

PERSEPSI IBU-IBU ANGGOTA PENGAJIAN MUSLIMAT NU TERHADAP SERIAL BOLLYWOOD MAHABHARATA DI MNCTV

Mutiara Hany Hamdiyah¹¹

Abstrak

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan interaksionis. Fokus penelitian ini adalah mengetahui persepsi ibu-ibu anggota pengajian Muslimat NU terhadap Serial Mahabharata di MNCTV. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, dokumentasi, wawancara mendalam. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman.

Hasil penelitian diperoleh penulis bahwa diketahui bahwa persepsi ibu-ibu anggota pengajian Muslimat NU terhadap Serial Mahabharata di MNCTV, dimana masyarakat merasa sangat mendapatkan informasi serta pengetahuan melalui tayangan Serial Mahabharata diantaranya informasi tentang cerita dalam serial Mahabharata mengenai budaya dan perang Bharatayudha, keuntungan dan kerugian dari menonton serial Mahabharata, merasakan perasaan-perasaan seperti terhibur, terharu, sedih, kagum, marah setelah menonton tayangan serial Mahabharata, nilai-nilai yang terkandung dalam serial Mahabharata.

Kata Kunci: Persepsi, Ibu-ibu Muslimat NU, Serial Mahabharata

Abstract

This study discusses the perception of mothers of Muslimat NU members against the Mahabharata series that aired on MNCTV private television stations. The background that makes the Mahabharata Serial impressions is phenomenal and controversial. It is said phenomenal views of the impressions that can affect the people of Indonesia to all walks of life talk about the series Mahabharata they watch.

The type of research used is qualitative method with interactionist approach. The focus of this research is to know the perceptions of mothers of Muslimat NU members on the Mahabharata Series at MNCTV. Data collection techniques used were observation,

¹ Mahasiswa Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
Email : mutiara.hany19@gmail.com

documentation, in-depth interviews. Data analysis technique used is interactive data model analysis developed by Miles and Huberman.

The research results obtained by the authors that it is known that the perceptions of mothers of members of the Muslimat NU study of the Mahabharata Series in MNCTV, where people feel very get information and knowledge through the Mahabharata Serial impressions such as information about the story in the Mahabharata series about the culture and war Bharatayudha, the advantages and disadvantages of watching the Mahabharata series, feeling the feelings of being entertained, touched, sad, amazed, angry after watching the Mahabharata series, the values contained in the Mahabharata series.

Keyword: perception, mothers of Muslimat NU, Mahabharata Series

PENDAHULUAN

Fenomena sinetron India sedang banyak diperbincangkan akhir-akhir ini. Stasiun televisi swasta yang pertama menayangkan sinetron India kini mulai mempengaruhi masyarakat Indonesia. Kebutuhan akan rasa ingin selalu *up to date* pada setiap episodenya bisa saja merupakan tindakan rasional atas nilai komersial program serial Bollywood.

Semua berawal dari film drama, kini mulai memproduksi film action Bollywood yang menggandeng aktor dan aktris papan atas seperti Shahrukh Khan, Salman Khan, Amir Khan, Hrithik Roshan, Abhishek Bachchan, Ranbir Kapoor, Rani Mukherjee, Kajol, Katrina Kaif, Anushka Sharma, Kareena Kapoor, Pretty Zinta, Jaya Bhachan dan lain sebagainya.

Serial *mahabharata* yang ditayangkan salah satu stasiun televisi swasta nasional, menjadi fenomena tersendiri bagi penikmat seni peran, seperti fashion khas india, bernuansa glamour, kolosal, konsep musical, scenario atau quotes dari pemeran film yang menyentuh hati, jalan cerita yang menarik, paras rupawan pemeran film Bollywood. Oleh sebabnya tidak heran jika semakin banyak produsen film yang berlomba-lomba menciptakan film bagus dan berkualitas untuk menarik masyarakat sebanyak-banyaknya. Produsen Bollywood pun tidak kehabisan akal untuk menampilkan Mahabharata sebagai tayangan setiap hari di televisi lokal dengan menampilkan aktor dan aktris seperti Shaheer Sheikh, Saurabh Gurjar, Saurabh Raj Jain, Poojha Sharma, Veebha Anand, dan lain sebagainya. Tema yang diusung pun mengandung *mithology*

khas india yang juga dapat kita temukan di Jawa.

Antusiasme penggemar film Bollywood terlihat pada intensitas akses informasi mengenai Bollywood dan artis idola mereka baik melalui internet maupun melalui televisi berlangganan. Termasuk film yang mengangkat cerita dari peminat pewayangan yang berasal dari Jawa, namun dikemas dalam versi India, setiap episodenya menawarkan pesan dan nilai moral yang dapat menarik perhatian bagi penikmat *Mahabharata* tersebut.

Sejalan dengan hal tersebut, masyarakat didorong untuk mengidentifikasi bahkan merubah gaya hidup dengan cepat, seperti tingkat konsumsi, imitasi fashion, perilaku sosial serta hasrat untuk terus mengikuti produk-produk khas india

Melihat salah satu fungsi televisi sebagai media informasi, edukasi dan hiburan, serta semakin ketatnya kompetisi persaingan bisnis dunia hiburan dan penyiaran, secara tidak langsung memaksa para *creator* program televisi untuk membuat atau mengatur penayangan di televisi yang mampu menarik perhatian *audience* secara massif.

Seperti yang terjadi di Surabaya, realitas ini ditandai dengan banyaknya penggemar serial Bollywood yang berusaha meniru fashion ala India, serta menjadi semakin bijak dalam menyikapi masalah karena *quotes* yang diucapkan pemeran serial Bollywood yang ditayangkan, bahkan menjadi topik keseharian saat berkumpul dengan teman-teman satu kompleks. . Pemilihan dari sudut pandang sendiri didasarkan pada pentingnya komentar dan persepsi serial Bollywood netizen karena pada industri hiburan di Hindi, komentar dan persepsi Bollywood netizen dianggap sebagai opini publik yang sangat penting dalam menentukan karir artis di dunia hiburan.

Terdapat beberapa alasan mengapa memilih ibu-ibu anggota pengajian muslimat NU menjadi objek dalam kajian penelitian kali ini. Pada kultur masyarakat Indonesia, ibu-ibu pengajian adalah pihak yang religius dan level taat pada Tuhannya lebih tinggi daripada yang tidak mengikuti pengajian. Penelitian ini akan meneliti tentang persepsi ibu-ibu anggota pengajian Muslimat NU terhadap serial Bollywood *Mahabharata* di MNCTV.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena seiring dengan menyebarnya serial Bollywood melalui

saluran televisi swasta, muncul fenomena ‘Bollylovers’ dan penggemar lagu-lagu india di belahan dunia. Penggemar atau fans muncul sebagai bagian dari proses mengkonsumsi teks budaya, terutama budaya populer yang dalam hal ini adalah Serial Bollywood.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai persepsi sebelumnya telah banyak dilakukan sebelumnya dan menghasilkan hal yang akan dijelaskan lebih lanjut berikut ini :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ega Dina Putri pada tahun 2015. Penelitian ini berfokus pada efek tayangan mahabarata dalam meningkatkan pengetahuan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan berkesimpulan bahwa Efek Tayangan Sinetron *Mahabharata* dalam Meningkatkan Pengetahuan Budaya India pada Ibu-ibu Kelurahan Sempaja Utara dinilai kuat, dimana masyarakat merasa sangat mendapatkan informasi serta

pengetahuan melalui tayangan Sinetron *Mahabharata* diantaranya informasi tentang cerita dalam sinetron *Mahabharata* mengenai budaya, dan perang *Bharatayudha* (efek kognitif), masyarakat juga merasakan perasaan-perasaan seperti terhibur, terharu, sedih, kagum, setelah menonton tayangan sinetron *Mahabharata* (efek afektif).

2. Penelitian mengenai persepsi yang dilakukan oleh Moh. Sa’diyin tahun 2015. Penelitian ini berfokus pada persepsi masyarakat NU yang ada di Lamongan mengenai perkembangan politik saat itu. Penelitian juga menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menguraikan secara rinci berdasarkan data yang ada di lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa warga NU memiliki persepsi bahwa politik merupakan hal yang kotor dan hina hal tersebut diungkapkan

berdasarkan contoh yang diberikan oleh tokoh-tokh politik.

Konsep Persepsi

Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

Menurut Sunaryo (2004:98), syarat terjadinya persepsi adalah sebagai berikut:

- a. Adanya objek
- b. Adanya perhatian sebagai suatu persiapan
- c. Adanya alat indera/reseptor
- d. Saraf sensoris untuk merespon

Menurut Miftah Toha (2003: 154), faktor-faktor yang mempengaruhi perseps seseorang adalah sebagai berikut:

- a. Faktor Internal
- b. Faktor Eksternal

Konsep Penggemar

Penggemar atau disebut *supporter* (atau pendukung untuk tim olahraga), adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias, seperti grup musik, tim olahraga, buku, atau selebriti. Secara kolektif, kumpulan penggemar akan membentuk basis penggemar (*fanbase*) atau fandom. Para penggemar ini Penggemar ialah menunjukkan antusiasme mereka dengan bergabung menjadi anggota klub penggemar, menyelenggarakan atau ikut serta dalam diskusi dan pertemuan penggemar, menerbitkan majalah penggemar (*fanzine*), menulis surat penggemar, mengumpulkan benda-benda yang berhubungan dengan sang idola, mempromosikan benda-benda untuk mendukung idola mereka, dan membuat seni penggemar.

Masyarakat Massa Vs Komunitas

Khalayak dipahami sebagai populasi dalam jumlah yang besar yang kemudian bisa disatukan keberadaannya melalui media massa. Dalam prespektif kedua, khalayak dipahami sebagai anggota yang mendeskriminasi anggota kelompok kecil yang terpengaruh paling banyak dari yang segolongan. (Junaedi, 2007: 80).

Sedangkan dalam pendekatan komunitas menurut Gerard Shoening dan James Anderson, gagasan mengenai komunitas dalam kajian komunikasi massa melihat isi media sebagai sesuatu yang media-interpretif, dimana makna yang dilahirkan oleh pesan media dihasilkan secara interaktif didalam kelompok orang yang menggunakan media dengan cara yang sama.

Khalayak Aktif Vs Khalayak Pasif

Pandangan khalayak pasif memahami bahwa masyarakat dapat dengan mudah dipengaruhi oleh arus langsung dari media, sedangkan khalayak aktif menyatakan bahwa khalayak memiliki keputusan aktif tentang cara menggunakan media. Konsep dari aktifitas khalayak mengajukan lima versi yang berbeda yang ditemukan dalam literatur sebagaimana berikut:

- a) Selektifitas (Selectivity), yaitu perencanaan penggunaan media dan dalam pola pemilihan yang konsisten.
- b) Utilitarianisme (Utilitarianism), yaitu khalayak merupakan perwujudan dari konsumen yang memiliki kepentingan pribadi

untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki.

- c) Intensionalitas (Intentionality), yaitu menggunakan secara sengaja isi media.
- d) Keikutsertaan (Involvement), atau usaha. Maksudnya, khalayak secara aktif berfikir mengenai alasan mereka dalam mengkonsumsi media. semakin anggota khalayak “terlibat”, atau “terjebak” dalam pengalaman media yang terus menerus, semakin kita dapat membicarakan mengenai keterlibatan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan menggunakan pendekatan berperspektif interaksionis.

Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel

- 1) Khalayak aktif (Active audience):
 - a) Selektifitas
 - b) Utilitarianisme
 - c) Intensionalitas

- d) Keikutsertaan
 - e) Tidak mudah terpengaruh
- 2) Kebutuhan menggunakan media (Needs)
- a) Cognitive needs
 - b) Affective needs
 - c) Personal interactive needs
 - d) Social interactive needs
 - e) Escapist needs

Setting Sosial

Dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi atau data-data yang dianggap perlu dan mendukung, maka lokasi penelitian ini dilakukan di tempat ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU menonton tayangan Serial *Mahabharata*, seperti di rumah pribadi, di rumah kontrakan, bahkan di tempat ia bekerja.

Penentuan Informan

Dalam proses penelitian ini metode yang digunakan dalam menentukan subyek penelitian yaitu secara *purposive*, dengan pertimbangan bahwa subyek dianggap benar-benar tahu serta mempunyai hubungan dengan permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2009:221), penentuan informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum, karena itu

subyek yang dijadikan informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

Orang-orang yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah:

1. Ibu-ibu berusia diatas 25 tahun yang tergabung pada pengajian Muslimat NU dan meminati Serial *Mahabharata*
2. Ibu-ibu yang tergabung pada pengajian Muslimat NU dan meminati Serial *Mahabharata*
3. Ibu-ibu yang mendatangi pengajian Muslimat NU minimal 1 minggu sekali dan meminati Serial *Mahabharata*

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi visual dan wawancara mendalam.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut: Reduksi data, Penyajian data, dan Verifikasi dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU sebagai khalayak aktif, keterlibatan ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU, serta Persepsi ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU. Dengan demikian akan terlihat bagaimana ibu-ibu kelompok pengajian Muslimat NU mempersepsikan serial *Mahabharata* di MNCTV.

Ibu-Ibu Anggota Kelompok Pengajian Muslimat NU sebagai Khalayak Aktif

Analisis mengenai kesadaran subyektif ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU sebagai khalayak aktif tidak dapat terlepas dari awal mula subyek menyadari dirinya adalah khalayak aktif. Beberapa subyek ada yang menyadarinya sejak tayangnya serial *Mahabharata* di MNCTV namun ada juga yang menyadarinya ketika subyek telah menonton beberapa episode. Persepsi serial *Mahabharata* dipahami subyek penelitian utama yaitu masyarakat religious yang terdiri dari kelompok pengajian Muslimat NU menjadikn dirinya sebagai khalayak aktif terhadap serial *Mahabharata*.

Skema-skema khalayak aktif akan menentukan seperti apa individu

memberikan sikap dan pemahamannya terhadap serial *Mahabharata* di MNCTV. Melalui tipe sebagai khalayak aktif dari tayangan yang dikonsumsi akan dihadirkan di dalam kesadaran individu, seperti sikap, penampilan, ekspresi, tindakan, dan perilaku. Sehingga individu akan mengarahkan sikapnya terhadap tayangan yang dikonsumsi berdasarkan aspek-aspek tertentu yang telah lebih dulu dipahami dalam skema khalayak aktif.

Tipe khalayak aktif yang dijelaskan melalui apa yang mereka ketahui dari serial *Mahabharata*, sepiantas mengandung pengertian bahwa setiap penonton akan disajikan tentang persaudaraan antara lima orang yang disebut Pandawa dan perseteruannya dengan 100 orang bersudara, yang dikenal sebagai Kurawa dan berujung pada sebuah peperangan. peneliti menafsirkan bahwa apa yang ditayangkan oleh serial *Mahabharata* bukan dorongan subyektif dari ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU, tetapi banyak sinopsis dan beberapa *scene* yang ditayangkan tentang kisah persaudaraan yang berakhir di medan perang dengan banyak pengorbanan yang diberikan hingga keluarga yang tidak terlibat pun menjadi korbannya, hal tersebut tentunya sesuai dengan yang dikatakan oleh beberapa

subyek penelitian yakni untuk memperebutkan tujuan akhirnya yaitu sebuah kerajaan.

Bentuk tindakan mengkonsumsi seperti tayangan serial Bollywood oleh ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU menjadi pola tindakan yang melekat pada hiburan serial Bollywood di saluran televisi baik MNCTV maupun ANTV. Tindakan yang muncul dari hiburan tersebut menjadi teridentifikasi kepada individu yang menjalankan peran sosial sebagai *audience* dari hiburan bersangkutan, dalam konteks ini fungsi sebagai tayangan yang akan berhubungan dengan tindakan yang khas dari ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU, yaitu pengetahuan yang didapatkan dari serial Mahabharata. Penafsiran yang dapat diambil, berarti tindakan tersebut merupakan hasil konsumsi serial Mahabharata di MNCTV bagi ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU.

Oleh karena itu tipe khalayak aktif itu diarahkan kepada tipe pemirsa yang mengenali serial Mahabharata di MNCTV secara mendalam oleh anggota kelompok pengajian Muslimat NU menjadi suatu obyek yang secara bersamaan juga dimasukkan kedalam tipe-tipe khusus, yaitu

khalayak aktif. Bahkan tipe atas bentuk-bentuk tindakan itu kerap kali menimbulkan identifikasi antara masyarakat penyuka serial Mahabharata non anggota kelompok pengajian Muslimat NU dengan masyarakat penyuka serial Mahabharata anggota kelompok pengajian Muslimat NU.

Besarnya minat ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU untuk mengonsumsi serial Mahabharata di MNCTV membuat stasiun TV lainnya berlomba-lomba untuk menyajikan program yang sama dengan sentuhan cerita dan jalan cerita yang berbeda.

Tidak berhenti sampai disitu, penggemar serial Mahabharata di MNCTV mempunyai *track record* sebagai penikmat kisah pewayangan bahkan sebelum ditayangkan di MNCTV pada tahun 2017 ini. Serial Mahabharata sebelumnya pernah ditayangkan pada tahun 1990-an di channel televisi TPI sebelum menjadi MNCTV yang mengisahkan kisah yang sama dengan Serial Mahabharata di MNCTV, hanya saja ada beberapa ibu-ibu anggota pengajian yang menonton dan tidak menonton karena beberapa sebab.

Dengan begitu, perbedaan antara serial Mahabharata versi lama di TPI dengan serial Mahabharata versi baru di MNCTV

menjadi banyak tafsiran. Melalui kelima subyek penelitian yang sebenarnya lebih banyak yang mengetahui serial Mahabharata versi baru di MNCTV, serial Mahabharata versi lama di TPI pun tidak dapat diingat lagi. Namun tentunya perkembangan serial Mahabharata di TPI tersebut memiliki dukungan-dukungan dari pihak yang merasa perlu untuk mengulang kembali tayangan serial Mahabharata yang lebih dulu ditayangkan dan masuk industry perfilman. Sehingga mau tidak mau, website yang mudah diakses akan menjadi tempat untuk menyimpan serial Mahabharata di TPI untuk diakses ulang.

Hal ini menegaskan bahwa peran media (televisi) dalam membentuk pemikiran dari audience sangat kuat. Televisi saat ini merupakan sara atau media yang disukai oleh masyarakat luas khususnya ibu-ibu, bisa dikatakan ibu-ibu telah menjadi khalayak aktif dari televisi, hal ini dapat dilihat dari kenyataan pada jam-jam istirahat atau jam-jam istirahat atau jam-jam diluar jam kerja umumnya yang mereka gunakan untuk menonton televisi disamping bekerja.

Skema-skema tipe khalayak aktif yang diberikan oleh ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU

mempresentasikan serial Mahabharata di MNCTV, peran-peran tayangan tersebut diwujudkan melalui bentuk-bentuk tindakan yang spesifik. Sehingga sebagai khalayak aktif yang kemudian diidentifikasi dengan ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU merupakan konsekuensi langsung dari aktivitas dan tindakan-tindakan *audience* yang mereka lakukan. Sebagai pemirsa aktif itu tersedia bagi semua anggota kelompok sosial tertentu yang bersangkutan, dan tayangan itu sendiri merupakan pelaku-pelaku individual maupun tindakan-tindakannya. (Berger dan Luckman, 1990 : 74)

Relativitas kenyataan sosial menimbulkan variasi sebagai khalayak aktif yang diberikan oleh ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU, sebab apa yang diketahui mengenai serial Mahabharata di MNCTV, pasti berbeda antara satu subyek dengan subyek lainnya. Beberapa subyek penelitian ada yang sangat dekat dengan tayangan tersebut, sehingga pengetahuan yang didapat sangat komprehensif, disisi lain ada subyek penelitian yang mengetahui lebih banyak dari tontonan yang ditayangkan, sehingga pengetahuan mengenai serial Mahabharata bersangkutan mungkin tidak seluas subyek yang dua kali menonton serial Mahabharata

di ANTV dan MNCTV ditambah lagi dengan tayangan yang diakses melalui media lain. Dengan demikian satu aspek penting dari pengalaman dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari adalah langsung atau tidak langsungnya pengalaman itu.

Ibu-Ibu Anggota Kelompok Pengajian Muslimat NU sebagai Penerima Keuntungan dan Kerugian Serial Mahabharata di MNCTV

Ditengah fenomena mengenai tayangan serial Mahabharata di MNCTV, televisi hadir dengan program-program yang menguntungkan bagi penontonnya, Tjiptono (2002:15) merupakan suatu perbandingan antara persepsi dan harapan seseorang. Seseorang dikatakan puas apabila persepsi sama atau lebih besar dari harapan, demikian pula sebaliknya apabila persepsi lebih kecil atau kurang dari harapan akan merasa tidak puas. Sedangkan menurut Kotler (2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja atau hasil sesuatu harapan dan harapannya.

Keuntungan dan kerugian dari menonton serial Mahabharata di MNCTV ini dari individu yang mendapatkan hasil fanatisme terhadap tayangan televisi yang

digemarinya. Selain melihat fanatisme terhadap tayangan tersebut, ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU ingin menjadi totalitas dalam mencintai budaya dan warisan jawa dari kisah pewayangan Mahabharata yang dapat dipelajari secara visual yang seperti kita ketahui jika mempelajari sesuatu dengan media visual, maka akan mudah diingat. Dengan menjadi suku jawa yang totalitas tentunya akan jauh lebih menghargai dan mencintai budaya jawa itu sendiri agar budaya jawa lebih lestari.

Persepsi Serial Mahabharata di MNCTV bagi Ibu-Ibu Anggota Kelompok Pengajian Muslimat NU

Hasil analisis peneliti mengenai jawaban kelima ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU di atas, bahwa keikutsertaan mereka dalam pengajian Muslimat NU sebagian besar adalah di hari Kamis Malam Jumat dan Ahad Malam Senin. Namun ada hari dimana pengajian tersebut diadakan di saat ada event tertentu, seperti Maulid Nabi Muhammad *Shallallahu alaihi wa sallam*, Harlah Nahdlatul Ulama, Peringatan 7 harian kematian, Walimatul Ursy dan lain-lain.

Bagaimana status keanggotaan ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat

NU. Kepentingan disini melihat bagaimana peran dominan subyek penelitian mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam memberikan persepsi serial Mahabharata di MNCTV, apakah kelompok pengajian Muslimat NU ini memberikan banyak peranan dari apa yang diinginkan. Kepentingan dalam persepsi memiliki beberapa point penting diantaranya ialah dalam kepentingan tiap subyek penelitian dalam memberikan persepsi yang diungkapkan.

Hal ini dapat direpresentasikan pada tiap-tiap kelompok pengajian Muslimat NU di MNCTV, sebab apa yang diutarakan oleh tiap-tiap subyek penelitian adalah sebagai pelaku dan dapat mewakili dari tiap kelompok yang terlibat di tiap kelurahan yang memberikan persepsi dari apa yang ditayangkan dari serial Mahabharata di MNCTV.

Unsur kepentingan dalam menjadi pengurus kelompok pengajian Muslimat NU yang mempunyai persepsi terhadap serial Mahabharata membuat subyek penelitian ingin lebih santai ketika tergabung dalam sebuah kelompok dan tidak terikat. Hal itu dipengaruhi dari durasi pengajian yang menuntut pengurus untuk lebih aktif, atau

dikenal dengan istilah “*budal disek, moleh kari*”.

Serial Mahabharata juga sering menayangkan episode-episode yang menarik dan menegangkan. Selain itu kisah-kisah dramatisir yang berhubungan dengan percintaan juga menjadi bahan dari serial Mahabharata, seperti pertemuan Arjuna dan Putri Subadhra dan akhirnya menikah dengan restu kedua kakak Subadhra yang kemudian menjadi kisah menegangkan karena terjadi cekcok antara Krishna dan Balarama, kakak Putri Subadhra. Seluruh upaya tersebut dilakukan oleh serial Mahabharata untuk membuat para penikmat serial Mahabharata mengerti alur cerita yang lengkap dari Mahabharata. Drama percintaan, konflik antar saudara, perebutan kekuasaan, strategi perang, kecurangan, dan lainnya memiliki dua maksud dalam serial Mahabharata. Yang pertama adalah mencuri perhatian penonton dengan tayangan yang dramatisir ketegangan, kesedihan, kebahagiaan bercampur menjadi satu, dan yang kedua adalah sebagai upaya dari pemain serial Mahabharata untuk mendapatkan simpati dari penggemar pewayangan dan serial Bollywood itu sendiri, rasa simpati itulah yang membuat penikmat serial Mahabharata mendukung

tayangan tersebut sehingga dapat menaikkan rating televisi.

Terdapat upaya bagi ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU agar tetap dapat menunjang data mereka dalam memahami dan mempelajari pewayangan yang diceritakan oleh serial Mahabharata di MNCTV. Nampak adanya usaha lain yang mereka lakukan agar kecenderungan memenuhi sisi intern maupun ekstern. Begitu juga dengan ibu Wd yang mengatakan bahwa ia masih sempat menonton serial Mahabharata di MNCTV karena jadwal pengajian mereka adalah sekitar ba'da maghrib hingga pukul 8 saja, sedangkan serial Mahabharata tayang pada pukul 9 WIB.

Ditengah fenomena mengenai pelestarian pewayangan, televisi hadir dengan program-program pelestarian wayang khusus untuk mempelajari budaya jawa, yaitu Serial Mahabharata di MNCTV. Meski bukan mega serial yang menceritakan pewayangan pertama di Indonesia, tetapi Mahabharata merupakan serial Bollywood di bidang pewayangan yang mengangkat budaya jawa namun diadopsi oleh India. Ketika ditanya pendapat informan mengenai wawasan dan nilai-nilai yang terdapat dari

serial Mahabharata di MNCTV, ada banyak jawaban yang beragam dari informan.

Secara garis besar terlihat para ibu mempersepsikan nilai-nilai agama yang terkandung dalam serial Mahabharata dengan persepsi yang berbeda-beda. Seperti telaahnya terkait nilai agama islam yang hanya memperbolehkan pernikahan poli hanya boleh dilakukan oleh suami, yaitu poligami, sedangkan jika istri yang melakukan praktik poliandri maka itu tidak dibenarkan. Namun berbeda dengan kondisi dahulu bahwa Islam waktu itu belum masuk ke Negara tersebut, sehingga memerlukan adanya pencerahan. Selain itu, menyoyal bentuk ibadah mereka adalah dengan selalu menemui dewanya dengan wujud yang dapat kita lihat di serial Mahabharata di MNCTV. Ditambahkan juga bahwa nilai-nilai kekeluargaan juga tertancap kuat pada keluarga mereka. Mereka mengibaratkan apabila kekuatan mereka bersatu dengan keahlian yang berbeda, maka akan dapat menghancurkan kejahatan dan kecurangan yang menyerangnya. Selain itu, nilai-nilai persaudaraan mereka yang teruji solidaritasnya terutama dalam menghadapi musuh. Namun nilai-nilai percintaan pula dapat diambil dari kisah Ratu Drupadi bersama kelima suaminya, yaitu pandawa. nilai kekeluargaan yang erat dan

menjunjung tinggi solidaritas dalam segala kondisi. Hal itu terbukti juga pada saat Pandawa harus rela berbagi istri, yaitu Ratu Drupadi yang awalnya hanya akan menikah dengan Arjuna, namun karena Ibu Kunti salah berbicara, maka itu berakibat pada pernikahan mereka berdua, dan berujung pada Ratu Drupadi yang seolah-olah melakukan pernikahan Poliandri. Terdapat pula nilai sosial antara guru dan murid yang terdapat pada diri Arjuna dan Guru Drona. Serta membahas mengenai keberbaktian seorang anak kepada kedua orangtuanya. Karena selain nilai-nilai ketuhanan, muslim juga diajarkan untuk berbakti kepada kedua orangtua yang didalam islam nilai tersebut diajarkan.

ANALISIS PERSEPSI IBU-IBU ANGGOTA KELOMPOK PENGAJIAN MUSLIMAT NU TERHADAP SERIAL MAHABHARATA DI MNCTV

Penelitian terhadap persepsi ibu-ibu anggota pengajian Muslimat NU terhadap serial Mahabharata di MNCTV ini melihat sebuah tayangan, dimana peneliti melihat khalayak aktif dan khalayak pasif. Selain itu, studi ini pada proses obyektivasi tidak dianalisis dalam bab ini karena banyaknya aspek yang dilihat dari subyek dan proses interpretasi subyek terhadap persepsi pihak ibu-ibu yang menjadi penonton serial

Mahabharata di MNCTV, sehingga pada proses analisis ini peneliti melihat pada aspek khalayak aktif dan khalayak pasif. Tiap tindakan subyek penelitian yang menggambarkan persepsi ini menjadi simbolik bagi penonton yang lain.

Pada studi penelitian ini adalah subyek penelitian yang berada dalam wilayah atau kelurahan di Surabaya, maka sejak keberadaan subyek penelitian di dalam ruang lingkup Muslimat NU pasti mempengaruhi pola pikir terhadap serial Mahabharata. Sebaliknya, subyek penelitian yang berada dalam wilayah atau tempat pengajian Muslimat NU, maka sejak keberadaan subyek penelitian di dalam ruang lingkup Muslimat NU jelas memengaruhi persepsi terhadap serial Mahabharata. Seperti yang dirasakan oleh subyek peneliti dari kelompok Muslimat NU kelurahan di Surabaya ini yang mempunyai persepsi terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam serial Mahabharata, hingga justifikasi dalam praktek hegemonis yang terjadi pada ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU.

Anggota kelompok pengajian Muslimat NU adalah sebagai sarana silaturahmi dan menambah pengetahuan untuk menjadikan ibu-ibu anggota kelompok lebih dekat dengan masyarakat luas, sebab

subyek ini menambahkan bahwa persepsi dalam hal ini bertujuan agar ibu-ibu anggota muslimat NU melihat banyak nilai-nilai dari serial Mahabharata dimanapun ia menonton tayangannya. Aktivitas dari ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU diwujudkan dalam menonton dan mempunyai koleksi dari serial Mahabharata baik berupa audio maupun visual.

Proses menjadi khalayak aktif dari pihak ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU sesuai dari uraian oleh tiap-tiap subyek penelitian diatas adalah bukti bahwa kepentingan mereka dalam memberikan persepsi serial Mahabharata ini ingin menunjukkan bahwa kelompok pengajian Muslimat NU bisa melihat dari sudut pandang yang berbeda. Adapun cara yang dilakukan dalam memberikan sudut pandang yang berbeda itulah dengan cara menonton secara rutin serial Mahabharata dimanapun dan kapanpun di televisi maupun melalui akses lain.

Menonton serial Mahabharata di MNCTV, hal tersebut menjadikan hubungan simbiosis mutualisme baginya. Sebab, dengan menonton serial Mahabharata dan mengikuti setiap episdenya tentunya pemahaman baik dari cerita kolosal dan cerita pewayangan warisan budaya Jawa yang diversikan India dapat tercapai. Hal

tersebut tentunya akan memberikan dampak tersendiri bagi penayangan serial Mahabharata dan televisi lokal yang menayangkannya di Indonesia.

Terlihat jelas bahwa kelompok pengajian Muslimat NU ini menginginkan sebuah keadaan yang terbaik bagi serial Mahabharata dengan nilai-nilai positif yang dikandungnya.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU terhadap serial Mahabharata adalah pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut sehingga akan secara bebas memberikan stimulus secara langsung bagi informan yang menontonnya secara terus menerus baik sebagai penonton pasif. Terdapat fase dimana ibu-ibu anggota kelompok pengajian Muslimat NU ingin memenuhi kebutuhan dan kepentingan pribadinya dengan mengesampingkan hal yang sudah terjadi di masyarakat sebelum munculnya sajian tayangan yang dikonsumsinya. Pengetahuan tentang budaya india dan warisan jawa di peroleh dari menonton program serial Mahabharata di MNCTV diantaranya seperti pengetahuan budaya, jalan cerita Mahabharata, dan

tokoh-tokoh yang terdapat dalam Mahabharata, persamaan budaya, artis pemeran yang *good looking*, penjiwaan peran. Penonton aktif telah memberikan pandangan terkait pernikahan poliandri yang dilakukan Drupadi adalah hal yang perlu ditoleransi dan diketahui penyebabnya bahwa hal tersebut terjadi bukan keinginan Ratu Drupadi untuk memiliki 5 suami yang kesemuanya adalah saudara, melainkan dilakukan karena menjunjung tinggi sumpah yang telah dikatakan oleh ibu dari pandawa lima, yaitu ibu Ratu Kunti.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Bacaan

- Al Barry, M. Dachlan Yacub:2001.*Kamus Sosiologi Antropologi*.Surabaya:Penerbit Indah Surabaya (Anggota IKAPI)
- Davis, Howard dan Paul Walton.2010.*Bahasa, Citra, Media*.Yogyakarta:Jalasutra
- Danesi, Marcel.2010.*Pengantar Memahami Semiotika Media*.Yogyakarta Jalasutra: Anggota IKAPI
- Ed. Khamami Zada, A. Fawaid Sjadzili.2010.*Nahdlatul Ulama: Dinamika Ideologi dan Politik Kenegaraan*.Jakarta:Kompas
- Muhtadi, Asep Saeful.2004.*Komunikasi Politik Nahdlatul Ulama: Pergulatan Pemikiran Politik Radikal dan Akomodatif*.Jakarta:Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia, anggota IKAPI
- Mulyana, Deddy.2010.*Metodologi Penelitian Kualitatif*.Bandung:PT Remaja Rosdakarya
- Purna, I Made, dkk.1994/1995.*Arti-Makna Tokoh Pewayangan Mahabharata dalam Pembentukan dan Pembinaan Watak (Seri I)*.Jakarta:Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya Pusat Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan
- Purna, Made dan Guritno, Sri.1997.*Arti-Makna Tokoh Pewayangan Mahabharata dalam Pembentukan dan Pembinaan Watak (Seri III)*.Jakarta:Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya Pusat Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan
- Ritzer, George.2015.*Teori Sosial Modern*.Jakarta:Kencana Prenada Media Group

Sobur, Alex.2004.*Semiotika Komunikasi*.Bandung:PT Remaja Rosdakarya

Soekanto, Soerjono.1982.*Teori Sosiologi: Tentang Pribadi dalam Masyarakat*.Jakarta Timur:Ghalia Indonesia

Vivian, John.2008.*Teori Komunikasi Massa*.Jakarta:Kencana Prenada Media Group

Winarso, Heru Puji.2005.*Sosiologi Komunikasi Massa*.Jakarta:Prestasi Pustaka Publisher

W. Littlejohn, Stephen dan Karen A. Foss.2009.*Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*.Jakarta:Penerbit Salemba Humanik

Jurnal

Tartila, Pintani Linta.2014.*Fanatisme Fans Kpop Dalam Blog Netizenbuzz*.Jakarta:pintaniofficial@yahoo.com.id

El-Mawa, Mahrus. Edisi XIII No. 2 Tahun 2015.*Pendidikan Ma'arif NU, Pesantren, dan Naskah Kuno: Merajut Model Pendidikan Islam Nusantara*.Jakarta Pusat:Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Pusat

Putri, Ega Dina. Tahun 2015 *Efek Tayangan Sinetron Mahabharata Dalam Meningkatkan Pengetahuan Budaya India Pada Ibu-Ibu Kelurahan Sempaja Utara*

Skripsi

Carreza, Arqoma Nurveda.2014.*Fashion, Identitas Diri dan Konsumerisme (Studi Kajian Budaya Mengenai Fashion, Identitas Diri dan Konsumerisme Pada Remaja Akhir di Surabaya)*.Surabaya:Universitas Airlangga

Lubiyana, Khalidah.2013.*Eksposur Media Massa Televisi Dan Internet Sebagai Stimulant Perilaku Konsumsi*.Surabaya:Universitas Airlangga

Yulianingsih, Tri Ayu.2016.*Budaya Konsumsi Internet dalam Kehidupan Sehari-hari Ibu Rumah Tangga di Kampung Surabaya (Kajian Audiens dalam Tradisi Media Cultural Studies)*.Surabaya:Universitas Airlangga

Z. Ardian, Okky.2011.*Opini Perempuan di Surabaya Terhadap Program Acara Reality Show "Masihkah Kau Mencintaiku"* di

RCTI.Surabaya:Universitas
Airlangga

Internet

Film bollywood 24 jam nonstop hiburan penggemar indonesia (diakses pada Selasa, 12 April 2016 pukul 22.13 WIB)
<http://showbiz.liputan6.com/read/814517/>

Kenapa dengan film india 550bb76a813311c42ab1e1e3 (diakses pada Selasa, 12 April 2016 pukul 23.45 WIB)
<http://www.kompasiana.com/aman-dakhan/memangnya>

Hedi Sasrawan, “Daftar Julukan Negara-Negara di Dunia”, diakses di <http://hedisasrawan.blogspot.co.id/2014/09/35-daftar-julukan-negara-negara-di-dunia.html> (diakses pada Kamis, 4 Mei 2017 pukul 22.34 WIB).

“Istilah Bollywood yang Disalahgunakan”, (diakses pada Rabu, 10 Mei 2017 pukul 8.33 WIB)
<https://aboutbollywood.wordpress.com/2014/11/22/istilah-bollywood-yang-disalah-gunakan/>

Mengapa serial ini lebih berhasil saat tayang di antv dibanding tv lain (diakses pada Senin, 16 Oktober 2017 pukul 9.04 WIB)
<https://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/kabar/read/63380/>

Kelahiran muslimat nu sebagai gerakan perempuan muslim di indonesia (diakses pada Sabtu, 11 Oktober 2017 pukul 04.44 WIB)
<https://www.jurnalperempuan.org/blog-muda1/>

Sejarah muslimat nu perjuangannya dari masa ke masa/ (diakses pada Sabtu, 11 Oktober 2017 pukul 04.45 WIB)
<https://pcmnujungpara.wordpress.com/2015/02/06/>

Sejarah berdirinya muslimat nu/ (diakses pada Sabtu, 11 Oktober 2017 pukul 04.48 WIB)
<https://pwnujatim.or.id/>

Majelis taklim ibu-ibu hanya ada di indonesia diakses pada tanggal 11 November 2017 jam 23:00 WIB
<http://www.nu.or.id/post/read/13190/>