



## Forum Akademia

Oleh: **Rendra Widyatama SIP MSi**  
(Dosen Ilmu Komunikasi pada Universitas  
Ahmad Dahlan (UAD) Yogyakarta)



# Rating Islami

**D**alam dunia pertelevisian, *rating* merujuk pada seberapa banyak jumlah masyarakat yang menonton sebuah program televisi. Makin tinggi *rating*, makin banyak jumlah orang yang menonton program televisi tersebut.

Sebaliknya, *rating* yang rendah menunjukkan sedikitnya jumlah orang yang menonton sebuah program televisi. *Rating* yang tinggi akan mengundang iklan, namun *rating* yang rendah membuat iklan menjauh. Itu sebabnya bagi pekerja televisi, *rating* diartikan sebagai penentu kemenangan atau kekalahan, bahkan hidup matinya program televisi yang dibuatnya. Maklum bila akhirnya mereka mati-matian mengejar *rating*.

Keberadaan *rating* sudah lama diperdebatkan, karena dampak *rating* ternyata cukup dahsyat. Yaitu membuat pembuat program televisi selalu memiliki alasan untuk memproduksi tayangan (meskipun) buruk untuk terus diproduksi.

Namun tidak sedikit masyarakat yang ragu akan keberadaan *rating*, karena ia bisa dicipta dengan rekayasa. Pertama, tinggi rendahnya *rating* tidak lepas dari pemilihan waktu tayang sebuah program. Saat penonton tidak banyak kegiatan alias sedang santai di rumah, umumnya mereka akan meluangkan waktu untuk menonton televisi. Akibatnya, *rating* program akan naik.

Kedua, *rating* dapat didongkrak dengan cara membeli waktu siar televisi. Karena disiarkan di waktu yang sudah dibeli, maka masyarakat seperti dipaksa untuk menonton tayangan tersebut, tidak pada program lain. Meski program jelek, *rating* program tersebut dapat terkerek naik. Dua cara di atas merupakan upaya mendongkrak peringkat melalui waktu penayangan. Pengelola pemeringkat tidak akan mengelak tudingan semacam ini, karena cara-cara seperti ini dapat dibuktikan kebenarannya.

REPUBLIKA KAMIS, 17 FEBRUARI 2011

Selain cara tersebut, ada cara lain namun sering diingkari oleh para pembuat *rating*. Cara tersebut adalah melalui pemilihan responden. Pemilihan responden yang hanya mewakili karakteristik tertentu, pasti akan menghasilkan hasil berbeda.

Sederhananya, bila mayoritas responden bertipe sekuler, tentu tayangan televisi yang dipilih bukan program bermuatan religi. Akibatnya, tayangan religi menempati *rating* rendah, sementara tontonan yang mengumbar aurat, dapat menempati *rating* tinggi.

Berdasar fakta tentang pemilihan responden tersebut di atas, maka umat Islam yang menghendaki tayangan sehat, sebenarnya tidak perlu meributkan keberadaan '*rating* berselera sekuler' yang ada selama ini. Yang perlu dilakukan hanyalah membuat alternatif *rating*, yang dapat mencerminkan selera umat Islam, yaitu "*rating* berselera Islami".

Tentu saja *rating* tersebut dapat terwujud bila responden yang dipilih benar-benar memiliki ahlak Islam yang mampu memilah-milah tontonan. Bila hal ini dapat dilakukan dan dikembangkan menjadi lembaga yang kuat, maka *rating* Islami akan menjadi rujukan para pemasang iklan. Dengan berdasar *rating* Islami tersebut, tontonan buruk dan berselera rendah akan tersingkir dengan sendirinya.

Untuk mewujudkan hal seperti ini, tentunya bukan masalah rumit. Yang dibutuhkan hanyalah kemauan umat Islam itu sendiri. Organisasi keislaman terbesar di Indonesia seperti Muhammadiyah, bisa melakukannya. Apalagi organisasi ini memiliki sumber daya manusia yang baik, mengingat Muhammadiyah mempunyai banyak lembaga pendidikan. ■