

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri halal memiliki potensi besar dan dapat menjadi alternatif penggerak pertumbuhan ekonomi global. Hal ini ditandai dengan meningkatnya permintaan produk halal oleh konsumen muslim di setiap tahunnya. Menurut *State of The Global Islamic Report* (2019), sekitar 1,8 miliar penduduk muslim yang mengonsumsi industri halal. Peluang konsumen di industri halal tumbuh sebesar 5,2% pada setiap tahunnya, dengan total belanja konsumen mencapai 2,2 triliun USD. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan proyeksi *Compound Annual Growth Rate* (CAGR), industri halal akan meningkat mencapai 6,2% dari 2018 hingga 2024 (Fathoni, *et al*, 2020: 1).

Indonesia memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan industri halal. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, dan pada tahun 2022 mencapai 231,06 juta jiwa atau setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia (Qoni'ah, 2022:1). Tentunya hal ini memiliki peran potensial terhadap pergerakan arus perekonomian dunia. Untuk itu diperlukan strategi, inovasi bisnis, dan pertumbuhan industri bersama pelaku industri besar untuk mendukung memajukan *halal lifestyle* yang digunakan sebagai suatu *social engineering* dalam mengenalkan produk halal kepada masyarakat.

Kebanyakan masyarakat menganggap bahwa industri halal hanya terfokus pada sektor makanan dan minuman saja. Namun, pada kenyataannya ada beberapa sektor untuk memajukan industri halal, diantaranya: sektor makanan dan minuman halal, sektor keuangan, sektor farmasi dan kosmetik halal, sektor pariwisata halal, sektor fesyen muslim, sektor rekreasi dan media halal, serta logistik halal. Namun, saat ini sektor rekreasi dan media halal di Indonesia belum dikembangkan secara maksimal (FEB UGM, 2020).

Media dan hiburan halal dijadikan sebagai asupan informasi yang dibutuhkan oleh setiap manusia yang membutuhkan hiburan untuk menghilangkan rasa penat

setelah aktivitas kesehariannya. Seiring berkembangnya teknologi, sektor ini semakin mudah untuk dimanfaatkan oleh siapa saja. Berdasarkan laporan *The State of Global Islamic Economic Report 2020-2021* menyatakan bahwa pengeluaran muslim global untuk media dan hiburan yang telah mencapai 222 miliar USD pada tahun 2019 (Tilova, 2022). Survei preferensi konsumen terhadap produk halal menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan media dan hiburan dalam kehidupan sehari-hari.

Realitanya Indonesia saat ini belum mampu memaksimalkan potensi dalam mengembangkan industri halal pada sektor media dan hiburan ini. Hal ini selaras dengan hasil dari *GIE Indicator Score* dalam *the Global Islamic Economy Index 2019/2020*, di mana Indonesia belum masuk dalam peringkat 10 besar global pada sektor media dan hiburan halal. Saat, konten media dan hiburan Indonesia masih didominasi dengan sajian konten negatif, seperti hoaks, SARA, dan pornografi (FEB UGM, 2020). Tentunya problematika ini menjadi perhatian bersama, dikarenakan media dan hiburan ini menjadi komponen penting pada implementasi perkembangan *halal lifestyle*.

Pengembangan industri halal di Indonesia saat ini dipantau oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden RI No. 28 tahun 2020, yang bertugas merencanakan dan mengimplementasikan untuk mengembangkan industri halal di Indonesia. Pada pasal 4, tugas KNEKS adalah mempercepat, memperluas, dan mendorong pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dalam rangka memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 28 Tahun 2020: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020). Menurut data dari *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) pada report 2022 Indonesia berada di mengaposisi keempat dalam Peringkat *Global Islamic Indicator* (GIEI) (Gunawan, *et al*, 2022: 2), sebagai berikut:

Peringkat	Negara	GIEI	Keuangan Syariah	Makanan Halal	Pariwisata Halal	Fesyen Halal	Kosmetik dan Obat-Obatan Halal	Media dan Hiburan Islami
1	Malaysia	207,2	426,9	123,4	193,5	46,0	15,5	97,3
2	Saudi Arabia	97,8	218,6	56,6	69,2	19,3	15,8	29,7
3	Uni Emirat Arab	90,2	114,6	63,3	78,6	171,8	30,9	63,8
4	Indonesia	68,5	91,0	71,1	58,0	68,0	31,3	26,8
5	Turki	67,3	51,0	69,8	106,7	95,1	31,5	53,5
6	Bahrain	66,7	121,9	44,5	89,3	18,6	29,4	30,1
7	Singapura	65,0	45,0	57,8	107,1	48,3	23,5	78,5
8	Kuwait	62,1	115,5	43,1	69,0	17,5	60,8	29,2
9	Iran	56,0	90,3	48,1	52,1	25,4	15,7	24,9
10	Jordan	51,8	72,1	51,3	58,4	19,3	10,6	25,7
11	Oman	47,8	74,5	46,1	43,2	20,2	21,4	25,9
12	Qatar	46,9	73,4	43,4	40,1	21,6	31,5	30,8
13	Inggris	46,1	49,0	47,4	31,4	41,9	10,7	52,9
14	Kazakhstan	45,2	46,0	59,2	60,8	26,6	11,4	26,4
15	Pakistan	44,9	65,7	48,3	38,7	26,4	29,4	11,0

Gambar 1.1 Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022

Sumber: *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report, 2022*

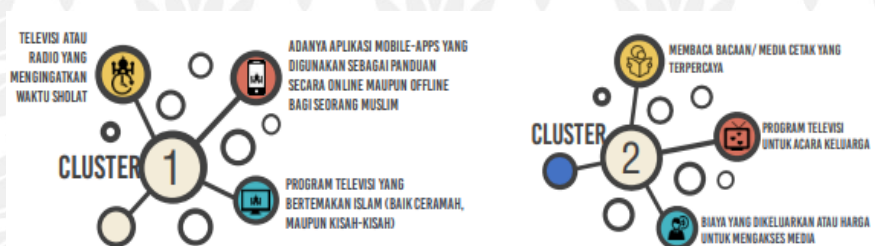
Melihat potensi yang cukup besar terhadap gaya hidup dan juga perekonomian masyarakat, sudah saatnya pemerintah memperhatikan hiburan yang tersaji melalui media dikalangan masyarakat dengan penyajian konten yang positif. Hal ini dapat diupayakan untuk meningkatkan penanaman nilai moral masyarakat. Di lain itu, masyarakat harus lebih selektif dalam mengonsumsi media hiburan yang akan dinikmatinya. Jangan sampai media dan hiburan menjadi suatu tujuan hidup kita sehingga melupakan Sang Pencipta Allah SWT. Oleh karena itu, sebaiknya masyarakat lebih selektif untuk mengonsumsi media dan hiburan halal agar terciptanya *halal lifestyle* dengan baik sehingga dapat menjalani kehidupan yang penuh keberkahan.

Dalam satu dekade terakhir ini, istilah halal sering dibicarakan di kalangan masyarakat yang dijadikan sebagai gaya hidup halal atau biasanya disebut dengan istilah *halal lifestyle*. Halal merupakan segala sesuatu yang diperbolehkan untuk dikonsumsi dan dilakukan sesuai dengan ajaran Islam. Lantas, *halal lifestyle* dapat diartikan sebagai cara seseorang menjalani kehidupannya sehari-hari dengan prinsip halal, dimulai dari tingkah laku, kebiasaan, kegiatan yang dilakukan hingga minat, dan ketertarikan yang semuanya harus sesuai dengan syariat Islam. Hal ini menjadi bentuk ketaqwaan kepada Allah SWT. Sebagai umat muslim tentunya

sudah menjadi sebuah kewajiban untuk menerapkan *halal lifestyle* dalam kehidupan kesehariannya (ISEF, 2021).

Di dalam industri media dan hiburan perlu diperhatikan kehalalannya. Media dan hiburan ini merupakan sektor yang menjanjikan karena tidak bisa dipisahkan dengan aktivitas kehidupan manusia yang menjadi penghubung informasi (Tilova, 2022). Tentunya hal ini perlu memperhatikan unsur halal pada industri tersebut, karena potensi ini tidak hanya dalam mendapatkan pendapatan melainkan juga perihal integritas dan edukasi kepada masyarakat. Industri ini memiliki dampak besar dalam kehidupan manusia dari segala aspek moral ataupun sosial. Walaupun pada sektor media dan hiburan halal di Indonesia cenderung masih tertinggal namun potensi yang dimiliki dan dampaknya sangat besar, bahkan bisa mempengaruhi perkembangan sektor industri lain.

Potensi pengembangan industri halal menjadi sia-sia jika tidak dioptimalkan dengan baik. Wakil Presiden KH Ma'ruf Amin, menargetkan Indonesia sebagai produsen produk halal terkemuka di dunia pada tahun 2024. Untuk mencapai target tersebut perlu dilakukan langkah-langkah konkrit dalam pengembangannya untuk mencapai percepatan pengembangan industri halal melalui kerjasama yang berkesinambungan antara kementerian/lembaga/instansi dengan masyarakat (Kemenag, 2022). Indonesia menempati urutan keenam dunia dalam hal konsumsi media hiburan halal. Menurut survei preferensi konsumen produk halal 2019, kesadaran konsumen akan kebutuhan media dan hiburan halal mencapai 84,6%. Preferensi publik terhadap media dan hiburan halal merupakan faktor utama. Strategi pertumbuhan industri media dan hiburan halal tidak terbatas pada konten hiburan yang tersaji di TV, tetapi juga perlu dikembangkan melalui media sosial dan aplikasi digital (KNEKS, 2020).



Gambar 1.2 Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Media dan Hiburan

Sumber: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), 2020

Stasiun televisi menjadi salah satu media hiburan dalam pengembangan industri halal. Televisi menjadi media yang digemari masyarakat untuk mendapatkan beragam informasi. Namun indeks kualitas program siaran 15 televisi di Indonesia hanya sebesar 3,27 yang berada dibawah standar 4.0 ketentuan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Program acara di televisi saat ini didominasi oleh program sinetron, *infotainment*, dan *variety show*. Dunia pertelevisian di Indonesia ini kurang memperhatikan dampak kepada masyarakat terkait program yang disajikan. Dengan adanya persaingan semakin tajam, menyebabkan masing-masing stasiun televisi mengedepankan rating agar mendapatkan keuntungan yang besar (FIS UNY, 2022). Seharusnya stasiun televisi membuat inovasi program media hiburan dengan memperhatikan kualitas program yang disajikan. Salah satunya adalah program hiburan Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) yang hanya ada di Kompas TV yang sekarang ini marak digemari oleh masyarakat.

Tayangan Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) di Kompas TV yang terkoneksi dengan kanal youtube Stand Up Kompas TV itu merupakan salah satu media dan program hiburan yang disajikan kepada masyarakat. Acara tersebut merupakan ajang pencarian bakat lawakan tunggal yang dikenal dengan istilah *stand up comedy*. *Stand up comedy* merupakan pertunjukan artistik yang dilakukan oleh satu orang, yang biasanya disebut dengan komika. Seni ini bagian dari humor yang populer di Indonesia. Popularitas ini ditunjukkan dengan adanya acara stand up comedy yang ditayangkan di dalam televisi (Triaji, 2022: 4).

Secara umum, *stand up comedy* adalah lelucon yang dilakukan di atas panggung oleh satu orang yang melontarkan lelucon kepada penonton dalam bentuk monolog yang berdurasi 10 sampai 45 menit. Para pelaku *stand up comedy* biasanya disebut dengan komik. Komik-komik tersebut menyajikan cerita humor, lelucon pendek, atau kritik berupa sindiran melalui gaya komunikasi yang unik (Nugroho, 2017: 1). Di dalam *stand up comedy* ada beberapa istilah, seperti *open* dan *close mic*, *roasting*, *premis*, *set up*, *punch line*, *deliver*, *rifling*, *ripping*, *ham mocking*, *hackling*, *blue material*, *act out*, *micing*, *bit*, *old bit*, *routine*, *joke map*, *segue*, *joke prospector writing system*, dan lain sebagainya.

Stand up comedy merupakan salah satu bentuk kegiatan muamalah. Di dalam prinsip kaidah ushul fiqh menyatakan bahwa:

الأصلُ في المُعاملةِ الإباحةُ إلا أن يدلَّ دليلٌ على تحريمها

Al'aslu fii muāmalati ibāhatu illa aiyadulla dalilun 'ala tahrimiha

Artinya: “Pada dasarnya semua muamalah itu boleh dilakukan, terkecuali ada dalil yang mengharamkannya” (Azhari, 2015).

Jika menurut Imam An-Nawawi, *Al-Adzkar* hukum dasar bercanda adalah mubah. Namun, jika materi *stand up comedy* yang dibawakan melanggar syariat maka hukumnya haram (Risalah, 2018). Sebagaimana Rasulullah Sholallahu Alaihi Wassalam bersabda:

وَيْلٌ لِلَّذِي يُحَدِّثُ فَيَكْذِبُ لِيُضْحِكَ بِهِ الْقَوْمَ وَيْلٌ لَهُ وَيْلٌ لَهُ

Wailul lillażīna yuhadişu fayakzibu liyuḍḥiku bihil qauma wailul lahu wailul lahu

Artinya: “Celakalah orang yang berbicara kemudian dia berdusta agar suatu kaum tertawa karenanya. Kecelakaan untuknya. Kecelakaan untuknya.”
(HR. Abu Daud no. 4990 dan Tirmidzi no. 2315)

Islam menegaskan tidak diperbolehkan untuk menghina orang lain dan tidak boleh mencela diri sendiri, Larangan ini berdasarkan firman Allah SWT pada Qs. Al-Hujurat: 11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ
عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ
بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

*Yā ayyuhallażīna āmanū lā yaskhar qaumum ming qaumin 'asā ay yakunū
khairam min-hum wa lā nisā`um min nisā'in 'asā ay yakunna khairam min-
hunn, wa lā talmizū anfusakum wa lā tanābazū bil-alqāb, bi'sa lismul-fusuqu
ba'dal-īmān, wa mal lam yatub fa ulā'ika humuz-zālimūn*

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.” (QS. Al-Hujurat: 11).

Berdasarkan penjelasan tersebut dijelaskan bahwa melakukan *stand up comedy* diperbolehkan selama tidak melanggar larangan dan hal yang diharamkan. Seperti yang dilakukan oleh Rasulullah SAW sehari-hari bersama sahabat agar terhindar dari stres dan kesedihan (Nurhaswani, 2022). Namun harus memperhatikan batasan dalam bercanda. Jika *stand up comedy* mengandung unsur hinaan kepada diri sendiri maupun orang lain tidak diperbolehkan dalam Islam, karena dapat menyakitkan hati, dan mengganggu psikis seseorang. Akan tetapi kebanyakan masyarakat kurang memperhatikan hal tersebut. Hal ini disebabkan karena indeks literasi masyarakat masih rendah. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tersebut perlu mendapatkan kepedulian dari pemerintah dalam mengembangkan media dan hiburan halal di Indonesia. Karena media hiburan sangat berdampak pada kehidupan masyarakat sehari-hari.

Media dan hiburan halal yang tersaji di masyarakat tersebut dijadikan sebagai asupan rohani untuk meningkatkan keimanan melalui konten-konten yang berkualitas dan dapat menyumbangkan energi positif seperti memberikan dampak moral yang positif terhadap masyarakat yang menikmatinya di tengah kondisi semakin maraknya demoralisasi. Tentunya konten yang disajikan harus dapat menghibur masyarakat, agar mudah dimengerti dan diterima baik oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menikmati media dan hiburan halal yang tersaji. Salah satunya yang ada di Indonesia ini adalah program televisi Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) di Kompas TV yang merupakan ajang pencarian bakat *comedy*.

Program Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) saat ini digemari oleh masyarakat. Banyaknya masyarakat yang tertarik pada program tersebut, tentunya juga akan berdampak kepada kehidupan sehari-hari, yang dimana masyarakat yang meniru lawakan tersebut tanpa memperhatikan etika dalam penyampaiannya sehingga dapat menyinggung perasaan orang lain. Dalam pertunjukan tersebut bersifat sekuler. Sedangkan masyarakat yang mengonsumsi hiburan tersebut kebanyakan orang Islam. Karena penduduk negara Indonesia mayoritas beragama Islam, dan tentunya harus menaati syariat Islam.

Karena adanya pengaruh yang begitu besar kepada masyarakat, maka perlu dilihat dari perspektif Islam. Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul

”Stand Up Comedy sebagai Media Hiburan dalam Perspektif Islam (Studi pada Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) X di Kompas TV”. Melalui penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan bagaimana perspektif Islam terhadap *stand up comedy* terkhusus episode *grand final* dalam acara Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) X di Kompas TV.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana pandangan Islam terhadap *stand up comedy* sebagai media hiburan (Studi pada Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) X di Kompas TV)?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan permasalahan di atas, maka terdapat tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai perspektif Islam terhadap *stand up comedy* yang dijadikan sebagai media hiburan pada program Stand Up Comedy (SUCI) X di Kompas TV.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan ataupun referensi bagi civitas akademik dalam pengembangan industri halal pada sektor media dan hiburan halal
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat menjadi tinjauan dalam pengembangan industri halal pada sektor media dan hiburan halal.
3. Dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat dijadikan sebagai bahan kajian yang berupa ide atau gagasan dengan harapan dapat memberikan rujukan pemikiran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji terkait program pengembangan industri halal pada sektor media dan hiburan halal.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini terfokus pada pembahasan konten dua finalis yang lolos pada episode *grand final* Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) X di Kompas TV dan mengidentifikasi *stand up comedy* yang dijadikan sebagai media hiburan menggunakan indikator-indikator media hiburan halal dalam perspektif Islam.

