



---

## **PERBEDAAN KONSEP PERJODOHAN ISLAM DAN REALITY TV DALAM PERSPEKTIF GLOBALISASI MEDIA**

**Dwi Arini Yulianti, Tantan Hermansah**

UIN Syarif Hidayatullah – Jakarta, arinidwi57@gmail.com

Received: 02 - 12 - 2021

Accepted: 17 - 12 - 2021

Published: 28 - 12 - 2021

### **ABSTRAK**

Program *Take Me Out* Indonesia merupakan program adaptasi yang telah mengudara di Indonesia sejak tahun 2009 dan menjadi salah satu program *reality show* tersukses di Indonesia. Namun, disadari atau tidak, kehadiran program tersebut turut pula membawa ancaman hegemoni budaya Barat yang menggerus nilai-nilai budaya Islam. Di era globalisasi ini, perjodohan dijadikan komoditi yang dijual ke ranah publik melalui sebuah tayangan. Tidak sedikit dari adegan yang ditampilkan pada program ini mengesampingkan hukum *syara* dan berpotensi mendegradasi identitas nilai Islam. Metode penelitian menggunakan studi pustaka, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa globalisasi pada sektor media telah memberikan konsekuensi yang amat besar. Maraknya program adaptasi asing tidak lepas dari respon baik dari masyarakat. Perolehan *rating* dan *share* sebuah stasiun tv masih menjadi target utama pencapaian keuntungan perusahaan. Meskipun, apa yang dipertontonkan tidak sesuai dengan hukum Islam dan cenderung keluar dari garis batas hukum Islam. Penerapan komunikasi Islam menjadi kunci penting dakwah dalam menghadapi globalisasi Barat.

**Kata kunci:** Globalisasi, Program Adaptasi, Media, Islam.

### **PENDAHULUAN**

Globalisasi tidak pernah menjadi proses sederhana homogenisasi, atau mengubah dunia menjadi sama, meskipun sering dicirikan hanya dengan ini, mengarah ke 'McWorld' (McChesney, 1997). Globalisasi atas format acara televisi memberikan khlayak apa yang disebut dengan *feeling glocal*, hal ini dimaksudkan dimana program acara tidak hanya berisi muatan global yang dilokalkan, namun juga muatan lokal yang dijadikan global. Sehingga khlayak juga akan memiliki perasaan menjadi bagian dari masyarakat global melalui suatu program adaptasi (Iwabuchi, 2004, p.34). Seperti yang dikatakan oleh McLuhan bahwa pada skala yang lebih luas, televisi akan mengembalikan kita menjadi suku lagi. Kita akan berpindah dari Negara bangsa yang terpisah-pisah dan menjadi sebuah "desa dunia" (Severin dan Tankard, 2011).

Globalisasi pada lembaga televisi telah memunculkan persoalan-persoalan penting terkait tentang budaya dan identitas kultural. Apa yang ditayangkan televisi

tersebut seolah-olah mewakili pola pikir dan pola hidup masyarakat kebanyakan. Hal ini memberikan dampak terhadap kebudayaan asal yang sangat kentara sekali di sebagian negara berkembang seperti Indonesia.

Program televisi realita kini telah menyusup ke hampir setiap area medium, dan mereka tempati sebagian besar dari medan televisi. Nastiti dalam “Di Balik Tren Tayangan Impor” menyatakan bahwa maraknya tayangan asing di televisi Indonesia sebenarnya bukanlah suatu fenomena baru. Hal tersebut dapat terlihat saat televisi swasta muncul, program-program impor sudah menjadi sajian utama. Sen dan Hill (2001: 121) mencatat ketika berdiri di tahun 1989, hampir 90% program siaran di RCTI berasal dari Amerika sementara SCTV memutar film-film dari China dan Hong Kong, sedangkan stasiun tv TPI menjadi pelopor yang membawa masuk film Bollywood.

Di era global ini, unsur-unsur budaya non-Islam secara bertahap diadaptasi dan diadopsi oleh umat Islam, menghasilkan campuran budaya Barat dan Islam. Oleh karena itu, fitur budaya Islam sedang dikompromikan dengan yang Barat, yang selanjutnya menciptakan krisis identitas di kalangan umat Islam. Globalisasi menimbulkan tantangan bagi budaya dan identitas Islam karena globalisasi mempromosikan transmisi informasi melalui media dan ini telah mengakibatkan dominasi dan hegemoni budaya Barat di seluruh dunia (Nurullah, 2008). Seperti yang diungkapkan Bakti (Bakti, 2011):

*“Islamic principles were initially introduced by the Prophet Muhammad in the seventh century and have passed through a 14-century long process of (re)interpretations, based on new localities, system, and context of lives, encountered by Islam. These interpretations are not always welcomed by the proponents of the so-called Islamic traditions. But others, in particular the proponents of Islamic modernism, have no problem adopting the new meanings, as they believe that the Muslims should experience modernization or new life. Conversely, globalization principles can be perceived as clashing with the Islamic values”.*

Tulisan ini akan ditujukan untuk menganalisis secara kritis bagaimana globalisasi media mengubah identitas nilai Islam melalui media televisi khususnya tayangan *reality show*. Pada bagian awal tulisan ini, akan dipaparkan tentang bagaimana media berperan dalam proses globalisasi. Selanjutnya, akan dipaparkan bagaimana perbedaan konsep perkenalan/perjodohan dalam Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia dengan konsep perjodohan pada tayangan *reality tv Take Me Out Indonesia*.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, wawancara dan dokumentasi. Studi pustaka dilakukan dengan melihat berbagai sumber rujukan sebagai sumber data. Beberapa jurnal yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat digunakan sebagai sumber data seperti jurnal mengenai konsep perjodohan menurut Islam, studi komunikasi, studi budaya dan media, studi globalisasi serta buku yang menunjang penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan produser program *Take Me Out* yaitu Bapak Bayu Gede untuk mendapatkan data yang relevan. Dokumentasi dilakukan dengan melihat kembali tayangan program *Take Me Out* di channel youtube. Dari data yang diperoleh, kemudian dijadikan satu dan diolah dengan teknik penelitian yang sesuai.

## HASIL DAN DISKUSI

### Globalisasi Media Pada Tayangan Televisi

*Content*, *capital* dan *audiences* merupakan tiga sumber kehidupan bagi media seperti yang dikatakan Dimmick dan Rothenbuhler (1984). Audiens sebagai pangsa utama akan tetap memilih setia oleh stasiun TV tertentu dengan *content* (isi) yang menarik. Semakin audiens yang menonton suatu program, maka semakin tinggi pula *rating* dan *share* program tersebut. Hal ini memiliki andil yang penting terhadap para pengiklan yang menjadikan *rating* dan *share* sebagai patokan para pengiklan untuk memasang iklan di program tersebut. Dalam konteks ini, tampilan media televisi yang kental dengan wajah industri kerap mendapatkan permakluman (Heryanto, 2017).

Semakin banyaknya program *reality show* yang muncul di berbagai stasiun tv tidak lepas dari respon yang baik dari pemirsa. Respon tersebut dapat terlihat dari perolehan *rating* dan *share* *Take Me Out* Indonesia yang sempat menduduki peringkat *rating* tertinggi pada kategori program *reality show* di tahun 2009. Catatan survey AGB Nielsen pada September 2009, *Take me out* indonesia menduduki peringkat teratas dengan *rating* 7,9% dan diikuti termehak-mehak dengan *rating* 5,9% dan peringkat tiga program para pencari tuhan dengan *rating* 5,2%. Bahkan pada bulan Juli 2009 angkanya sempat menembus 41,6%. Kombinasi format show dan *reality show* pada acara perjodohan atau *dating show* ini merupakan yang pertama di Asia. Pada Maret 2010, *Take Me Out* Indonesia menyabet penghargaan Panasonic Gobel Award dan dinobatkan menjadi acara *reality show* terfavorit

*Take Me Out* merupakan program adaptasi yang lisensinya dipegang oleh FremantleMedia yaitu salah satu rumah produksi program televisi terbesar di dunia. FremantleMedia yang telah beberapa kali berganti nama dan kepemilikan adalah sebuah '*content-business-production*' dari RTL Group, perusahaan televisi dan radio terbesar di Eropa dengan 31 stasiun televisi dan 33 stasiun radio di sepuluh negara Eropa. Saham RTL Group sendiri dimiliki sebagian besar (90%) oleh Bertelsmann AG yaitu sebuah perusahaan media dan *entertainment* yang memimpin pasar media di dunia.

Dilansir dari situs resminya, FremantleMedia telah memproduksi di hampir lebih dari 36 negara di dunia. Dengan 450 judul program yang ditayangkan di waktu yang bersamaan dan didistribusikan ke 150 pasar yang berbeda di seluruh dunia. Setiap tahunnya FremantleMedia memproduksi sebanyak 12.000 jam tayangan yang disiarkan, dan secara konsisten menduduki peringkat nomor 1 sebagai program hiburan di lebih dari 40 negara di seluruh dunia. Saat ini total *viewers* di *channel* Youtubenya mencapai lebih dari 100 juta *viewers* (About | Fremantle, 2020).

Program *Take Me Out* pertama kali tayang dengan judul *Taken Out* di Australia pada September 2008. Kemudian *dating game show* tersebut dikembangkan dan diproduksi di sejumlah Negara dengan judul *Take Me Out* di UK, Irlandia, Filipina, Indonesia, Denmark, Belanda, USA, Spanyol, Swedia, Finlandia, Cina, Jepang, Thailand, Malaysia, Taiwan, India dan Korea.

Dilansir dari situs resmi FremantleMedia, program *Take Me Out* tersukses dari seluruh penayangannya di dunia adalah di Indonesia. *Take Me Out* Indonesia yang tayang di Indosiar pada Juni 2009 tercatat meraih sukses dengan perolehan *rating* sebesar 7,9% dan sempat menembus *share* 40,1%. Indonesia tercatat sebagai produksi tersukses program *Take Me Out* pada waktu itu karena kesuksesannya mengeluarkan

sekuel *Take Him Out* dan *Take Celebrity Out* yang juga meraih perolehan rating dan share yang tinggi.

*Take Me Out* Indonesia yang kini tayang di GTV masih bertahan sejak 10 tahun lalu memulai tayangan perdananya di Indonesia. Terhitung sejak Juli 2019, program yang tayang setiap Sabtu dan Minggu ini total sudah menayangkan 40 episode. Dalam situs resmi GTV ditampilkan persyaratan peserta pada program ini yaitu pria/wanita *single* dengan usia minimal 21 tahun dan memiliki pribadi yang ekspresif, supel dan *talkactive*.

Lebih jauh, menurut penuturan Bayu Gede Produser *Take Me Out* Indonesia di GTV, *look* atau faktor penampilan menjadi faktor utama dalam pemilihan dari peserta baik *single man* maupun *single ladies*. Adapun proses *casting* para peserta dilakukan oleh pihak Fremantle yang kemudian dipresentasikan ke *programming* GTV untuk kemudian diputuskan bersama (Bayu Gede, komunikasi pribadi, 25 Desember 2019).

Dilihat dari kaca mata positif, program *Take Me Out* Indonesia memang tidak hanya sekedar program *reality show* yang menghibur semata, namun dapat menjadi sarana mencari pasangan hidup bagi mereka yang belum memiliki pasangan. Pada kenyataannya, program tersebut telah berhasil membawa beberapa pasangan yang akhirnya menikah setelah di pertemukan di panggung *Take Me Out* Indonesia. Namun, program *Take Me Out* yang pada dasarnya merupakan program adaptasi luar negeri membawa serta budaya Barat pada budaya Indonesia yang mayoritas beragama muslim dan menganut adab ketimuran.

### **Homogenisasi Proses Perjodohan**

Sebagian besar proses perjodohan seringkali ditampilkan sebagai proses privat yang hanya diketahui diri sendiri atau keluarga dekat, karena mereka yang menjalani proses ini dianggap susah untuk mendapatkan jodoh. Di Indonesia, proses yang aman dan membatasi terjadinya keintiman atau peluang berhubungan seksual juga melekat dalam label perjodohan. Namun pada *Take Me Out* Indonesia, peserta bias dengan leluasa membagikan informasi pribadi tentang dirinya, mengekspresikan baik kegagalannya dalam menjalin hubungan atau mengenai keluarga. Keintiman antar pasangan yang divisualisasi melalui sentuhan dan *proximity* juga bisa dengan leluasa dan secara natural dipertunjukkan di atas panggung *Take Me Out* Indonesia untuk memperkuat unsur *privat* dan *riil* para peserta yang pada dasarnya 'orang biasa'. Perjodohan di Indonesia sering dianggap sebagai sebuah proses familial, yang tujuannya diharapkan sesuai aturan, baik dalam keluarga, termasuk adat, nilai-nilai maupun agama yang menjadi bagian dari keluarga tersebut (Kartikasari, 2012).

Masyarakat masih memegang tradisi bahwa perjodohan adalah prosesi yang sakral, karena belum terdapat ikatan secara legal, maka tidak dianggap perlu untuk mempublikasikan perjodohan. Meskipun ada tradisi *ngarot* dan *gredoan* di masyarakat Indramayu dan Banyuwangi, dimana laki-laki dan perempuan yang sudah cukup umur dipertemukan secara beramai-ramai di suatu tempat. Akan tetapi, tetap saja jika seorang laki-laki menyukai perempuan yang ia temui dalam 'pesta' tersebut, secepatnya ia bertandang ke rumahnya untuk meminta restu orangtua si perempuan agar mereka dijodohkan (Kartikasari, 2012).

Secara keseluruhan, isi media adalah hiburan, atau sesuatu yang dimaksudkan sebagai hiburan. Makna hiburan juga tergantung pada motivasi orang per orang. Jika

kita menjadikan televisi sebagai media hiburan, maka apa saja acaranya akan kita anggap sebagai hiburan. Dalam pengertian ini, semua isi media berpotensi menjadi hiburan, karena penentunya terserah kepada pembaca, penonton atau pendengarnya (Rivers dkk., 2003).

Penelope Courtez dalam penelitiannya mengenai Indonesian Idol (2007, h.383) mengemukakan bahwa dalam program adaptasi perbatasan antara konsep global dan lokal menjadi sangat problematis dan membingungkan. Pada konsepnya lokal berlawanan dengan global dan dalam konteks imperialism kultural berlawanan dengan budaya Barat. Imperialisme kultur yang dimaksudkan terjadi akibat globalisasi program acara TV. Herbert Schiller (1976) mendefinisikan imperialisme kultur dimana perusahaan multinasional termasuk media yang berpusat di negara maju mendominasi negara berkembang melalui program adaptasi. Globalisasi atas format acara TV memberikan khlayak yang disebut dengan *feeling glocal*, dimana program acara tidak hanya muatan global yang dilokalkan, namun juga muatan lokal yang dijadikan global. Sehingga khlayak juga akan memiliki perasaan menjadi bagian dari *global society* melalui suatu program adaptasi (Kartikasari, 2012).

Pada program *Take Me Out* Indonesia, peserta yang ditampilkan tidak jarang berasal dari Negara lain. Hal ini sejalan dengan prinsip glocalisasi dimana muatan lokal dan global disatukan. Tidak hanya itu, ide-ide kreatif kemunculan peserta pria dengan membawa adat istiadat di Tanah air juga menjadi salah satu konten kreatif yang berusaha ditampilkan. Seperti di salah satu episodenya dimana peserta pria dihadirkan dengan konsep pernikahan adat Betawi. Membawa roti buaya dan makanan-makanan khas yang sering dibawa pada pernikahan adat betawi. Bahkan kemunculannya juga dilengkapi dengan hadirnya “palang pintu”



Gambar 1. Single man asal Spanyol



Ini adalah cara ampuh untuk mendapatkan cinta dari Single Ladies – Take Me Out Indonesia 2019

Gambar 2. Perkenalan peserta pria dengan adat Betawi

*Take Me Out* Indonesia menampilkan perjodohan sebagai proses yang layak untuk diketahui publik beserta persaingan para peserta memperebutkan jodoh, usaha mereka menarik pasangan serta keintiman yang terjadi (Kartikasari, 2012). Selain itu program ini banyak menampilkan adegan-adegan yang bersebrangan dengan nilai-nilai Islam.

Seperti mempertontonkan aurat dan adegan keintiman antara wanita dan pria yang belum memiliki ikatan secara resmi.



Gambar 3. Perkenalan peserta pria



Gambar 4. Kemunculan peserta wanita

Syariat Islam juga telah mewajibkan seorang laki-laki untuk berlaku *'iffah* (menjaga kehormatan) atau menundukkan pandangannya terhadap wanita merdeka, meskipun buruk rupa; baik terhadap rambut ataupun kulitnya (Kasang, 2017). Pertemuan antara laki-laki dengan perempuan tidak haram, melainkan boleh. Bahkan hal itu kadang-kadang dituntut apabila bertujuan kebaikan, seperti dalam urusan ilmu yang bermanfaat, amal saleh, kebajikan, perjuangan, atau lain-lain yang memerlukan banyak tenaga, baik dari laki-laki maupun perempuan.

Namun, kebolehan itu tidak berarti bahwa batas-batas di antara keduanya menjadi lebur dan ikatan-ikatan syar'iyah yang baku dilupakan. Kita tidak perlu menganggap diri kita sebagai malaikat yang suci yang dikhawatirkan melakukan pelanggaran, dan kita tidak perlu memindahkan budaya Barat kepada kita. Yang harus kita lakukan ialah bekerja sama dalam kebaikan serta tolong-menolong dalam kebajikan dan takwa, dalam batas-batas hukum yang telah ditetapkan oleh Islam. Batas-batas hukum tersebut antara lain: (Qaradhawi, 2006) Menahan pandangan dari kedua belah pihak. Artinya, tidak boleh melihat aurat, tidak boleh memandangi dengan syahwat, tidak berlama-lama memandangi tanpa keperluan (an-Nur: 30-31). Pihak wanita harus mengenakan pakaian yang sopan yang ditentukan syara', yang menutup seluruh tubuh selain muka dan telapak tangan (an-Nur:31). Dalam perkataan, harus menghindari perkataan yang merayu dan membangkitkan rangsangan (al-ahzab:32).

Televisi sebagai media massa memiliki batasan yang 'blur' terkait konsep privat dan publik, terutama melalui *reality show*. Karena dalam *reality show* kita dapat melihat orang-orang biasa yang seakan-akan memiliki kesamaan dengan penonton, namun mereka berada di ranah publik juga karena setiap gerak-geriknya disaksikan oleh pemirsa (McGuigan, 1996, p.34).

Ideologi kapitalisme begitu kuat terlihat dengan menjadikan ajang perjodohan yang seharusnya sakral namun dijadikan komoditi yang diperjual belikan. Apa yang dihadirkan kepada pemirsa seolah-olah adalah gambaran realitas kehidupan masyarakat ibu kota yang sarat dengan gemerlap hidup ibu kota. *This capitalist nature of globalised media*

*has consequences which are usually taken for granted, or seen as unchangeable. For example: that the financing of most 'Western' media is by advertising, often overruling principles of a public right to quality media. That TV viewing or web browsing is interrupted by ads. That internet surveillance will routinely check your consuming preferences and many other personal details. That media are in competition for profits, like other capitalist firms. That 'free trade' drives apply to cultural goods, such as films and TV. That 'development' means developing towards this capitalist model, with its attendant overconsumption, cheapest possible employment patterns and massive rewards for those at the top (Branston & Stafford, 2010).*

Fungsi hiburan dari media terus berkembang, dan karena tuntutan pasar, media berusaha menyajikan hiburan yang bias memenuhi selera umum. Karenanya, mutu acara hiburan itu, bila diukur dari selera individual, hampir selalu terbatas. Namun media sendiri lebih menghendaki demikian, karena khalayak yang sekedar suka namun jumlahnya banyak lebih menguntungkan daripada penggemar fanatik dalam jumlah kecil. Unsur-unsur seni dan pendidikan juga disesuaikan dengan selera massal tersebut (Rivers dkk., 2003).

Dalam usahanya merangkul sebanyak mungkin pihak, nilai-nilai yang terkemas dalam produk hiburan cenderung dangkal. Media massa memang berusaha menonjolkan atau meremehkan nilai-nilai tertentu. Seperti mengutip pendapat Shoemaker (1991 :121), bahwa organisasi media merupakan entitas ekonomi. Sebagai *capitalist venture* media penyiaran beroperasi dalam sebuah struktur industri kapitalis. Dalam pandangan Smythe, fungsi utama media pada akhirnya menciptakan kestabilan segmen audien bagi monopoli penjualan pengiklan (Heryanto, 2017).

Selain itu, praktik konglomerasi media di Indonesia juga Penggabungan dan aliansi antar media (integrasi horizontal dan vertikal) telah menciptakan timbulnya monopoli pada suatu tatanan baru, suatu kesatuan besar konglomerat yang menyimpan potensi untuk mengendalikan produksi dan arus komunikasi, informasi serta hiburan. Kajian ekonomi politik menempatkan media sebagai instrumen dominasi yang dapat digunakan oleh pemilik modal atau kelompok penguasa lainnya untuk memberikan arus informasi publik sesuai dengan kepentingannya dalam sistem pasar komersial (Zulfiningrum, 2014).

### **Konsep Perjodohan dalam Islam**

Pengertian asal mula 'perjodohan' sebenarnya berawal dari kata 'jodoh' yang memiliki arti pasangan atau (barang apa yang cocok hingga menjadikan sepasang), lalu arti dari 'perjodohan' sendiri ialah mempertunangkan, memperistrikan atau mempersuamikan. Dalam makna istilah, perjodohan ialah upaya untuk melakukan atau menyatukan kedua anak manusia dengan salah satu pihak dengan adanya unsur suatu pemaksaan. Dan menurut beberapa ahli ulama' mengatakan bahwa, perjodohan ialah suatu pernikahan atau perkawinan yang dilaksanakan bukan atas kemauan sendiri dan juga terdapat unsur desakan atau tekanan dari pihak orang tua ataupun pihak yang hendak menjodohkan. Maka sebenarnya perjodohan memiliki banyak makna dan pengertian yang luas di kalangan masyarakat saat ini, akan tetapi masih banyak yang salah mengartikan atau salah dalam penafsiran terkait perjodohan itu.

Dalam Islam pun diperintahkan para wali agar untuk meminta pendapat anak mereka yang hendak dijodohkan, dengan ketentuan seperti ini sesungguhnya syariat



Islam telah memelihara keharmonisan komunikasi dalam keluarga. Dalam istilah fiqh suatu perjodohan itu lebih dikenal suatu kejadian sosial yang berdampak atas tidak adanya kerelaan atau adanya kesewenang-wenangan dalam menentukan sebuah pilihan hidup, tentu saja ini banyak terjadi di kalangan masyarakat sekitar kita dan merupakan gejala sosial di tengah masyarakat. Adanya suatu akibat pasti tentu ada sebuah dari sebab timbulnya perjodohan, dalam hal ini bisa dilatarbelakangi oleh beberapa faktor yaitu; adanya sebuah ikatan perjanjian antara kedua orang tua untuk saling menikahkan anaknya kelak ketika dewasa, ada juga faktor dari keluarga, ataupun dari pihak calon yang hendak dijodohkan tersebut memiliki status sosial yang tinggi di kalangan masyarakat sekitarnya.

Dalam Islam, konsep perjodohan dikenal dengan nama ta'aruf. Kata ta'aruf merupakan istilah kata yang berasal dari bahasa Arab yaitu ta'arafa yang artinya "saling mengenali". Ta'aruf adalah tindakan dan upaya bersilatullah untuk bertemu atau bertatap muka agar saling mengenali atau sarana obyektif untuk melakukan perkenalan dan pendekatan dalam mencapai jodoh. Disamping ta'aruf merupakan media dan dibentuk menjadi sebuah sarana dalam mewadahi proses menuju perkawinan, ta'aruf merupakan bagian dari ukhawah Islamiyah. Pada dasarnya ta'aruf dianjurkan dalam hukum Islam sebab dengan ta'aruf manusia bisa berinteraksi dan berkomunikasi untuk mewujudkan segala kebutuhannya.

Ta'aruf adalah upaya untuk saling mengenal antara laki-laki maupun perempuan yang sudah memiliki kesiapan kematangan diri dalam menuju pernikahan yang sah dimata hukum. Upaya mengenali pasangan sebelum menikah ini sudah ada pada masa Rasulullah SAW yang pada saat itu lebih dikenal dengan istilah nadhor (Hidayat & Wardana, 2018). Ta'aruf atau mengenali calon pasangan sebelum pada proses pernikahan menjadi pertimbangan untuk mengetahui informasi satu sama lain dibawah koridor jalan yang benar dan dalam waktu yang singkat sampai pada pernikahan. Menurut Thobroni dan Munir (2010) juga menjelaskan bahwa pada umumnya, ta'aruf dilakukan dengan mediator orangtua atau saudara, sedangkan ta'aruf dalam arti luas adalah pendekatan, perkenalan, dengan calon suami atau istri dengan cara yang luwes dan mampu menyesuaikan dengan kondisi apapun.

Pada hakikatnya mayoritas manusia tertarik pada lawan jenisnya, sehingga membutuhkan untuk perkenalan dan saling menukar informasi. Kondisi semacam ini biasanya muncul dan tumbuh ketika melihat bentuk fisik lawan jenisnya. Sehingga ada rasa yang tumbuh untuk mengawininya atau untuk dijadikan istrinya. Oleh sebab itu, karena manusia makhluk yang terbatas daya pikirnya sehingga tidak mungkin bisa mengetahui dan mengenal karakter seorang perempuan yang ingin dikawini atau untuk dijadikan istrinya maka membutuhkan konsep ta'aruf secara Islami.

Dalam hukum Islam, bentuk proses dan tata cara ta'aruf untuk mencari jodoh tidak ditentukan secara kongkrit, sehingga bagi orang yang ingin mencari jodoh dianjurkan untuk melakukan ta'aruf dengan berbagai macam cara dengan catatan tidak melanggar atau kontradiksi dengan hukum Islam yang telah ditentukan. Seperti menggunakan mediator, teman, sanak famili dan kerabat perempuan tersebut. Bahkan apabila seorang laki-laki sudah mempunyai niat yang mutlak untuk mengawininya diperbolehkan untuk melihat perempuan tersebut.

Selain urusan melihat fisik, ta'aruf ingin menghasilkan data yang berkaitan dengan perempuan tersebut dari segi status, perilaku, dan karakternya, sehingga timbul rasa



untuk meminang dan mengawininya. Semua itu harus dilakukan dengan cara yang benar dalam koridor syariat Islam, minimal ada mediator seperti teman yang muhrim, atau dari keluarga perempuan tersebut. Tidak dibenarkan untuk pergi jalan-jalan berdua, nonton, kencan, nge-date bahkan terlanjur mengerjakan perzinahan yang beralasan untuk tujuan ta'aruf semata.

Ta'aruf dapat dilakukan dengan berbagai cara selama tidak bertentangan dengan syariat Islam. Adapun macam-macam ta'aruf, yaitu sebagai berikut:

a) Ta'aruf dengan bertukar biodata

Kedua calon pasangan biasanya memulai ta'aruf dengan saling bertukar biodata yang diserahkan melalui pendamping (mediator). Setelah kedua calon pasangan menerima dan membaca biodata tersebut, mereka melakukan istikharah dan bertukar pikiran dengan orang tua atau orang yang berwenang. Hal ini dilakukan untuk dapat melanjutkan ta'aruf ke tahap berikutnya. Selain itu, mereka juga dapat mencocokkan data di lapangan, yaitu dengan bertanya kepada teman atau orang-orang terdekat di lingkungannya. Calon pasangan tidak harus melakukannya sendiri, namun bisa bekerja sama dengan orang-orang yang dapat dipercaya.

b) Ta'aruf dengan mengirim utusan

Ta'aruf dapat dilakukan dengan mengirim utusan untuk bertemu dan mengenal calon pasangan yang melakukan proses ta'aruf. Utusan ini bisa teman, saudara, atau seseorang yang tentunya dapat dipercaya. Dengan cara ini, dapat diketahui hal-hal yang mungkin tidak bisa diketahui oleh calon pasangannya sendiri. Misalnya, tentang kebiasaan buruk sehari-hari, yaitu gaya tidur, cara makan, bau badan, bau mulut, atau hal-hal tertentu yang dapat mengganggu calon pasangan.

c) Ta'aruf melalui dunia maya

Seiring dengan perkembangan teknologi, ta'aruf bisa dilakukan melalui media sosial, chatting, SMS (Short Message Service) atau layanan pesan singkat, dan lain sebagainya. Melalui perantara tersebut, kedua calon pasangan bisa bertukar informasi dan biodata. Akan tetapi, ta'aruf melalui dunia maya memerlukan lebih kehati-hatian, karena tidak ada pertemuan fisik antar kedua calon pasangan dan tidak ada pendamping yang membantu. Setelah proses tersebut berlangsung, kedua calon pasangan dapat melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu ta'aruf secara personal atau bertemu langsung dengan calon pasangan.

Ta'aruf dimaksudkan untuk menuju pernikahan Islami, sehingga dilakukan dengan tata cara yang sesuai syariat Islam, yaitu sebagai berikut:

a) Membersihkan niat karena Allah

Niat yang bersih bahwa ta'aruf dilakukan karena Allah adalah upaya untuk mendekatkan diri kepada-Nya, mempercayai pilihan-Nya, berprasangka baik karena-Nya, dan keteguhan komitmen untuk menikah dengan tata cara yang tidak melanggar ketentuan-Nya. Dengan niat untuk mendapatkan ridha Allah, tidak akan ada peristiwa yang mampu menggoyahkan kepercayaan kepada-Nya.

Niat ta'aruf dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menerima hasil dari proses yang sudah dijalani. Apa pun hasilnya adalah hal terbaik. Apabila ta'aruf berlanjut pada pernikahan, maka tidak perlu gembira berlebihan. Apabila ta'aruf gagal atau sang calon mengundurkan diri, maka juga tidak harus bersedih berkepanjangan.

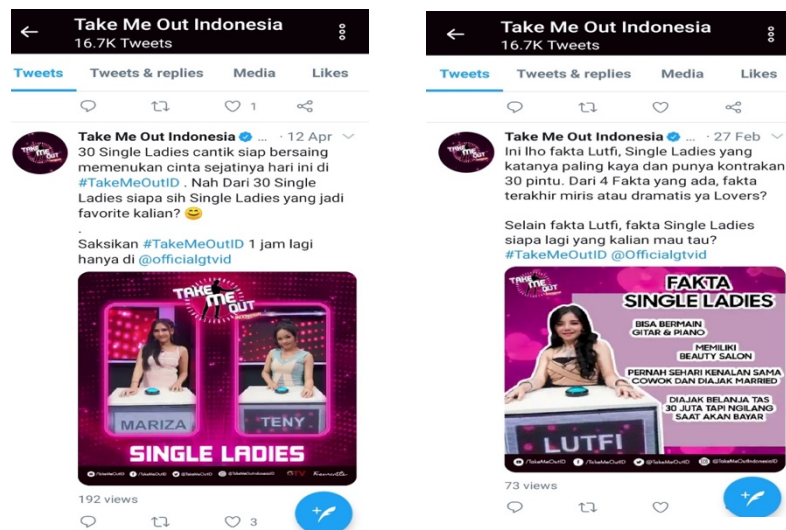
- b) Menjaga keseriusan acara ta'aruf  
Pada acara ta'aruf, penting untuk menentukan dan menjaga keseriusan acara, karena pertemuan yang banyak dihiasi canda merupakan jalan pembuka menuju kemungkar. Akan tetapi, keseriusan tersebut bukan berarti mutlak dan tidak boleh bercanda sama sekali. Apabila ada kalimat yang terlontar secara spontan atau polos, hal tersebut tidak masalah dan tidak bertentangan dengan keseriusan acara ta'aruf, sebagaimana interaksi antara teman atau sahabat pada umumnya.
- c) Kejujuran dalam pembicaraan ta'aruf  
Kejujuran membawa berkah dalam pembicaraan ta'aruf, sehingga harus dilakukan dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab. Seseorang yang melakukan proses ta'aruf tidak boleh berbohong, apalagi hanya agar diterima oleh calon pasangan. Hal ini untuk meminimalisir adanya penyesalan di kemudian hari. Adapun terkait pembicaraan dalam ta'aruf, yaitu apa pun yang berkaitan erat dengan proses pernikahan, selama tidak keluar dari syariat. Pembicaraan bisa berkaitan dengan keadaan diri, latar belakang keluarga, rencana ke depan, cita-cita, harapan tentang keluarga sakinah, hal-hal apa saja yang disukai dan tidak disukai, wawasan intelektual atau cara pandang tentang kehidupan, dan lain sebagainya. Pembicaraan tersebut hendaknya diselesaikan sebelum melangsungkan pernikahan, untuk menghindari adanya problem rumah tangga akibat tidak adanya keterbukaan ketika ta'aruf.
- d) Nadzor dalam ta'aruf  
Nadzor berasal dari bahasa Arab yang berarti melihat. Seseorang yang melakukan proses ta'aruf, tidak dilarang untuk saling melihat kepada calon pasangan. Akan tetapi, melihatnya harus dengan keseriusan. Pada perempuan, yang boleh dilihat hanya wajah dan telapak tangan. Wajah untuk mengetahui kecantikan atau kejelekannya dan telapak tangan untuk mengetahui kesuburan badan atau kurus gemuknya. Seorang perempuan juga diperkenankan untuk memandangi laki-laki yang akan menjadi calon pasangannya, agar mengetahui bagian mana yang menarik hatinya.  
Nadzor dalam ta'aruf dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan ta'aruf, yaitu lanjut pada khitbah dan pernikahan. Nadzor memiliki tujuan untuk kebaikan, kesejahteraan, dan ketenteraman kehidupan suami istri di masa depan.
- e) Berpendamping  
Pendamping atau mediator adalah seseorang yang menemani dalam proses ta'aruf. Ia yang mengontrol, mengarahkan, dan menerangkan tahapan-tahapan dan berbagai hal yang berkaitan dengan proses ta'aruf. Adanya pendamping akan mengurangi rasa grogi dan tegang serta membantu mengeluarkan isi hati. Selain itu, pendamping juga menjauhkan kedua calon pasangan untuk berkhawatir (berdua saja dengan lawan jenis tanpa disertai pihak ketiga).

### **Perbedaan Antara Konsep Perjodohan dalam Islam dan Program *Take Me Out***

Lee Loeviger dalam Littlejohn (2000), mengemukakan teori komunikasi yang dikenal dengan "*Reflective-Projective Theory*." Jika kita melihat teori ini maka anggapan yang muncul dari teori tersebut adalah media massa yang dianggap cermin masyarakat mengenai suatu citra rancu yang dapat menimbulkan tafsiran yang bermacam-macam,

sehingga setiap orang dapat memproyeksikan atau melihat citranya masing-masing. Ditambah lagi dengan pendapat yang mengemukakan bahwa media massa telah mengaburkan batasan-batasan sosial. Dalam buku yang berjudul *No sense of Place* Joshua Meyrowitz menulis, bahwa televisi telah menyebabkan kehilangan rasa akan batas-batas antara pribadi dan publik, batas antara yang bersifat fisik dan sosial, dan batas antara kelompok sosial, sehingga pada dasarnya orang sudah kehilangan “tempat” di dunia ini (Unde, 2014).

Hal serupa terjadi pada Program Take Me Out Indonesia yang mengaburkan batas-batas sosial baik yang bersifat antara pribadi dan publik maupun yang bersifat fisik dan sosial. Dengan memanfaatkan konvergensi media, sebelum Program Take Me Out ditayangkan di televisi, platform sosial media lain seperti Instagram dan Twitter sangat gencar menampilkan sosok peserta baik wanita maupun pria. Audiens diperkenalkan dengan 30 orang wanita single dan 3 orang pria single yang nantinya akan bermain dan saling memperebutkan perhatian. Perjudohan digambarkan dengan saling membagikan profil pribadi seperti pekerjaan, hobi, keahlian, hingga latar belakang keluarga dalam waktu yang singkat.



Gambar 5. Video pendek berisi 30 wanita single pada akun twitter Take Me Out Indonesia

Seperti yang dapat dilihat pada gambar diatas, media dalam hal ini Twitter sebagai media sosial telah menghilangkan batasan yang bersifat pribadi dan publik. Informasi seperti nama, pekerjaan, hobi, keahlian, kepemilikan harta, tampilan fisik, hingga pengalaman pribadi sengaja disebarluaskan secara luas untuk menarik perhatian audiens untuk melihat tayangan Take Me Out Indonesia di televisi nasional. Untuk sekali postingan video pendek berdurasi 15 detik saja seperti diatas mampu menarik *viewers* sebanyak 192 *viewers*. Platform Twitter Take Me Out Indonesia sendiri telah diikuti lebih dari 58 ribu pengikut. Pada platform Twitter, konten-konten yang diunggah berupa promo jam tayang program di televisi, cuplikan 30 single ladies, profil single man, cuplikan adegan peserta yang telah menjadi pasangan, serta konten #ZodiakMicin.

Perbedaan antara kedua konsep tersebut adalah berada pada tatacaranya. Dalam konsep perjudohan Islam, yang boleh dilihat oleh laki-laki dalam masa taaruf adalah

telapak tangan dan wajah saja. Sedangkan dalam acara TMO, para single ladies (sebutan dalam acara TMO) menggunakan pakaian terbuka dan riasan wajah untuk menarik lelaki yang sedang mengikuti acara tersebut. Para single ladies berlomba-lomba saling mencari perhatian agar dipilih oleh single man. Hal ini menyalahi fitrah seorang perempuan yang seharusnya menjaga dirinya dari hal tersebut. Begitu juga dengan single man, mencoba melakukan hal-hal yang terkadang mengesampingkan 'iffahnya sendiri seperti memperlihatkan bentuk perut sixpack yang disukai oleh kebanyakan single ladies. Selain itu, single ladies dalam acara ini kebanyakan centil dan bersifat menggoda. Hal ini sangat berseberangan dengan hukum Islam, dimana perempuan harus menutup auratnya, menjaga tutur kata, perilaku dan menjaga 'iffahnya apalagi didepan lelaki yang bukan muhrim.

Dalam melakukan taaruf pula, harus didampingi dan tidak diperbolehkan hanya berdua saja dengan alasan apapun. Dalam acara TMO, memang dilakukan dengan keadaan yang ramai dimana terdapat banyak single ladies, namun tidak ada larangan dalam hal menyentuh antara single man dengan para single ladies. Tentu, hal ini tidak sesuai dengan ajaran Islam, dimana laki-laki dan perempuan yang bukan mahram bersentuhan bahkan berpelukan. Dalam acara ini, single ladies dapat menunjukkan kelihaiannya dalam menari bersama single man. Hal ini dilakukan agar single man melihat dan tertarik kepadanya. Budaya ini bukan budaya Islam melainkan budaya barat yang jauh sekali dengan nilai Islam.

Konsep perjodohan dalam Islam harus mengikuti aturan hukum Islam seperti tidak ada sentuhan, pandangan yang terlalu lama, berduaan dan hal-hal lain yang dilarang oleh Islam. Sedangkan konsep pada acara TMO lebih mengikuti gaya kebarat-baratan dimana laki-laki dan perempuan dipertemukan dalam satu acara. Perempuan menggunakan pakaian yang tidak menutup aurat dan cenderung sangat terbuka sehingga memperlihatkan lekuk tubuhnya. Ketika telah terpilih satu single ladies yang dipilih oleh single man, maka mereka akan bergandengan tangan. Tentu, hal ini sangat bertentangan dengan hukum Islam.

Selain pakaian, kebanyakan single ladies menggunakan suara yang mendayu-dayu untuk merayu single man. Sedangkan hal ini adalah larangan bagi umat Islam terutama wanita dalam memanjangkan suaranya dengan tujuan menggoda laki-laki. Batas-batas hukum Islam antara perempuan dan laki-laki menjadi kabur dalam acara Take Me Out Indonesia. Hal ini harus menjadi perhatian, dikarenakan Indonesia adalah negara dengan mayoritas Islam. Memberikan tontonan semacam itu sama saja dengan merendahkan batas-batas hukum Islam yang telah diajarkan pada generasi muda. Pada akhirnya tontonan tersebut akan dijadikan contoh dan menjadikan hukum Islam yang telah didapatkan para generasi menjadi kabur.

Dalam memberikan biodata terdapat perbedaan antara konsep perjodohan dalam Islam dengan program TMO. Bertukar biodata yang sesuai dengan hukum Islam dengan melalui mediator. Setelah itu, untuk mendapatkan jawaban dan keputusan, kedua belah pihak melakukan shalat istikharah. Sehingga pertemuan antara keduanya selalu didampingi oleh mediator yang telah memenuhi syarat. Sedangkan dalam program TMO, pertukaran biodata disaksikan banyak orang, bahkan hampir seluruh penduduk Indonesia yang menyaksikan acara TMO. Setelah single man memilih satu single ladies, maka mereka akan meneruskan obrolan lewat telepon atau chatting. Selain itu juga menghabiskan waktu bersama dalam rangka mengenal satu sama lain, sedangkan hal

tersebut adalah hal yang dilarang oleh Islam. Program TMO juga mengadakan scene membacakan zodiak, dimana hal ini tidak sejalan dengan ajaran agama Islam.



Gambar 6. Cuplikan seorang wanita yang membacakan ramalan zodiak

Ramalan zodiak adalah ramalan yang didasarkan pada dua belas tanda bintang yang dikaitkan dengan dua belas bulan kelahiran seseorang. Praktik ramalan itu sendiri dilakukan dengan cara mengaitkan karakteristik khas yang disematkan pada tanda bintang tertentu dan bulan kelahiran seseorang sehingga karakteristik khas itu tampak berkaitan erat dengan, atau bahkan menentukan jalan nasib seseorang yang lahir pada bulan tersebut (Bolehkah Mempercayai Ramalan Zodiak dalam Islam? | NU Online, 2018).

Yang disebut ilmu bintang, horoskop, zodiak dan rasi bintang termasuk di antara amalan jahiliyah. Ketahuilah bahwa Islam datang untuk menghapus ajaran tersebut dan menjelaskan akan kesyirikannya. Karena di dalam ajaran tersebut terdapat ketergantungan pada selain Allah, ada keyakinan bahwa bahaya dan manfaat itu datang dari selain Allah, juga terdapat pembenaran terhadap pernyataan tukang ramal yang mengaku-ngaku mengetahui perkara ghaib dengan penuh kedustaan, inilah mengapa disebut syirik. Tukang ramal benar-benar telah menempuh cara untuk merampas harta orang lain dengan jalan yang batil dan mereka pun ingin merusak akidah kaum muslimin. Dalil yang menunjukkan perihal tadi adalah hadits yang diriwayatkan oleh Abu Daud dalam kitab sunannya dengan sanad yang shahih dari Ibnu 'Abbas radhiyallahu 'anhuma bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

“Barangsiapa mengambil ilmu perbintangan, maka ia berarti telah mengambil salah satu cabang sihir, akan bertambah dan terus bertambah” (Hukum Zodiak, Ramalan Bintang dan Shio, 2021). Begitu pula hadits yang diriwayatkan oleh Al Bazzar dengan sanad yang jayyid dari 'Imron bin Hushoin, dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda: “Bukan termasuk golongan kami, siapa saja yang beranggapan sial atau membenarkan orang yang beranggapan sial, atau siapa saja yang mendatangi tukang ramal atau membenarkan ucapannya, atau siapa saja yang melakukan

perbuatan sihir atau membenarkannya” (Hukum Zodiak, Ramalan Bintang dan Shio, 2021).

Siapa saja yang mengklaim mengetahui perkara ghaib, maka ia termasuk dalam golongan kaahin (tukang ramal) atau orang yang berserikat di dalamnya. Karena ilmu ghaib hanya menjadi hak prerogatif Allah sebagaimana disebutkan dalam ayat, “Katakanlah: “Tidak ada seorangpun di langit dan di bumi yang mengetahui perkara yang ghaib, kecuali Allah” (QS. An Naml: 65) (Hukum Zodiak, Ramalan Bintang dan Shio, 2021).

Selain Twitter, program *Take Me Out* Indonesia di musim terbarunya memanfaatkan platform Youtube channel dan secara berkala mengupload konten program yang disiarkannya di televisi. Dalam channel dengan lebih dari 400.000 subscriber tersebut, video konten ditampilkan dalam beberapa kategori seperti *Full Episode*, *Single Men*, *Cerita Cinta*, *Best Performance Single Man*, *Fakta Micin*, *Curhatan Single Ladies*, *Beauty Parade*, *Funny Moment* dan *Popular Uploads*.

Pada akun media sosial lainnya yaitu Instagram, pemanfaatan akun sosial media Instagram berisi konten promo yang tidak jauh berbeda dengan twitter. Dengan 67ribu pengikut, akun instagram *Take Me Out* indonesia telah mengupload lebih dari 2000 postingan. Selain itu, pada keterangan profil di instagramnya, tertera pula nomor *Whatsapp* pendaftaran peserta.

Proses perkenalan dalam acara TMO tidak sesuai dengan syariat Islam. Seperti memberikan biodata secara umum, kebanyakan single ladies memakai pakaian yang terbuka dengan tujuan mendapat perhatian dari single man. Suara yang mendayu-dayu dan kontak fisik seperti berpegangan tangan, berpelukan, memberikan kiss bye juga menjadi salah satu adegan yang menjadi tontonan dalam acara TMO. Tentu hal ini sangat berlawanan dengan syariat Islam yang menjunjung tinggi *iffah* seorang perempuan dan juga laki-laki.

## KESIMPULAN

Islam sebagai agama yang menyeluruh, telah mengatur segala bentuk tatanan kehidupan manusia di segala bidang. Islam mengatur pola hubungan sesama manusia baik dalam bidang sosial, politik, budaya yang didalamnya termasuk pola-pola hubungan antara laki-laki dan perempuan. Masa-masa pranikah hingga masuk ke masa pernikahan juga diatur sedemikian rupa dalam syariat Islam untuk memberikan tuntunan bagaimana manusia menjalin pola hubungan antar sesama untuk menjaga dan memelihara kemuliaan manusia itu sendiri.

Program *Take Me Out* Indonesia yang telah hampir 9 tahun menghiasi layar kaca pemirsa Indonesia, telah memberikan tontonan konsep perjodohan antara laki-laki dan perempuan yang bersebrangan dengan konsep perjodohan dalam Islam dalam bentuk *reality tv*. *Take Me Out* sebagai program adaptasi asing yang tentu saja turut membawa budaya Barat dalam kemasannya telah mengaburkan batasan-batasan baik yang bersifat fisik maupun non fisik sebagaimana Islam dengan ketat mengatur hubungan antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahramnya. Islam menyediakan wadah bagi laki-laki dan wanita yang saling menyukai dalam bentuk ikatan pernikahan. Gerbang menuju pernikahannya pun yang disediakan dalam bentuk ta'aruf dimana laki-laki dan wanita dapat mengenal dalam norma-norma Islam.

Baik dari segi aspek agama maupun adat budaya ketimuran, pada program *Take Me Out* masih terdapat banyak adegan-adegan yang berseberangan dengan nilai dan prinsip Islam. Peserta wanita yang mengenakan busana minim dan cenderung mempertontonkan aurat mereka. Begitupula dengan peserta laki-laki yang tidak segan mempertontonkan aurat di hadapan publik. Kriteria cantik dan menarik masih menjadi kriteria utama dalam pemilihan peserta baik wanita maupun pria. Eksploitasi terhadap bagian tubuh para peserta dinilai masih menjadi komoditi yang mampu menarik minat masyarakat di layar kaca. Perolehan *rating* dan *share* masih menjadi “dewa” yang menjadi target tim produksi dan perusahaan dalam menyajikan tayangan ke masyarakat. *Rating* dan *share* yang memiliki keterikatan dengan pendapatan iklan pada stasiun televisi menjadikan patokan utama untuk menarik minat pengiklan. Disadari atau tidak, hal tersebut masuk ke ranah eksploitasi perempuan dimana stasiun televisi memperlakukan produk budaya sama dengan komoditas barang. Perempuan dijadikan obyek keindahan yang oleh pelaku media sebagai komoditas untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya.

Dalam kaitannya dengan respons terhadap globalisasi Barat, (Ilyas Ismail: 2018) usaha Islamisasi (mengislamkan) globalisasi dapat dipandang sebagai inti dakwah abad ini, sebagai ikhtiar menegakkan keseimbangan antara berbagai kekuatan di dunia, termasuk antara Barat dan Islam. Pengertian ini, dapat dikaitkan dengan pemikiran tentang keadilan dalam pandangan Islam. Hadis “*Khair al-Umur Ausathuha*” dalam pengertian globalisasi kedua ini jelas menandakan Islam memiliki kedekatan dengan globalisasi dalam arti ikut serta memberi arah dan konten terhadap jalannya globalisasi. Kaum Muslim, sesuai dengan kedudukannya sebagai “*Ummatan Wastahan*” dituntut untuk mampu memainkan perannya sebagai “*The Balance Power*” alias kekuatan penyeimbang baik dalam ekonomi maupun politik.

## REFERENSI

### Sumber Utama :

- Bakti, Andi Faisal. *The Role of Islamic Media in The Globalization Era: Between Religious Principles And Values of Globalization, The Challenges and The Opportunities. The 2<sup>nd</sup> International Conference on Islamic Media 2011.*
- \_\_\_\_\_. *Applied Communication to Dakwah for Peace: Komunikasi Terapan untuk Dakwah Perdamaian.* 2015.
- \_\_\_\_\_. *The Integration of Dakwah in Journalism: Peace Journalism.* Jurnal Komunikasi Islam UIN Sunan Ampel, Volume 05, Nomor 01, Juni 2015.
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa.* Jakarta: Prenadamedia Group. 2008.
- Branston, Gill & Roy Stafford. *The Media Student's Book.* New York: Routledge 2 Park Square. 2010.
- Ellethy, Yaser. *Islam, Context, Pluralism and Democracy (Classical and , Modern Interpretations).* Routledge. New York. 2015.
- Unde, Andi Alimuddin. *Televisi & Masyarakat Prulalistik.* Prenada. Jakarta. 2014.
- Heryanto, Gun Gun. *Ekonomi Politik Media Penyiaran: Rivalitas Idealisme Nilai Islami dan Mekanisme Pasar,* Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1 Nomor 1 2017.
- Ibrahim, Idi Subandy. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi.* Jakarta: Jalasutra. 2011.



- Ismail, Ilyas. *The True Da'wa (Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial)*. Jakarta: Prenamedia Group. 2018.
- Kartikasari, Fitri Irma. *Dinamika Perjudohan dalam Ranah Privat dan Publik*. journal.unair.ac.id Vol. 1 - No. 1 / 2012-01.
- Kurniawan, Rizki. *Imitasi Budaya Pada Tayangan Televisi Di Indonesia*. Dimensi, Vol.11- No.2, September 2014. Universitas Trilogi, Jakarta.
- Nastiti, Aulia. *Di Balik Tren Tayangan Impor*. Pusat Kajian Media & Komunikasi. Artikel <http://www.remotivi.or.id> diakses pada 28 oktober 2019 pkl.23.50.
- Mahmud, Ahmad. *Dakwah Islam*. Pustaka Thariqul Izzah. Bogor. 2009.
- Mast, Jelle. *The Dark Side of Reality TV: Professional Ethics and the Treatment of Reality Show Participants*. Vrije Universiteit Brussel, Belgium. International Journal of Communication 10(2016), 2179–2200.
- Rivers, William L. dkk, *Media Massa & Masyarakat Modern*. Prenadamedia Group. Jakarta. 2015.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)*. Kencana. Jakarta. 2011.
- Utomo, William Putro. *Indonesia Millenial Report 2019*. IDN Research Institute. 2019
- Qaradhawi, Yusuf. *Fiqih Wanita (segala hal mengenai wanita)*. Jabal. Bandung. 2016.
- Waskito, AM. *Invasi Media Melanda Kehidupan Umat*. Al-Kautsar. Jakarta. 2013.

**Sumber Sekunder :**

- <https://www.fremantle.com/about-us/> Diakses 20 November 2019 pkl.17.22 wib
- Hidayat dan Wardana, Ta'aruf dan Upaya Membangun Perjudohan Islami pada Kalangan Pasangan Muda Muslim di Yogyakarta. Jurnal Pendidikan Sosiologi. 2010.
- Nurullah, Abu Sadat. *Globalisation as a Challenge to Islamic Cultural Identity*. The International Journal Of Interdisciplinary Social Sciences Volume 3, Number 6. University of Alberta, CANADA. 2008.
- Morreale, Joanne. *"Reality TV, Faking It, and the Transformation of Personal Identity"* <http://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol7/iss2/5>
- Habiburrahman. *Islam dan Kapitalisme; Titik Temu dan Kritik Dalam Al-Quran*. Indonesian Journal of Religion and Society. 2019.
- <http://altajdidstain.blogspot.com/2011/02/metode-dakwah-di-era-globalisasi.html>
- Widodo, Yohanes. *Di Balik Tren Tayangan Impor*. Pusat Kajian Media & Komunikasi. Artikel <http://www.remotivi.or.id> diakses pada 28 oktober 2019 pkl.23.50.