film Kung Fu Cina, atau film vampir. Hanya dalam ”*menangkap roh jahat*” dalam film Cina menggunakan tempat khusus, semacam gentong, dan mantera penangkalnya ditulis dengan huruf Cina pada kain atau kertas berwarna kuning dengan tinta hitam yang diikatkan pada tutup gentong, setelah roh jahat itu masuk ke dalam gentong. Namun bila mantera itu lepas, roh jahat pun bisa keluar. Roh jahat perlu ditangkap, karena selalu mengganggu ketentraman hidup manusia. Demikianlah bentuk tahayul Cina. Kita tidak usil kepada mereka, karena itulah kepercayaan mereka, kepercayaan penganut agama non-muslim.

Sebelum tayangan mistik marak di televisi, banyak majalah yang khusus menampilkan berita tentang mistik. Sebut saja di antaranya Majalah Mistik, Mantera, Misteri, Zona Misteri (ZoM), Wahana Mistis (MW), Tabloid Dunia Gaib, tabloid Posmo, tabloid Aneka Misteri, dan tabloid Fenomena Mistik. Sedangkan koran yang rajin memuat berita tahayul di antaranya Buana Minggu, Pos Kota, dan Galamedia yang dimuat dalam kolom Kisah (setiap hari), dan Kisah Misteri di Galamedia Minggu.

Maraknya berita-berita mistik di Media, disebabkan karena berita itu mampu mendongkrak oplah. Majalah Misteri, misalnya, sejak terbitnya tahun 1979, hingga saat ini, oplahnya telah mencapai 120.000 eksemplar. Seperti diakui Wakil Pemimpin Redaksinya, LS Ahmad, majalahnya berisi investigasi supranatural dan dianggap sebagai pelopor media mistik.

Tayangan mistik memang banyak digemari. Majalah yang terbitnya belum lama saja, misalnya Mantera, terbit tahun 2001, oplahnya telah mencapai 12.000 eksemplar, lalu majalah Wahana Mistis yang terbit bulan Juli 2000 oplahnya 50.000 eksemplar, tabloid Aneka Misteri yang juga terbit pada tahun 2001, oplahnya 60.000 eksemplar.

Yang sangat fantastik dalam segi oplah adalah Tabloid Posmo, seperti diakui Pemimpin Redaksinya, Zubairi Indro bahwa tabloidnya yang terbit sejak 1999, oplahnya 250.000 eksemplar. Bahkan pada tahun 2000 oplahnya menembus angka 400.000 eksemplar. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran tabloid bermoto "*Metafisika dan Pengobatan Alternatif*" ini, kata Zubairi, bisa diterima.

Sementara "Tabloid Dunia Gaib" pimpinan Imung Pujarnako adalah tabloid "*Supranatural Terpopuler*". Terbit karena termotivasi dari kesuksesan "*Kismis*" (Kisah Misteri), "*Misteri Gunung Merapi*" dan acara-acara klenik di audio visual yang ratingnya termasuk tinggi. "*Dunia Gaib*" mengakui telah mengekor bisnis yang acuannya ke media elektronik bukan ke media cetak. Seperti "*X-File*, *Kismis* dan *Twilight Zone*".

Di samping itu, untuk menarik para pembaca, kerap kali media mistik pun tidak segan-segan membumbui dengan gambar-gambar porno. Seperti yang pernah ditampilkan tabloid "*Fenomena Mistik*", dalam sampul dengan tabloid yang bermoto "*Kisah nyata dan*

solusi”. Dalam sampulnya, tabloid tersebut menampilkan foto wanita cantik yang nyaris tak berbusana.⁹ Hal ini betul-betul fenomena yang menarik untuk dikaji.

c. Tayangan Mistik dan *Uses and Gratifications Theory*

Fenomena maraknya tayangan mistik di media elektronik maupun cetak di atas jelas mempunyai alasan yang kuat dan tak bisa dianggap remeh. Di antara alasan yang paling kuat menurut hemat saya adalah karena tayangan mistik merupakan salah satu tayangan yang paling menyedot pemirsa atau diminati atau dengan kata lain bahwa tayangan mistik adalah salah satu tayangan yang ditunggu-tunggu oleh pemirsa. Jika sebuah tayagan mistik digemari oleh penonton, maka tanpa berpikir panjang, stasiun televisi yang menampilkan acara tersebut akan dengan senang hati menambah jam tayang demi untuk memuaskan pemirsanya, dan tentunya akan berdampak pada keuntungan yang juga melimpah.

Pendapat ini dibenarkan oleh Riza Primadi, Direktur TransTV, yang mengakui bahwa tayangan hantu di TransTV dalam bentuk acara “Dunia Lain” memang memiliki rating tinggi. Dikatakan, semula TransTV berusaha memberikan tayangan yang berbobot kepada masyarakat. “*Tetapi kondisi masyarakat menunjukkan fakta yang lain*”.¹⁰ Lebih lanjut ia mengatakan bahwa ternyata tayangan yang berbobot seperti *Discovery Channel* tidak disukai oleh penonton dan akhirnya TransTV menyerah dengan menayangkan kembali acara yang mungkin dianggap kurang berbobot, tetapi disukai banyak orang. “*Nyatanya, orang suka dengan dangdut dan tayangan hantu*” kata Riza. Menurutnya acaranya yang disukai penonton akan menyedot iklan. “*Kita harus hidup, kalau tidak kita akan terus berdarah-darah*”.

Dari pernyataan di atas jelas bahwa apa yang diasumsikan televisi sebagai suatu acara yang penting untuk disajikan bagi pemirsa, belum tentu penting dan menarik bagi pemirsa itu sendiri. Jadi, efektif tidaknya isi pesan itu tergantung dari situasi dan kondisi pemirsa dan lingkungan sosialnya.

⁹ Sumber Majalah Risalah, No.4 Th 42 Juli 2004 “Rubrik : *Kajian Utama*”

¹⁰Seminar “*Industri Pertelevision di Indoensia*” di gedung FISIP Universitas Airlangga, 2007.

Kenyataan di atas jelas sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Miller bahwa pada dasarnya televisi menayangkan suatu acara yang dibutuhkan oleh pemirsa dalam rangka memberikan nilai kepuasan bagi masyarakat. Karena itu-lah, maka hampir semua stasiun televisi menayangkan acara mistik demi untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pemirsa atas dunia mistis.¹¹

Maraknya tayangan mistik di media jika kita mengacu pada "Uses and Gratifications Theory" jelas tak dapat dipersalahkan. Dalam hal ini media tidak akan mengambil resiko menayangkan acara yang kurang diminati. Jika media berani menayangkan acara yang kurang diminati—meskipun acara tersebut mendidik—jelas media akan menaglami kerugian karena sepi sponsor (iklan). Karena itu, di sini terkadang media meninggalkan tujuan mulianya yaitu memberikan pendidikan hanya demi keuntungan materi.

Jika permasalahan ini dikaitkan dengan norma agama, jelas sangat bertentangan. Agama jelas tidak akan mentolelir segala bentuk penyimpangan apalagi penyimpangan tersebut akan berdampak merusak aqidah umat Islam. Karena itu seyogyanya acara mistik yang ditayangkan baik itu di televisi maupun di media cetak hendaknya mendapat respon dari semua pihak. Mana acara yang layak dan baik untuk di tonton dan mana yang buruk. Dan atak ada cara lain selain kita sebagai penikmat media untuk merespon dan memilahnya. Karena apabila masalah ini diserahkan kepada pengelola media, jelas tak akan berarti apa-apa, karena media lebih mengutamakan keuntungan material dibandingkan yang lainnya.

d. Faktor menyukai tayangan mistik

Menurut hemat saya, bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap hal yang mistik berawal dari;

Pertama, krisis manusia modern yang mengutamakan sisi materialitas dan melupakan sisi spiritualitas. Nampaknya akhir-akhir ini krisis yang melanda dunia modern adalah kehampaan nilai-nilai spiritual. Kondisi ini terutama terjangkau pada masyarakat perkotaan. Manusia modern kini mulai jenuh dan sadar bahwa ketercukupan materi tidak menjadikan kesenangan batiniah, justru sebaliknya

¹¹ Katherine Miller, *Communication Theories; Perspectives, Processes, and Contexts*, Mc Graw Hill, New York, 2005

semakin mengggersangkan jiwa. Karena itu, kini masyarakat yang hidup diperkotaan mulai melirik spiritualitas sebagai obat penenang jiwa.¹²

Fenomena ini menepis keraguan Gellner yang menyebut spiritualitas Islam sebagai *low Islam*, akan hilang sejalan dengan gencarnya proyek modernisasi di tengah kaum muslimin. Dalam hal ini Naisbitt-lah yang benar, bahwa ia mengatakan suatu saat nanti agama dan spiritualime akan bangkit kembali pada pergantian millenium, dan kini prediksi itu betul-betul terbukti sudah.

Kedua, pemahaman terhadap mistisisme Islam (tasawuf) yang keliru. Masyarakat kita mempelajari ilmu mistisisme Islam (tasawuf) dengan hanya mengagumi sisi karomah-karomah atau supranatural yang menempel pada diri para sufi. Bahkan tak jarang para penganut Islam terutama di pedesaan rela untuk berpuasa dan berdzikir dengan hanya bertujuan mendapatkan kesaktian, atau hal yang luar biasa dari amalan yang dibaca selama ini. Padahal bacaan-bacaan tersebut menurut para ahli sufi hanya sebagai media mendekatkan diri pada Allah, bukan semata-mata berkeinginan mendapatkan kesaktian. Bahkan para sufi sendiri tidak terlalu memperhatikan akan kekuatan supranatural itu. Seperti yang dikisahkan oleh Abu Yazid al-Bisthami yang mengatakan;

"Orang-orang sufi sebenarnya tidak senang pada jawaban-jawaban atas do'a-do'a yang pada hakikatnya adalah karamah-karamah itu, seperti berjalan di atas air, bergerak di udara, melintasi bumi, dan berkendaraan ke surga, karena do'a-do'a dari orang-orang yang tidak percaya itu menerima sebuah jawaban dan bumi ini berisi setan dan manusia, dan udara adalah tempatnya burung-burung. Sedang di dalam air tempat tinggal ikan-ikan. Tinggalkanlah orang-orang yang selalu disibukkan oleh hal-hal demikian, janganlah kita beriman pada sesuatu yang menipu".¹³

¹² Menurut Komaruddin Hidayat, ada empat kecenderungan masyarakat kota melirik spiritualitas (tasawuf), yaitu; pertama, pencarian makna hidup. Kedua, untuk perdebatan intelektual dan peningkatan wawasan. Ketiga, spiritualitas sebagai katarsia atau obat dari problem psikologi. Keempat, sarana mengikuti trend dan perkembangan wacana. (Komaruddin Hidayat, "*Tasawuf itu Oase Yang Menawarkan kesejukan*", (Jurnal Tsaqafah, Vol 1, No.1, 2003), h. 78).

¹³ Margaret Smith, *Rabi'ah; Pergulatan Spiritual Perempuan*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1997), h. 37.

Abu Yazid juga mengisahkan bahwa seseorang datang kepadanya dan berkata: *"Aku mendengar bahwa engkau dapat berjalan di atas udara"*. Lalu dijawab: *"Apa yang mengagumkan pada hal-hal semacam itu? Seekor burung yang makan bangkai pun dapat terbang ke udara, dan orang yang beriman lebih terhormat daripada seekor burung"*.¹⁴

Tidak kalah menariknya dari cerita di atas, muncul juga cerita serupa dari sosok diri Rabi'ah al-Adawiyah dari Bashrah. Dikisahkan pada suatu malam, seorang pencuri memasuki rumah Rabi'ah bermaksud mengambil cadarnya—dalam kisah lain mengambil seluruh pakaiannya. Pada saat akan meninggalkan rumah kecil itu, si pencuri tersebut tidak menemukan jalan di mana semula ia masuk. Lalu diletakkan barang curiannya tadi. Secara mengejutkan ia menemukan pintu keluar dan pencuri itu mengambil barang milik Rabi'ah kembali. Tapi ia kehilangan jalan keluar itu lagi. Pencuri itu mengulangi perbuatannya sebanyak tujuh kali. Lalu tiba-tiba dari sebuah sudut terdengar suara: *"Wahai manusia, jangan engkau persulit dirimu sendiri. Perempuan itu telah mempercayakan dirinya kepada Kami selama bertahun-tahun. Setan pun tidak berani mendekatinya, apalagi seorang manusia seperti mu"*. Dan masih banyak lagi kisah-kisah mistis yang menyelimuti para sufi.

Ketiga, masih banyaknya masyarakat Indonesia yang berada di garis kemiskinan dan kebodohan sehingga harus tersingkir dari pertarungan dunia modern. Saat ini, masyarakat yang bodoh, miskin selalu berfikir pintas bahwa untuk mencapai kesenangan duniawi dengan terpenuhinya segala kebutuhan dan adanya materi bisa didapatkan dengan cara pintas. Harta karun yang tersimpan di perut bumi adalah salah satu bayang-bayang keindahan yang menutupi akal pikiran sehat mereka. Kepercayaan ini semakin menguat terlebih di berbagai televisi disajikan tayangan mistik yang seolah-olah membenarkan kepercayaan itu. Kepercayaan ini adalah betul-betul keliru, kesenangan duniawi bukan tanpa sebab. Kesenangan duniawi juga dicapai dengan proses perjuangan yang melelahkan tidak dengan cara pintas. Bahkan menurut futurolog John Naisbitt: *"The new source of power is not money in the hands of a few but information in the hands of many"*. (Kekuatan baru dewasa ini bukanlah harta karun di tangan

¹⁴ Margaret Smith, *Rabi'ah*;....., h. 38.

segelintir manusia tapi jaringan informasi di tangan banyak manusia). Pernyataan serupa pun dikatakan ahli manajemen Amerika, Peter Drucker bahwa: *"The productivity of knowledge became the key to productivity, competitive strength, and economic achievement. Knowledge has already become the primary industry, the industry that supplies the economy the essential and central resources of production."* (Produktivitas ilmu pengetahuan telah menjadi kunci produktivitas, daya saing, dan prestasi ekonomi. Ilmu pengetahuan telah menjadi industri utama, yakni industri yang melengkapi kebutuhan ekonomi dengan sumber-sumber produksi utama yang maha penting).

e. Dampak Tayangan Mistik Bagi penonton

Dalam ilmu komunikasi media, terutama yang terkait dengan media elektronik seperti televisi, sedikitnya ada tiga dampak yang ditimbulkan acara televisi terhadap pemirsanya;¹⁵

1. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
2. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada trendi aktual yang ditayangkan televisi.
3. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial budaya yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dampak-dampak di atas jika dikaitkan dengan fenomena tayangan mistik jelas sangat berhubungan. Bagaimana pun, tayangan mistik akan berdampak negatif yang besar bagi penontonnya, tidak hanya pada anak-anak, akan tetapi para orang dewasa pun secara tidak disadari akan terasuki. Karena itu, jika kita renungkan hal ini memang wajar, karena memang sangat tipis batas antara mempercayai keberadaan mereka sebagai makhluk Tuhan dengan mempercayai sepenuhnya bahwa mereka bisa memasuki dan mengendalikan kehidupan manusia. Sehingga tak mengherankan kalo pada akhirnya tayangan tersebut mempengaruhi kehidupan pemirsanya. Akibatnya, kepercayaan kepada Tuhan kian memudar, sementara kepercayaan

¹⁵ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Masa; Sebuah Analisa Media Televisi*, (Jakarta: PT Prineka Cipta, 1996), h. 100.

kepada para dukun dan paranormal semakin kuat. Ini akan merusak akidah umat manusia dan tentunya tidak mendidik.

Yang sungguh ironi adalah sampai saat ini belum ada kekuatan yang mampu menghentikan tayangan mistik di televisi kita. Protes atau himbauan dari berbagai kalangan masyarakat masih kalah dari kekuatan uang. Sebagai pemirsa, mungkin kita hanya bisa mengandalkan akal sehat dan iman tegar agar terhindar dari tayang yang karung mendidik itu. Jangankan kita sebagai pemirsa, lembaga keagamaan pemerintah negeri yakni MUI pun bahkan telah melayangkan surat kepada pengelola televisi yang ada agar menghentikan tayangan-tayangan yang bisa mengakibatkan kemusyrikan itu. Tapi hasilnya pun ternyata nihil. Menurut hasil pengamatan MUI, kisah-kisah misteri itu bisa merusak moral masyarakat. "*Bisa membuat orang menjadi musyrik karena percaya pada benda atau orang yang bisa memberi manfaat kepada dirinya*".

Tidak hanya MUI yang risau, kalangan pendidik pun demikian. Pengamat pendidikan Arief Rachman Hakim, mengatakan, acara misteri di televisi sama sekali tidak mengandung unsur pendidikan dan cenderung membodohi masyarakat. Acara-acara itu, menurut Arief, membuat masyarakat terbiasa dengan hal-hal mistis, klenik dan tahayul, karena itu sangat berbahaya jika diteruskan.¹⁶ Komnas Anak, yang diketuai oleh Seto Mulyadi juga, pernah melakukan kajian soal dampak dari tayangan jenis ini. Hasilnya, menurut lembaga itu, anak-anak yang menggemari tayangan misteri umumnya memiliki masalah mental.

Agustus tahun 2007, Afdal Makuraga dari Media Watch pernah menegaskan, apa pun alasannya, tayangan yang ber-tema alam gaib tetap harus dianggap sebagai bagian pembodohan publik. Afdal menilai, sama sekali tidak ada aspek pembelajaran yang bisa dipetik dari tayangan semacam itu. Akan tetapi, malah membuat masyarakat berpikir instan untuk mencapai hasil tanpa mau bekerja keras. "Dalam situasi transisi, jangan terlalu berharap pada kearifan masyarakat untuk memberi nilai siaran seperti itu. Masyarakat yang sedang gamang, lalu dijejali pikiran menyesatkan bukannya makin arif, tetapi justru makin tidak beradab" ungkapnya.

¹⁶ Surat Kabar Republika, 21 April 2007 .

Lebih lanjut menurut Afdal, pihaknya sudah beberapa kali memberikan masukan dan peringatan kepada para pengelola TV akan terjadinya bahaya kemerosotan daya nalar masyarakat akibat tayangan alam gaib. "Namun, para pemilik TV tetap acuh tak acuh," katanya. Afdal menilai, semua itu karena pengelola stasiun televisi sudah terjerat arus kapitalisme dan paham materialistis. Ide-ide mencerdaskan bangsa yang dulu melatarbelakangi pendirian stasiun televisi jadi terlanggar oleh dorongan meraup keuntungan.

Bahkan tidak ketinggalan, pakar sosiologi UI yakni Imam Prasodjo. Imam Prasodjo juga ikut peduli mengomentari maraknya tayangan mistik. Menurutnya, tayangan ini bisa mengakibatkan masyarakat menjadi terbiasa dengan hal-hal yang tidak produktif dan irasional. Tayangan ini juga menyuburkan perklenikan dan perjudian.

Bahkan sungguh ironi, tayangan yang merusak itu bukan hanya monopoli televisi. Media cetak, bahkan yang mengusung nama dan label Islam-pun menampilkan cerita-cerita mistik berbau syirik sebagai sajian utama. Saat ini setidaknya ada lima media (majalah berukuran kecil) yang "menjual" tema ini walau mereka membungkusnya dengan sajian dakwah Islamiyah. Media seperti ini sungguh digandrungi masyarakat, khususnya umat Islam. Konon, oplah majalah-majalah jenis itu sudah menyentuh menyentuh 1 juta eksemplar setiap kali terbit.

f. Sikap Kita

Menyikapi maraknya tayangan mistik saat ini, sebagai orang yang mengimani al-Quran, perlu kiranya menyimak pesan-pesan Kitab Suci itu, bahwa masalah gaib itu hanyalah menjadi wilayah Allah. Rasulullah Saw saja mengaku tidak memiliki otoritas menerangkannya kecuali hal-hal (gaib) yang sudah diwahyukan Allah dan kemudian menjadi teks al-Qur'an.

Artinya: "Katakanlah: "Aku tidak menyatakan kepadamu, bahwa perbendaharaan Allah ada padaku, dan tidak (pula) aku mengetahui yang gaib dan tidak mengatakan kepadamu bahwa, aku seorang malaikat. Aku tidak mengikuti, kecuali apa yang diwahyukan kepadaku. Katakanlah: "Apakah sama orang yang buta dengan orang yang melihat?"Maka apakah kamu tidak memikirkan (nya)?" (QS: Al An'aam : 50)

Artinya: "...Dan pada sisi-sisi Allah-lah, kunci-kunci semua yang ghaib; Tak ada yang mengetahui kecuali Dia sendiri, dan Dia mengetahui apa yang di daratan dan di lautan, dan tiada sekecil daunpun yang gugur melainkan Dia mengetahuinya dan tidak jatuh sebutir biji pun dalam kegelapan bumi dan tidak sesuatu yang basah atau yang kering, melainkan tertulis, dalam kitab yang nyata (LaubMahfuz)". (QS: Al An'aam : 59).

Jika kita tinjau dari sudut hukum Islam sendiri sangat jelas bahwa penayangan seperti itu diharamkan, karena : *Pertama*, tayangan mistik seperti itu mempersubur kemusyrikan, membuat manusia lebih takut kepada setan, khurafat dan tahyul daripada takut kepada Allah. Padahal tidak ada yang bisa memberi manfaat dan mudharat di dunia ini kecuali hanya Allah (QS. Az-Zumar : 38), tidak ada daya dan kekuatan kecuali hanya dari Allah. *Kedua*, tayangan mistik seperti itu adalah bentuk pembodohan masyarakat, hanya membuat bangsa semakin jumud dan terbelakang. *Ketiga*, tayangan seperti itu sarat dengan praktek perdukunan. Dengan maraknya penayangan kisah-kisah mistik, maka praktek-praktek perdukunan juga semakin marak. dan perdukunan telah jelas dilarang dalam Islam. Dan *keempat*, rezeki yang dihasilkan dari usaha yang diharamkan, maka rezeki itu juga haram dan tidak diberkahi Allah. Oleh karenanya, penayangan kemusyrikan itu mestilah dihilangkan karena tidak ada manfaatnya selain mudharat dunia-akhirat.

Makhluk ghaib seperti setan hendaknya tidak menjadi komoditas bisnis yang menguntungkan sepihak dan membodohi pihak lain. Penciptaan setan atau sejenisnya oleh Allah jelas mempunyai hikmah yang tak sedikit. Di antara hikmah diciptakannya setan ialah : *Pertama*, Untuk menguji keimanan dan komitmen manusia beriman terhadap perintah Allah. Karena setiap orang yang mengaku beriman kepada Allah pasti akan diuji (QS. Al-'Ankabuut :2). Jika dengan godaan setan seorang mukmin tetap istiqamah dengan keimanannya, maka derajatnya akan ditinggikan oleh Allah dan hidupnya akan bahagia. Tetapi jika ia tergoda dan mengikuti ajakan setan, derajatnya akan jatuh, hina kedudukannya dan dipersulit hidupnya oleh Allah. (QS. Fushshilat : 30-31).

Kedua, Menguji keikhlasan manusia beriman dalam mengabdikan kepada Allah. Allah SWT menjelaskan bahwa Dia menciptakan jin dan manusia tidak lain supaya mereka mengabdikan kepada-Nya (QS. Adz-Dzariyat : 56). Kemudian setan datang menggoda manusia, membangkit-bangkitkan syahwat kepada kenikmatan duniawi, membisikkan ke dalam hatinya angan-angan kosong dan keraguan, supaya manusia lupa terhadap tujuan dan tugas hidupnya di dunia. Jika manusia tetap sadar akan tujuan dan tugas hidupnya di dunia, dia akan tetap ridha menjadi hamba Allah dan mengabdikan kepada-Nya. Terhadap hamba Allah seperti ini, setan tidak akan mampu menggodanya (QS. Al-Hijr : 40). Tetapi jika manusia tergoda, pada gilirannya ia akan menjadi hamba setan.

Ketiga, Untuk meningkatkan perjuangan di jalan Allah. Sebab tanpa ada setan yang memusuhi kebenaran, maka tidak akan ada semangat perjuangan (jihad) untuk mempertahankan kebenaran. Sedangkan jihad di jalan Allah juga merupakan bukti penting manusia beriman dan ridha sebagai hamba Allah.

Keempat, Allah hendak memberi pahala yang lebih besar kepada para hamba-Nya. Semakin besar godaan setan kepada manusia dan dia mampu menghadapinya dengan baik, maka semakin besar pahalanya di sisi Allah (QS. Ali Imran : 195).

Kelima, Agar manusia waspada setiap saat, selalu memperbaiki kesalahan, meningkatkan kualitas ibadah dengan bertaqarrub kepada Allah. Karena setan senantiasa mengintai kelengahan manusia. Sekejap saja manusia lengah, setan akan masuk, lalu mengacaukan hati dan syahwat. Tapi orang yang selalu waspada, akan senantiasa ingat kepada Allah sehingga setan tidak punya kesempatan untuk menggonggonya

B. Penutup

Sangat ironis bahwa saat bangsa kita sedang membutuhkan pencerahan, penggunaan pancaindra dan rasio secara maksimal, tapi dalam waktu yang sama telah terjadi "gaibisasi", pelarian ke dunia lain yang mengajak meninggalkan penggunaan pancaindra secara sehat.

Sebagai dampak tayangan-tayangan ini, sudah bisa dipastikan penonton semakin pasif dalam penggunaan nalar sehatnya karena

telah tersihir oleh menu-menu dunia mistik dan para psikolog telah mengingatkan akan berakibat pada *intellectually lazy*, yakni kecenderungan memarkirkan akal.

Karena itu, langkah yang tepat adalah kita hendaknya menjadi penonton yang aktif memilih, bukan pasif. Memang ini bukan satu-satunya solusi untuk menangkal maraknya tayangan-tayangan supernatural. Tapi pemirsa yang aktif adalah satu keniscayaan. Karena hanya pemirsa yang pasif yang bisa menjadi sasaran empuk dunia industri, dan bisnis yang mendatangkan uang yang melimpah yang membuat mereka menjadi orang yang kaya akibat "bisnis" hantu.

Hantu saat ini telah menjadi ajang objek komersialisme yang mendatangkan keuntungan melimpah. Pertanyaannya, apakah ini sebuah keuntungan buat manusia, atau-kah sebaliknya, hal ini sebuah keuntungan buat hantu karena ia kemudian menjadi terkenal akibat masuk tv dan mempunyai banyak pengikut dan penggemar layaknya selebritis. *Wallahu a'lam.*

Daftar Pustaka

- Katherine Miller, *Communication Theories; Perspectives, Processes, and Contexts*, Mc Graw Hill, New York, 2005
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, disusun oleh Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Depdikbud & Balai Pustaka, Jakarta, 1980
- Komaruddin Hidayat, “*Tasawuf itu Oase Yang Menawarkan kesejukan*”, dalam jurnal *Tsaqafah*, Vol 1, No.1, 2003
- Majalah Risalah, No.4 Th 42 Juli 2004 “Rubrik : Kajian Utama”
- Margaret Smith, *Rabi'ah; Pergulatan Spiritual Perempuan*, Surabaya: Risalah Gusti, 1997
- Muhammad Asad, *The Message of the Qur'an*, London: Pluto Press, 2003.
- Riza Primadi, “*Industri Pertelevisian di Indonesia*”, Makalah Seminar di gedung FISIP Universitas Airlangga, 2007.
- Onong Uchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, cet. VI, 2004
- Surat Kabar Republika, 021 April 2007 .
- Wawan Kuswandi, *Komunikasi Masa; Sebuah Analisa Media Televisi*, Jakarta: PT Prineka Cipta, 1996

