

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### IDEOLOGISASI MUHAMMADIYAH DALAM MEDIA TvMu

##### A. Sejarah TvMu

Seperti diketahui TvMu lahir pada saat Milad ke-101 Muhammadiyah pada tahun 2013, sebagai amanat dari muktamar Muhammadiyah di Banda Aceh tahun 1995. TvMu mulai dirintis pada bulan September 2013 tetapi baru resmi mengudara pada bulan November 2013. Pada saat amanat itu dikeluarkan, frekuensi terestrial atau *Free to Air* yang menggunakan sarana frekuensi UHF milik negara saat itu sudah habis, karenanya diganti menggunakan platform satelit (parabola). Selanjutnya berkembang hingga munculnya platform IP (*Internet Protocol*) seperti lewat Youtube dan lain sebagainya. Selain itu TvMu juga bisa disaksikan di televisi belanggaan pada akhir 2013 TvMu sudah hadir di BIG TV milik Lippo.

Direktur TvMu Makroen Sanjaya memaparkan pada masa Parabola, TvMu di tingkat perkotaan nyaris tidak bisa di tangkap, tetapi kalau di daerah-daerah pelosok sudah bisa sebagai Televisi milik komunitas yakni Persyarikatan Muhammadiyah, perkembangan TvMu boleh dibilang sedikit lambat dari televisi-televisi swasta lainnya, dikarenakan banyak faktor. Makroen setidaknya mengungkapkan dua aspek; *pertama* secara eksistensi TvMu adalah TV yang dimiliki sebuah Ormas yang tidak murni berorientasi pada aspek-aspek komersial, selain itu di masa pendiriannya secara kanal terestrial melalui jalur transmitter *free to air* itu sudah habis, yang akhirnya eksistensi TvMu tertolong oleh Terrestial Digital yakni perpindahan dari sistem analog ke sistem digital.

*Kedua* dari aspek bisnis TvMu juga mengalami kendala dikarenakan karakter TvMu sebagai TV komunitas, sementara dalam terminologi Undang-Undang penyiaran Nomor 33 Tahun 2002 TvMu tidak bisa hanya menjadi TV komunitas karena TV komunitas itu daya pacarnya hanya dua setengah kilometer radiusnya, kemudian tidak diperbolehkan menerima iklan maka untuk pembiayaan

operasionalnya seluruhnya ditopang oleh komunitas, oleh karenanya tidak mungkin TvMu ditopang oleh komunitas dengan siaran yang luas.

Dengan dorongan dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah serta berkat perjuangan dan kesabaran seluruh pihak kini TvMu kian beranjak dan kian meluas. Dapat dilihat dari setidaknya lima platform yang ada yakni; lewat Parabola, Media Digital, melalui Digital Terrestrial, lewat Video Streaming di TvMu.tv. Dan lewat TV Berlangganan. Di platform TV berlangganan TvMu bisa di akses setidaknya pada empat TV satelit, yakni: Transvision, Indihome atau UseeTV, K-Vision dan MNC Play.

Secara *reception* (penerimaan) sebenarnya sudah meluas hanya saja jika berbicara bisnis dikaitkan dengan *free to air* memang penerimaan masih sekitar Jabodetabek, tetapi jika merujuk pada sepuluh Kota Rating (Medan, Palembang, Bandung, Jakarta, Semarang, Surakarta, Jogjakarta, Surakarta, Surabaya, dan Denpasar) perlu dicatat Jabodetabek memegang posisi 58% sampel rating dari *Television Audience Measurement* (pengukuran pemirsa televisi).

Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa TvMu ialah TV yang masih relatif baru jika dibandingkan dengan Televisi-televisi swasta lainnya dan hanya dimiliki oleh sebuah lembaga sosial atau Ormas yakni Persyarikatan Muhammadiyah dan bukan dimiliki oleh perusahaan konglomerasi yang begitu berbeda karena salah satu misinya adalah *dakwah Amar ma'ruf nahi mungkar* bukan sekedar mencari keuntungan belaka.

## **B. Praktik Ideologi dalam Media TvMu**

Untuk sampai pada pembahasan Ideologisasi Muhammadiyah pada media TvMu, terlebih dahulu akan dibahas lima hirarki pengaruh isi media milik Shoemaker & Reese bekerja pada media TvMu dalam setiap levelnya:

### **1. Pengaruh Level Individu**

Seperti telah dipaparkan sebelumnya, pada level individu, terdapat beberapa variabel yang diidentifikasi Shoemaker & Reese dapat memengaruhi mekanisme mediasi berita.

Yakni *pertama*, adalah latar belakang dan karakteristik dari pelaku media (gender, etnis, kelas sosial dan latar belakang pribadi yang berkaitan dengan status sosial ekonomi, karir, serta pendidikan). *Kedua*, nilai-nilai dan kepercayaan yang dipegang oleh pelaku media, (misalnya agama: orientasi religius, sikap politik). *Ketiga*, adalah “peran” dan “bingkai etis” yang dipilih pelaku media dalam situasi tertentu.

Setiap jurnalis TvMu dalam bekerja tentunya dipengaruhi oleh faktor personal dan profesional. Pengaruh ini bersumber dari latar belakang keluarga, pendidikan, pengalaman yang membentuk prioritas dan cita-citanya. Meskipun dalam perekrutan pegawai TvMu mengesampingkan latar etnik, budaya maupun latar belakang keluarga, TvMu tetap memiliki standar tersendiri sesuai dengan khas dan hajatnya sebagai Televisi milik persyarikatan Muhammadiyah.

Dalam perekrutan jurnalis khususnya yang akan bertanggung jawab terhadap konten siaran, TvMu memiliki kriteria yang cukup jelas dalam penerimaan reporter atau wartawan yakni beragama Islam, memiliki pengetahuan tentang Muhammadiyah atau pernah berpartisipasi dalam Ortom-ortom Muhammadiyah seperti Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), Pemuda Muhammadiyah dan lain sebagainya. Secara standar organisasi jurnalis TvMu tetap diberi kebebasan berorganisasi baik itu di dalam lingkup ortom Muhammadiyah maupun di luar dengan syarat harus lebih mengutamakan aktivitas pekerjaan disamping urusan organisasi.

Jumlah pekerja di TvMu per tahun 2022 sebanyak 33 orang dengan latar belakang etnik dan pendidikan jurnalis TvMu sangat beragam. Efek demografis pengaruh individu jurnalis terhadap isi dan nilai konten media mungkin bersifat minor mengingat pentingnya rutinitas dan kendala organisasi. Indikator Hirarki Pengaruh individu dapat di lihat salah satu contohnya pada program Berita TvMu yang disiarkan pada tanggal 24 Agustus 2022 segmen 2 berita 3 dengan judul “Kader Aisyiyah Harus Mampu Beradaptasi Di Ranah Publik” sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Presenter pada Berita TvMu**



**Gambar 4.2**  
**Berita TvMu**



Tabel 4.1

## Indikator Level Individu Hirarki Pengaruh Isi Media

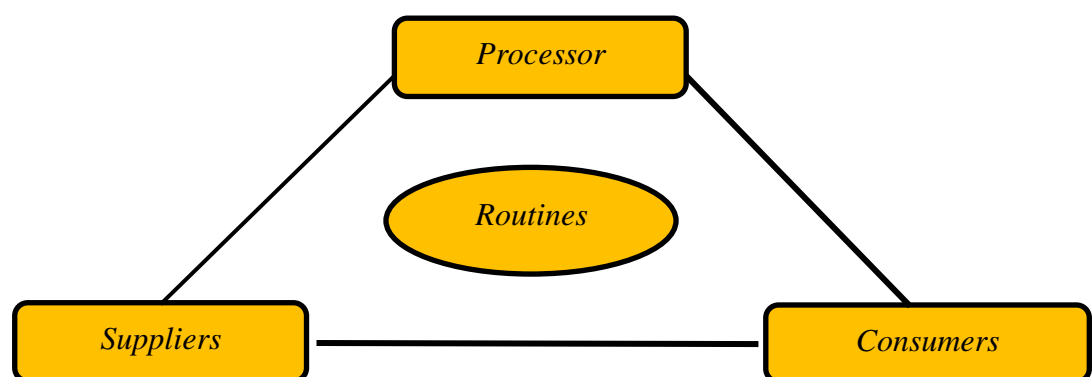
Indikator Teori (Hirarki Pengaruh level Individu)	Indikator Data Penelitian (Latar belakang Jurnalis dan Tampilan Konten)
pada level individu, terdapat beberapa variabel yang diidentifikasi Shoemaker & Reese dapat memengaruhi mekanisme mediasi berita yakni:	
1. Latar belakang pelaku media (etnik, pendidikan dan gender)	News Presenter Arina Nurrohmah, etnik Jawa, gender perempuan, lulusan s1 Universitas Muhammadiyah Surakarta, s2 Universitas Negeri Sebelas Maret
2. Perilaku Personal Pekerja individual media (agama, nilai-nilai ideologi)	Produser Rizqi Nurul Ilmi, gender perempuan, etnik Sunda, lulusan S1 KPI UIN Jakarta pernah aktif di Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah
3. Etika	Berusaha mencegah distorsi dari kode etik jurnalistik sehingga seluruh kru yang bertugas saat penyiaran Berita TvMu tanggal 24 Agustus 2022 adalah mereka yang telah melaksanakan proses pendidikan dan pembinaan profesi di TvMu. Misalnya News Presenter Arina Nurrohmah pernah mengikuti Pelatihan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) tahun 2015.

## 2. Level Pengaruh Rutinitas Media

Level yang kedua adalah Media Routines. Yang dimaksud media routines (rutinitas media) adalah kebiasaan media dalam mengemas berita. Media rutin dibentuk oleh tiga unsur yang saling berkaitan, yaitu sumber berita (*suppliers*), organisasi media (*processor*), dan khalayak (*consumers*). didapatkan media untuk pemberitaan. Organisasi media (*processor*) bisa disebut sebagai redaksi yang mengemas pemberitaan dan selanjutnya dikirim kepada khalayak. Terakhir, khalayak (*consumers*) adalah konsumen berita yaitu pendengar, pembaca atau penonton. Rutinitas media menjadi penting karena dapat mempengaruhi realitas sosial yang digambarkan oleh media.

**Gambar 4.3**

### Hubungan Tiga sumber yang Mempengaruhi Rutinitas Media



Pada media TvMu praktek hirarki pengaruh pada Level rutinitas Media dapat ditelusuri dari program-program yang disiarkan TvMu seperti Dialektika TvMu, Paham Muhammadiyah, Pengajian tarjih, dan lain sebagainya. Dalam rutinitasnya TvMu konsisten menyiarkan program-program yang Makroen Sanjaya sebut sebagai “ Muhammadiyah *Oriented*”.

Baik *supply* berita maupun suatu program akan selalu berkaitan dengan hajat persyarikatan Muhammadiyah. Demi tercapainya visi Menjadi televisi dakwah dan amar ma'ruf nahi munkar yang terdepan, cerdas dan mencerahkan, sekaligus sebagai salah satu amal usaha yang memberikan manfaat bagi umat dan keuntungan bagi Persyarikatan, tentunya TvMu tidak akan lepas dari yuridiksi Muhammadiyah yang diwakili oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Unsur selanjutnya yang membentuk level rutinitas media adalah organisasi media atau pengolah pemberitaan (*processor*). Unsur yang paling berpengaruh pada organisasi media adalah editor media atau yang biasa disebut sebagai “*gatekeeper*”.

Editor pada setiap media adalah yang menentukan mana berita yang layak untuk diterbitkan atau tidak. Hasil pencarian berita oleh wartawan diputuskan oleh editor di meja redaksi. Jadi editor lah yang menentukan mana berita yang layak terbit. Kebijakan dari editor lah yang menentukan rutinitas sebuah media dalam menentukan pemberitaan. Unsur terakhir yakni khalayak (*consumers*). Khalayak berpengaruh pada level rutinitas media karena pada dasarnya berita diproduksi untuk disiarkan kepada khalayak. Media bergantung kepada khalayak, dan ini membuat media sangat memperhatikan khalayak saat memproduksi dan memilih berita.

Salah satu implikasinya adalah munculnya konsep nilai berita (*news values*), yaitu syarat-syarat yang dibutuhkan agar peristiwa tertentu layak dijadikan berita untuk disajikan kepada khalayak. Dalam jurnalistik, nilai berita diukur melalui sejumlah unsur seperti *importance* (penting), *magnitude* (besar), *timeliness* (aktual), *proximity* (kedekatan), *novelty* (keunikan), *human interest* (menyentuh kemanusiaan), dan *conflict* (kontroversi). Nilai berita merupakan cara jurnalis dalam rutinitas produksi berita sehari-hari untuk memahami berita yang cocok untuk disajikan kepada khalayak. Dengan kata lain, nilai berita juga merupakan cara wartawan memahami mana peristiwa yang layak ditransformasi menjadi komoditas dan mana yang tidak.

Unsur ini dapat dilihat dari bagaimana TvMu sebagai televisi swasta milik Persyarikatan Muhammadiyah yang berorientasi pada penyebaran dakwah *amar ma'ruf nahi munkar* dengan berita dan program-program yang “Muhammadiyah oriented” mampu menyampaikan cita-cita persyarikatan kepada khalayak, tetapi juga secara finansial mampu bertahan meskipun dengan pemasukan yang terbatas. Demi mewujudkan cita-cita Muhammadiyah TvMu.

### 3. Level Organisasi Media

Level ketiga dalam teori hirarki pengaruh media adalah level organisasi media. Level ini berkaitan dengan struktur manajemen organisasi, kebijakan dan tujuan media. Level ini dianggap Shoemaker & Reese lebih berpengaruh pada isi media ketimbang dua level sebelumnya, yaitu level individu dan rutinitas media. Mengapa ? Karena, kebijakan dipegang pemilik media melalui editor. Jadi penentu kebijakan dalam menentukan pemberitaan tetap dipegang pemilik media. Ketika pemilik media memberi tekanan pada pemberitaan tertentu, pekerja media secara individu dan rutinitas mereka harus tunduk. Struktur dan kebijakan organisasi media berkaitan dengan tujuan media.

Tujuan berdirinya TvMu tentu sangat berbeda dengan media yang berada dalam sistem ekonomi kapitalis tentunya berkaitan dengan profit. TvMu membawa misi dan cita-cita persyarikatan, seperti dipaparkan oleh Direktur TvMu Makroen Sanjaya:

*“TvMu ini membawa misi dari visi besarnya yang namanya Muhammadiyah dan Muhammadiyah adalah gerakan dakwah Amar ma'ruf nahi munkar di mana medan dakwahnya adalah multi aspek ada empat pilar. Yakni pilar agama, pilar pendidikan, pilar kesehatan dan sosial, serta pilar ekonomi itu menjadi garapan daripada TvMu jadi konten-konten yang ditayangkan oleh TvMu tidak akan jauh-jauh dari visi besar Muhammadiyah. Jadi memang Secara teoritis maupun praktis TvMu itu adalah aparatus dari Muhammadiyah jadi TvMu ini aparatnya Muhammadiyah bukan aparat dari pihak lain Jadi relnya sudah jelas ada*



*struktur pengurus ada visi misi ada AD ART jadi TvMu adalah setali tiga uang dengan visinya Muhammadiyah misinya adalah menyukseskan visinya Muhammadiyah kira-kira begitu.”..*

Dalam konteks politik, TvMu kerap menjadi sarana untuk menyuarakan sikap dan pandangan politik tokoh-tokoh Muhammadiyah. Shoemaker & Reese menyebut tiga tingkatan dalam organisasi media. Di lini depan ada karyawan, seperti wartawan dan staf kreatif, yang bertugas mengumpulkan dan mengemas bahan baku. Lalu lini menengah yang terdiri atas manajer, editor, produser dan orang yang mengkoordinasi proses dan memediasi komunikasi antara level bawah dan level atas yang mengeluarkan kebijakan organisasi.

Terakhir, level eksekutif tingkat atas perusahaan dan redaksi yang tugasnya membuat kebijakan organisasi, anggaran, melindungi kepentingan komersial dan politik perusahaan dan bila perlu mempertahankan karyawan organisasi dari tekanan luar. Berikut ini susunan manajerial pada media TvMu:

**Tabel 4.2**

**Manajemen TvMu**

<b>MANAJEMEN TvMu</b>	
<b>Dewan pengarah</b>	1. Prof. Dr, K.H. Haedar Nashir M.Si 2. Prof.Dr. H. dadang Kahmad, M. Si 3. Prof. Dr. H. Abdul Mu'ti, M. Ed. 4. Dr. Muchlas, MT
<b>Direktur</b>	Dr. Makroen Sanjaya, M.Sos
<b>Departemen Teknik</b>	Abdul Wahab
<b>Departemen News</b>	1. Ichsan Marsha 2. Arina Nurrohmah 3. Kohar Arrizki 4. Rizqi Nurul Ilmi
<b>Departement Kreatif &amp; Produksi</b>	1. Darmawan 2. Finy Auliany 3. Yusrina Nurul Anggraeni
<b>Departement Media Sosial</b>	1. Syafri Esa Nugraha 2. Sri Awalmay Defaninda Agusti 3. Nazar Saepul Rahman 4. Syahrul Imtihan
<b>Content Generator</b>	Fachri Septian
<b>Koordinator Editor</b>	Rivaldi Pratama
<b>Administrasi &amp; Keuangan</b>	Hilmi Karim Faizatunnisa

#### 4. Extramedia Level

Level keempat adalah level pengaruh dari luar organisasi media atau extramedia level. Pengaruh-pengaruh itu berasal dari sumber berita, *public relation*, pengiklan, penonton, pemerintah, pangsa pasar dan teknologi. Pada media TvMu sumber berita memiliki efek sangat besar pada konten media, karena jurnalis tidak bisa menyertakan pada beritanya apa yang mereka tidak tahu. Contohnya pada program Berita TvMu yang tayang pada 9 Agustus 2018 dengan judul Pejuang Muhammadiyah Dari Sorong, jurnalis TvMu tentunya mendapatkan informasi dari jurnalis lain yang berada di tempat kejadian.

**Gambar 4.2**

#### **Berita TvMu “ Pejuang Muhammadiyah dari Porong Papua”**



**Gambar 4.3**

#### **Berita TvMu “ Pejuang Muhammadiyah dari Porong Papua”**



Contoh tersebut menjelaskan bahwa isi media dapat dibentuk oleh sumber berita. Bahkan terkadang sumber berita juga bisa menghasilkan bias karena mereka juga bisa manipulasi berita. Sedangkan pengiklan dan pembaca sangat berpengaruh karena keduanya adalah penentu kelangsungan media, yang membiayai jalannya produksi dan sumber keuntungan media. Shoemaker & Reese mengutip pernyataan J. H. Altschull :

*”Konten media secara langsung berhubungan dengan kepentingan yang membiayainya. Media diibaratkan peniup terompet, dan suaraterompet itu dikomposisikan oleh orang yang membiayai peniup terompet tersebut. Inibukti substansial bahwa isi media secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi pengiklan dan pembaca”.*

Konten iklan dalam media TvMu memprioritaskan iklan yang mempromosikan ortom-ortom Muhammadiyah misalnya Universitas dan sekolah-sekolah Muhammadiyah. Selain promosi terkait internal Muhammadiyah, media TvMu juga saat ini menyiarkan beberapa iklan dari luar seperti dari brand Wardah, Baygon, iklan promosi dari Kemensos dan lain sebagainya. Unsur teknologi turut memberi pengaruh kepada isi media.

Pada media TvMu teknologi berperan besar dalam siaran TvMu, yang awalnya hanya bisa diakses melalui platform satelit (parabola), lalu berkembang hingga muncul platform IP (*Internet Protocol*) lewat TvMu.tv, televisi digital, Youtube dan lain sebagainya.

## **5. Level Ideologi**

Level yang terakhir dan terluar dalam teori hirarki pengaruh Shoemaker & Reese ialah level ideologi. Ideologi dipandang sebagai kerangka berpikir tertentu yang dipakai individu untuk melihat realitas dan bagaimana menghadapinya. Berbeda dengan level sebelumnya yang tampak konkret, level ideologi ini abstrak. Level ini berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsir realitas dalam media.

Untuk mendefinisikan ideologi, Shoemaker & Reese mengutip pandangan teorikritis yang menyebut ideologi sebagai sekumpulan ide-ide yang menyusun sebuah representasi dari sistem atau sebuah makna dari kode yang memerintahkan bagaimana individu dan kelompok melihat dunia. Dalam Marxisme klasik, ideologi adalah sekumpulan ide-ide keliru yang diabadikan oleh ide yang dominan.

Dalam pandangan Marxis klasik, ideologi hanyalah ide-ide atau pemahaman yang digunakan kelas yang dominan untuk menanamkan kesadaran palsu bagi kelas yang tertindas untuk melanggengkan kekuasaannya. Pada level ini dibahas apa kepentingan yang bermain pada level lainnya, terutama level yang berhubungan erat dengan kekuasaan media yaitu level organisasi media dan rutinitas media. Pada level ini, dipelajari pula hubungan antara pembentukan konten media dengan nilai-nilai, kepentingan dan relasi kuasa.

Shoemaker & Reese membahas bagaimana kekuatan-kekuatan yang bersifat abstrak seperti ide mempengaruhi isi media terutama ide kelas yang berkuasa. Keduanya menggunakan asumsi Noam Chomsky dan Edward Herman bahwa media melayani dominasi elite. Ketika media dimiliki secara pribadi tanpa sensor resmi, media menjadi sistem propaganda. Yang dimaksud Chomsky dan Herman adalah ketika media dikontrol pihak-pihak swasta, pribadi dan pemerintah, fungsi media menjadi bergeser. Media yang seharusnya memberi pemberitaan berimbang dan tidak memihak justru menjadi corong propaganda kelompok-kelompok tersebut. Pada level ini pun dilihat bagaimana kaitan antara level ideologi dengan level-level lainnya. Ideologi kelas yang berkuasa akan mempengaruhi pemberitaan.

Menurut Shoemaker & Reese level ideologi media yang berposisi sebagai lapis terluar, yang akan menjadi landasan dari semua elemen yang akan melahirkan berita. Level ini oleh Reese dan Shoemaker juga kadang disebut sebagai level sistem sosial (*social system*).

Shoemaker & Reese meletakkan ideologi atau sistem sosial sebagai struktur yang menghubungkan antara masyarakat dengan berbagai institusi yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri; termasuk menempatkan susunan level yang diciptakan masyarakat ini dalam empat wilayah: wilayah ideologi, ekonomi, politik, dan wilayah kultural. Keempat wilayah tersebut berada dalam wilayah paling abstrak yang sangat sulit untuk dideteksi.

Berdasarkan teori tersebut di atas maka Ideologi Muhammadiyah akan menjadi lapisan terluar sebagai landasan dalam pembuatan program-program yang mengudara di TvMu. Dalam level ideologi TvMu sebagai aparatnya, TvMu dikonstruksi untuk menjalankan visi Muhammadiyah melalui penayangan program-programnya sesuai dengan ideologi Muhammadiyah.

Sebagai Direktur, Makroen menambahkan jika program-program TvMu adalah Muhammadiyah *Oriented*, yang secara sederhana dapat diartikan mengambil sumber-sumber dari Muhammadiyah sendiri. Misalnya untuk Program Paham Muhammadiyah, Pengajian Tarjih, Pengajian Umum dan Dialektika TvMu yang merupakan program dengan basis Ideologi Muhammadiyah paling kuat, mengapa? Karena pokok pembahasan serta narasumber-narasumber dari Program tersebut merupakan tokoh-tokoh atau para petinggi yang merepresentasikan Muhammadiyah. Indikator pengaruh Level Ideologi pada beberapa program unggulan media TvMu dipaparkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**

**Indikator Level Ideologi**

<b>Indikator teori Hirarki pengaruh media level Ideologi</b>	<b>Indikator data penelitian (kontrol sosial, nilai-nilai)</b>
- Program paham muhammadiyah ; Program ini merupakan program yang menyajikan materi seputar Ideologi Muhammadiyah yang diulas secara komprehensif.	1. “ Pokok Pikiran ke Tujuh Anggaran Dasar Muhammadiyah: Fokus Pada Tujuan Muhammadiyah”. Program ini secara khusus mengupas Ideologi Muhammadiyah secara komprehensif. 2. Narasumber Dr. Faiz Rafdhi, M.Kom, yang merupakan Wakil Ketua Majelis Pendidikan Kader Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

<p>- Program Pengajian Tarjih : Program Program Tarjih adalah sebuah bendera program yang fleksi untuk bagaimana Muhammadiyah yakni Majelis tarjih mendesiminasi hasil-hasil keputusan tarjih yang sudah mengkaji secara mendalam komprehensif melalui metode burhani bayani Irfani tentang suatu ibadah dan muamalah untuk dijalani oleh masyarakat Indonesia khususnya warga Muhammadiyah,</p>	<p>1. Tayang 11 Mei 2022 dengan tema “Implementasi Nilai-nilai Pedoman Hidup islami Warga Muhammadiyah dalam Kehidupan Bangsa/Negara”.</p> <p>2. Narasumber : Dr. H.Anwar Abbas, M.M.,M.Ag. merupakan salah satu Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah, jika mengutip pemaparan Makroen tentang Pimpinan Muhammadiyah adalah representasi dari Muhammadiyah itu sendiri, maka narasumber tersebut merupakan orang yang mumpuni untuk menjadi pembicara dalam program tersebut.</p>
<p>- Program Pengajian Umum Muhammadiyah. merupakan program bulanan TvMu yang digawangi oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang membahas isu-isu kegamaan, kebangsaan maupun politik dengan narasumber-narasumber lintas profesi yang beragam.</p>	<p>1. pada 17 Juni 2022 lalu ini mengusung tema “Kalender Islam dan Internasionalisasi Muhammadiyah”</p> <p>2. Narasumber :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prof. Dr. Syafiq A.Mughni , M.A</li> <li>- Prof. Dr. Syamsul Anwar, M.A</li> <li>-Prof. Muhammad Ali Ph.D</li> <li>- Prof. Dr. Siti Ruhaini Dzuhayatin, M.A</li> </ul>
<p>Dialektika TvMu yang merupakan sebuah forum diskusi untuk membahas persoalan-persoalan aktual menyangkut kebangsaan, keumatan dengan menghadirkan perspektif Muhammadiyah.</p>	

**Gambar 4.4**  
**Program Paham Muhammadiyah**



**Gambar 4.5**  
**Program Pengajian Tarjih**

**PENGAJIAN TARIJH**  
**MUHAMMADIYAH**

IMPLEMENTASI NILAI-NILAI PEDOMAN HIDUP ISLAMIS  
WARGA MUHAMMADIYAH DALAM KEHIDUPAN  
BERBANGSA / NEGARA

RABU, 11 MEI 2022 | 19.50 WIB

Narasumber : Dr. H. Anwar Abbas, M.M., M.Ag. (Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah)  
Moderator : Aabidah Ummu 'Aziizah, S.Pd.I.

LIVE (0) tvMu Channel

@TVMuhammadiyah | tvmuofficial | tvMu Channel | tvMULTV

Gambar 4.6

### Program Pengajian Umum Muhammadiyah



Gambar 4.7

### Program Dialektika TvMu



### C. Ideologisasi Muhammadiyah dalam TvMu

Menurut Haedar Nashir (ketua PP Muhammadiyah 2015-2020), menjelaskan ideologi secara umum dimaknai sebagai 1) kumpulan konsep bersistem yang dijadikan asas pendapat yang memberikan arah dan tujuan untuk kelangsungan hidup, 2) cara berpikir seseorang atau suatu golongan, 3) paham, teori, dan tujuan yang terpadu dan merupakan satu kesatuan program sosial politik.



Seperti dipaparkan sebelumnya konsep ideologi dalam Muhammadiyah secara lebih sistematis disusun dan tertuang dalam Matan Keyakinan dan Cita-Cita Hidup Muhammadiyah (MKCH). Konsep ini dirumuskan tahun 1969 sebagai amanat dari Muktamar ke-37 tahun 1968 di Yogyakarta. Maka ideologisasi Muhammadiyah dalam TvMu merupakan implementasi nilai-nilai ideologis tersebut pada TvMu baik pada isi program maupun pada SDM nya. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat secara jelas pada program-program yang begitu kental unsur ke Muhammadiyahannya seperti Program Pengajian umum Muhammadiyah, Program Paham Muhammadiyah, Program Pengajian Tarjih dan lain sebagainya.

#### **D. Kendala Ideologisasi Muhammadiyah di TvMu**

Abdul Mu'ti mengemukakan beberapa kendala dalam ideologisasi nilai-nilai ideologi Muhammadiyah pada TvMu diantaranya ialah pemilihan narasumber dalam program-program di TvMu. Menurutnya ia beberapa kali menemukan inkonsistensi dalam pemilihan Narasumber. Salah satunya narasumber yang tidak memiliki latar belakang Muhammadiyah. Namun Mu'ti menyampaikan jika hal tersebut telah dievaluasi bersama dengan penanggung jawab tersebut.

Sejalan dengan pernyataan Mu'ti, direktur TvMu Makroen Sanjaya juga mengemukakan kendala dalam implementasi Ideologi Muhammadiyah di TvMu, di antaranya ialah terletak pada kurangnya wawasan ke-Muhammadiyah pada sumber daya manusia yang bekerja di TvMu. Sehingga perlu penanaman lagi dengan dilakukannya sosialisai keMuhammadiyah misal nya dengan Baitul Arqam. Kurangnya paham Kemuhammadiyah oleh SDM TvMu tentunya menjadi nilai minus yang harus diperbaiki mengingat media TvMu merupakan aparatus Muhammadiyah dalam menyebarkan Ideologi Muhammadiyah dan cita-cita Muhammadiyah. Hal tersebut tentunya dapat berpengaruh pada kualitas program yang disiarkan oleh TvMu. Itulah dua poin utama kendala yang dihadapi TvMu dalam implementasi Ideologi Muhammadiyah.