

MUHAMMADIYAH TV SUSTAINABILITY VISION DESIGN PERSPECTIVE OF AL MAUN THEOLOGY

DESAIN VISI KEBERLANJUTAN TV MUHAMMADIYAH PERSPEKTIF TEOLOGI AL MAUN

Eksanti^{1a}, Luqman Hakim^{2b}, M Irfan Tarmizi^{3c(*)}

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

^c m.irfan@umj.ac.id

(*) Corresponding Author
 nomor HP yang dapat dihubungi

How to Cite: Irfan. (2020). Desain Visi Keberlanjutan TV Muhammadiyah Perspektif Teologi Al Maun

doi: 10.36526/js.v3i2.

Received : 14-03-2023

Revised : 30-06-2023

Accepted: 20-07-2023

Keywords:

Vision,
 Sustainability,
 TV Muhammadiyah,
 Al-Maun theology

Abstract

Vision becomes a form or picture of what the company will be like. Vision can also be said to be the purpose of a company, so that the selection of vision can affect the form of business and the results that will be obtained from the business. "Vision" is likened to the image of a company to convey enduring values and enduring goals and in an effective manner. Vision is also a picture for a company to survive in its business competition. The purpose of this study is to critically analyze the vision and mission used by TVMu in surviving and carrying out its business activities using the perspective of Al-Maun theology. This research uses a qualitative approach. Data collection was conducted using documentation studies and in-depth interviews. Interviews were conducted with 4 informants on TVMu. Data analysis using the perspective of Miles and Huberman using the perspective of Al-Maun theology. The results showed that in maintaining the vision as a da'wah TV based on amar maruf nahi munkar, the foremost, intelligent, enlightening and part of AUM does not mean that it never makes mistakes as a result of pragmatic orientation towards sponsors. The pressure of operating costs and profits is one of the reasons TVMu receives advertisements and programs that override the vision and mission of TVMu's initial establishment.

PENDAHULUAN

Bagi suatu entitas yang bergerak dalam usaha bisnis maka tujuan yang hendak dicapai adalah keuntungan yang maksimal, tetapi bagi organisasi nirlaba wujud tercapainya tujuan bukan diukur dari finansial tetapi lebih ditekankan pada manfaat (nilai) yang diperoleh bagi komunitas yang membutuhkan organisasi nirlaba tersebut (Suryono, 2016). Organisasi nirlaba dibentuk dengan tujuan utama mendukung atau terlibat aktif dalam berbagai aktivitas publik tanpa berorientasi mencari keuntungan (Wiratnadi et al., 2019). Organisasi nirlaba bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan, meringankan penderitaan, lingkungan hidup, dan sebagai layanan sosial. Organisasi nirlaba menjadi ujung tombak perubahan sosial, melalui perubahan dari kepentingan pribadi menjadi kepentingan publik (Wiratnadi et al., 2019). Adanya organisasi nirlaba sangat berdampak dalam perubahan sosial masyarakat, hal ini disebabkan karena semakin banyak masyarakat yang peduli terhadap sesama (Maghfira et al., 2022).

Visi menjadi bentuk atau gambaran akan seperti apa perusahaan yang akan berjalan. Visi juga bisa dikatakan tujuan dari suatu perusahaan, sehingga pemilihan visi dapat mempengaruhi bentuk usaha serta hasil yang akan didapat dari usaha tersebut. "Visi" disamakan dengan gambar perusahaan untuk menyampaikan nilai-nilai abadi dan tujuan abadi dan dengan cara yang efektif (Kantabutra, 2020). *Sustainability vision* berarti menentukan visi untuk keberlanjutan suatu usaha, tidak hanya mengejar profit tapi juga nilai-nilai lain yang terdapat dalam aspek keberlanjutan, seperti lingkungan, kehidupan, dan spiritual.

Visi keberlanjutan terdiri dari dua komponen: Konten dan atribut. Keberadaan visi untuk sebuah perusahaan sangat diperlukan karena dengan visi, organisasi dapat merencanakan keadaan masa yang akan datang. Telah terbukti dalam kehidupan nyata bahwa organisasi yang sukses ditingkat global adalah yang memiliki visi yang jelas mengenai apa ingin dicapainya dimasa yang akan datang, serta berusaha sekuat tenaga agar visi yang dibuat tidak hanya sekedar slogan saja namun menjadi *guideline* yang mengarahkan Langkah organisasi untuk mencapai apa yang sudah dirumuskan.(Hamdan, 2001). Industri televisi adalah bergesernya tujuan televisi sebagai media penyebaran informasi dan pembelajaran ke arah lainnya yang bersifat komersil. Media televisi (swasta) sebagai industri saat ini dihadapi dengan dilema antara idealisme program siaran yang akan disajikan dengan pertarungan untuk mendapatkan “pendapatan” agar mampu mempertahankan eksistensinya (Talitha et al., 2019).

Visi berbagai televisi di Indonesia itu sendiri berorientasi pada capaian pemirsa yang tinggi, dimana stasiun televisi sebagai media masif yang efektif ternyata tidak mencerahkan kehidupan masyarakat. Sebagian besar program siaran yang ditayangkan tidak mendidik dan jauh dari realitas kehidupan sosial masyarakat kita. Mengedepankan keuntungan tanpa memperhatikan nilai. Berbagai tayangan televisi lainnya, menunjukkan bahwa media televisi swasta di Indonesia jauh dari harapan sebagai media yang mencerdaskan. (Hermanto, 2017). Pada akhirnya berakibat pada tingkah laku khalayak pemirsa yang meniru gaya kaum metropolis. Sementara mayoritas khalayak pemirsa televisi pada umumnya, sebenarnya hidup dalam budaya dan entitas lokal. Akibatnya, kebudayaan dan entitas lokal terpinggirkan akibat penetrasi “kebudayaan” televisi swasta yang hedonis. Tidak jarang, televisi melalui iklan komersial yang ditayangkan cenderung memaksa penonton mengikuti patron penciptaan budaya kekinian, khususnya dalam soal gaya hidup, dan seksualitas. (Hermanto, 2017).

Merujuk teologi surat Al Maun erat kaitannya dengan Visi Islam untuk mewujudkan kemaslahatan manusia dunia dan akhirat. Visi di atas diwujudkan melalui 5 misi Islam yang dirumuskan para ulama atau lebih dikenal maqasid al-khamsah, diantaranya memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara harta dan memelihara keturunan.(Susilawati, 2015) Sedangkan Visi dalam perspektif bisnis *focus* pada *goals* ato capaian komersial untuk mendatangkan laba maksimal jangka Panjang. Sementara visi dalam perspektif islam focus non komersial lebih ketanggung jawab kepada akhlak manusia dan allah.(Anisa & Rahmatullah, 2020).

TVMu terus berkontribusi dalam menyebarkan Islam dengan melalui program yang memberi manfaat kepada umat. Hal tersebut sejalan dengan teologi Al ma'un, yaitu dalam rangka untuk menerapkan kewajiban pada Tuhannya terutama dengan jalan sosial. Landasan pokok pergerakan Muhammadiyah adanya kekuatan teologis surat al-Ma'un yang diajarkan oleh KH. Ahmad Dahlan, Pendiri Muhammadiyah (Gunawan, 2018).

Sustainability Vision

Visi disamakan dengan nada perusahaan untuk menyampaikan nilai-nilai dan tujuan abadi dengan cara yang benar dan efektif. Ini memandu anggota organisasi untuk menekankan apa yang benar-benar penting bagi mereka dan pemangku kepentingan mereka dalam perjalanan mereka menuju transformasi ide visi menjadi tindakan. Indikator Sustainability Vision adalah (1) Konten Visi (2) Atribut Visi

Tabel 1. Atribut *Sustainability Vision*

Atribut	Definisi
Keringkasan	Visi mengandung sekitar 11-22 kata.
Kejelasan	Visi dapat dibuat jelas di sekitar 5 menit dengan menunjuk langsung ke tujuan menyeluruh.
Abstraksi	Visi tidak hanya bersifat satu kali, tapi bisa digunakan terus menerus.
Tantangan	Sejauh mana visi menantang anggota organisasi bertahan dengan mencoba yang terbaik untuk memberikan hasil yang diinginkan.
Orientasi Masa Depan	Sejauh mana visi mengarah ke perspektif jangka panjang

Stabilitas	sebuah organisasi. Visi tidak mungkin dipengaruhi oleh apa pun dan oleh perubahan lingkungan.
Keinginan atau kemampuan untuk menginspirasi	Sejauh mana suatu visi menyatakan suatu tujuan yang menyeluruh secara langsung kepada anggota organisasi.

Sumber: (Kantabutra, 2020).

Teologi Surat Al Maun

Teologi merupakan landasan yang paling mendasar untuk bertindak bagi seseorang, khususnya dalam spiritualitas keber- agamaan. Dalam hal ini Kuntowijoyo menjelaskan bahwa semua perbuatan manusia pasti dipengaruhi oleh pemikiran. Manusia tidak dapat lepas dari dunia pemikiran.(Huda, 2011).

Teologi al Ma'un dalam konteks gerakan Muhammadiyah telah melahirkan banyak produk perubahan yang cukup signifikan dan membanggakan. Teologi tersebut telah berhasil membuat gerakan Muhammadiyah melahirkan sejumlah prestasi yang terdiri dari pendidikan, dan pelayanan social. (Rayyani & Abbas, 2020)

Teologi Al-Ma'un', pikiran yang mendasari lahirnya gerakan amal dan khidmat sosial Muhammadiyah. Gerakan ini yang selalu digaungkan KH Ahmad Dahlan agar tiga pilar bisa terapkan dengan baik juga harus mengadopsi system baru pada era global.(Burhani, 2013). "Orang yang agamanya baik, yang tauhidnya baik, pasti saat bermasyarakat juga baik, "Maka inilah yang kemudian jadi DNA Muhammadiyah, DNA Muhammadiyah adalah teologi Al-Ma'un. Yaitu orang yang senantiasa tidak menghardik anak yatim. Maka berdiri panti asuhan di manapun itu adalah dalam rangka tidak mendustakan agama. Nilai terakhir dari pemaknaan Surat Al-Ma'un, adalah sifat inklusif. Yakni beramal baik untuk menolong siapapun tanpa melihat latar belakang agama, suku, dan organisasi.(Afandi, 2022).

Implikasi Teologi Surat Al Maun dalam kehidupan Muhammadiyah

Surat dengan tujuh ayat pendek dalam Juz 30 tersebut sesungguhnya menegaskan prinsip kemanusiaan yang sangat kental. Sayyid Quthb dalam *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an* bahkan menyebutnya sebagai memecahkan hakikat besar yang hampir mendominasi pengertian iman dan kufur secara total (Said, 2019). Teologi utama yang mendasari berdiri dan berkembangnya Muhammadiyah adalah teologi al-Ma'un. Seperti yang telah dijelaskan bahwa 3 pilar teologi Al-Maun yang digunakan oleh Muhammadiyah adalah healing (pelayanan kesehatan), schooling (pendidikan), dan feeding (pelayanan sosial) (Gunawan, 2018).

Pemikiran KH. Ahmad Dahlan tentang Tauhid Al-Ma'un bagi Muhammadiyah ibarat senjata untuk mengabdikan diri kepada bangsa Indonesia. Karena Tauhid Al-Ma'un merupakan gerakan sosial kemasyarakatan yang berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan. Muhammadiyah berpandangan bahwa gerakan kemanusiaan merupakan kiprah dalam kehidupan bangsa dan negara dan salah satu perwujudan dari misi dan fungsi melaksanakan da'wah amar ma'ruf nahi munkar sebagaimana telah menjadi panggilan sejarahnya sejak zaman pergerakan hingga masa awal dan setelah kemerdekaan Indonesia. (Chusnan, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana model visi organisasi pada TV Muhammadiyah berlandaskan teologi Al-Maun, yaitu pelayanan sosial, dan pelayanan pendidikan. Peneliti memilih Jenis penelitian dengan metode ini digunakan karena peneliti ingin menggambarkan fakta-fakta kegiatan sesuai landasan teori Al Maun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma Islam atau biasa disebut paradigma tauhid. Yang mana penelitian ini, akan dibahas visi keberlanjutan TVMu yang dimiliki organisasi Islam dan tentunya mengaplikasikan segala kegiatannya berdasarkan ketauhidan dan menggunakan barometer Al quran dan Al hadist.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan atau biasa yang disebut paradigma yang menggabungkan wahyu, empirisme serta intuisi pada saat yang bersamaan dalam memandang sesuatu hal, Paradigma Islam tidak terbatas pandangan akal manusia terhadap dunia fisik atau keterlibatan di dalamnya pada aspek historis, sosial, politik dan kultural namun juga mencakup aspek dunia serta hari akhir. paradigma Islam terbangun dari nilai-nilai keislaman, keindonesiaan, dan kemodernan (Abidin, 2016, hal. 6).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang lebih banyak memperoleh datanya dengan wawancara. Penelitian kualitatif lebih banyak dengan nilai karena datanya bersumber dari partisipan yang mana dalam pengungkapannya dipengaruhi oleh nilai, budaya serta kebiasaannya (J.R. Raco, 2013, hal. 80). Penelitian ini ingin menggambarkan bagaimana model sustainability vision yang ada pada TVMu dengan menggunakan perspektif teologi surat Al-Maun. Teologi surat Al-Maun memiliki 3 pilar yaitu, pelayanan pendidikan, pelayanan sosial, dan pelayanan kesehatan. Dua dari tiga pilar tersebut akan digunakan sebagai alat ukur bagaimana penerapan visi keberlanjutan TVMu dalam mempertahankan usahanya.

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari instansi atau individu melalui proses wawancara (Husein, 2011). Data primer pada penelitian ini didapat dari hasil wawancara dengan informan. Wawancara dilakukan terhadap para direksi TV Muhammadiyah atau orang yang mengerti dan bertanggung jawab terhadap strategi TV Mu.

Situs riset ini merupakan TV Muhammadiyah sebagai TV komunitas yang menjalankan usaha dengan tetap melakukan bisnis untuk mempertahankan usahanya. Pemilihan informan pada penelitian ini adalah karena keterkaitannya pada berjalannya usaha TVMu. Jajaran direksi dan pimpinan TVMu dipilih karena merupakan tokoh utama dalam berdirinya TVMu, sekaligus yang membangun visi dan misi perusahaan. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada pihak eksternal sebagai stakeholder agar didapat perspektif baru dalam membantun vision yang baru.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode Miles dan Huberman (1984) yang dimodifikasi menggunakan teologi Al-Maun. Teknik analisis data Miles dan Huberman diolah dengan memasukkan teologi Al-Maun dalam tiap prosesnya. Pandangan (Miles and Huberman, 1994) terhadap penelitian kualitatif adalah bahwa data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data itu mungkin telah dikumpulkan dalam aneka macam cara seperti observasi, wawancara, intisari dokumen dan pita rekaman. Data-data tersebut biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas. Secara umum Miles dan Huberman beranggapan bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sejarah TV Muhammadiyah

Prof. K.H. Muhammad Sirajuddin Syamsuddin, M.A., Ph.D., atau dikenal dengan **Din Syamsuddin** (lahir 31 Agustus 1958), adalah seorang tokoh Muhammadiyah yang menjabat sebagai Ketua Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2005-2010 dan 2010-2015. Dalam pembahasan dengan informan menyampaikan TVMu ada merupakan amanat hasil dari beberapa muktamar yang mengharuskan Muhammadiyah mempunyai televisi untuk bisa dakwah lebih luas.

a. Mewujudkan tujuan dakwah dan pendidikan

TVMu adalah salah satu televisi dibawah organisasi Muhammadiyah yang merupakan persembahan bagi bangsa dan dunia berlandaskan dakwah Amar Maruf nahi Munkar yang terdepan, cerdas dan mencerahkan.

“Keputusan untuk adanya TVMU sudah merupakan keinginan lama dan sudah menjadi mandat dari beberapa muktamar, **Saya yang pada saat itu sebagai pimpinan mendorong agar Muhammadiyah memiliki televisi sendiri untuk memajukan dakwah.** Baru dicoba untuk terealisasikan pada muktamar di Jakarta tahun 2005” (wawancara DS, 16/06/2023).

b. Menuju keselarasan visi TVMu.

Adapun rangkaian cerita dibalik desain visi TVMu diawal pendiriannya melalui beberapa tahap tidak langsung serta merta menjadi Televisi terrestrial seperti sekarang. Pada saat yang sama juga Global TV maupun TPI Ada masalah internal karena menyalahi peruntukannya yg seharusnya dakwah dan pendidikan menjadi TV Hiburan sehingga DPRRI mempermasalahkannya sehingga ijin nya akan dicabut.

“ Muktamar 2005-2010 Muhammadiyah ditawarkan untuk mengambil alih Global TV. Sehingga atas dasar penawaran ini terjadi pembahasan. Pada mulanya atas Prakarsa ICMI Rarly Siregar, Jimni Asediki, Pandly Hady terlibat membuat TV dengan bantuan dana dari Saudi Arabia iftihar. **Dikarenakan sudah ada gambaran dana dipastikan akan didirikan televisi dengan peruntukan dakwah dan Pendidikan**” (wawancara DS, 16/06/2023).

c. Konsep TVMu

TVMu memiliki konsep kontemporer yaitu dengan konsep tema pendidikan, agama, lingkungan, kemasyarakatan dan keagamaan. Dengan porsi lebih di Pendidikan. Selain itu, TVMu juga melakukan kerja sama dengan berbagai perguruan tinggi Muhammadiyah dan juga amal usaha lainnya.

“**Kita beri tugas, satu program satu jam tentang Kesehatan.** Dialog Kesehatan dengan dokter-dokter spesialis secara bergantian hasilnya diserahkan ke TVMU kemudian ke UHAMKA khusus untuk metropolitan (Jakarta) dan UAD jogya UMM malang untuk daerah jawatengah UMJ ada program Indonesia berkemajuan” (wawancara MS, 20/06/2023).

Visi dan Misi TVMu

Menjadi televisi dakwah dan amar ma’ruf nahi munkar yang terdepan, cerdas dan mencerahkan sekaligus sebagai salah satu amal usaha Persyarikatan. Kutipan dari wawancara dengan direktur TVMu yang terlibat langsung diawal pendirian konsep dan atribut yang diusung karena berkiblat kepada pergerakan Muhamaddiyah maka harus sama dan sesuai khitah dan mengusung pesan KH Ahmad Dahlan.

“Ideologi TVMu dengan syiar pergerakan Muhamadiyah dan teologi Al Maun sebagai barometer dan sesuai dengan dakwah Pendidikan dan social diharapkan membawa pembaruan dan meluasnya syiar keilmuan dan berbagai informasi ke warga Muhammadiyah khususnya dan masyarakat umumnya.(wwcr MS 15/07/23).

Sustainability dalam TVMu

Sustainability merupakan unsur utama dari perusahaan apapun. Model *sustainability* dimulai dari sebuah pilihan (*choice*) tentang bisnis apa yang akan dimasuki. Setelah itu, perusahaan mengerahkan segenap energi dan sumber daya terbaik untuk membuatnya menjadi kenyataan. Selama tahap ini, perusahaan masih dalam fase *emergent* yaitu situasi dimana segala sesuatunya harus dijalankan dengan cepat dan tidak ada sebuah sistem yang baik sehingga membutuhkan orang yang memiliki semangat juang tinggi atau *entrepreneurial leader* (David, 2017).

a. Peran pimpinan dalam keberlanjutan Visi TvMu

Dalam tahap desain visi sustainability dengan melibatkan para pimpinan dan menjadikan televisi ini sebagai corong pergerakan Muhammadiyah diambilah visi yang tidak lepas dari khitah pergerakan Muhamadiyah Amar maruh nahi munkar dan untuk program

dakwah yang lebih kearah Pendidikan dan tidak melenceng dari teologi Al-maun yang merupakan DNA nya pergerakan didapatlah visi Cerdas Mencerahkan.

“TVMu termasuk digital terestial yang sudah berijin LPS Ijin Prinsip (IPP) tetap dan berlalu 10 tahun, mulai dari 20 April 2022- 20 April 2032. Sejarah awalnya karena belum ada frekuensi dan belum ada ijin menggunakan satelit/parabola. Kemudian setelah 4 bulan bergabung dengan Big TV pada Januari 2013, TVMu baru menjadi PT di tahun 2014 dengan nama PT. TVMu Surya Utama. Sebelum mendapatkan ijin IPP tetap. **Pada masa IPP prinsip berlaku uji coba selama 1 tahun dan tidak boleh beriklan**” (wawancara MS, 8/06/2023).

b. Teamwork

Semua berjalan bertahap dari awal semua bekerjasama dalam mewujudkan visi TvMu, melakukan cara konsep bagaimana cara TvMu bisa maju dan setara dengan tv swasta. Melakukan usaha-usaha baik perbaikan dari manajemen karyawan ataupun sistemnya.

“Saya baru masuk TVMu 2020 dimana saat itu masih IPP prinsip kondisi uji coba sehingga tidak bisa beriklan, **sambil diurus pada tahun 2021 dan mendapatkan IPP tetap di tahun 2022 sebagai TV Swasta secara sah sehingga berubah menjadi TV komersial**” (wawancara MS, 8/06/2023).

c. Terciptanya visi dalam televisi Muhamadiyah

TVMu sebagai bagian dari amal usaha muhamadiyah yang merupakan implementasi AUM sebagai wajah media di Muhammadiyah.

“hal-hal kebaikan dan mencegah kemungkaran seperti landasan dari ayat 104 **surat Ali Imran dan untuk penyantunan dan kegiatan sosialnya ada dalam surat Al-Maun..dan amal maruf nahi munkar sebagai seruannya**. karena ini berupa seruan lewat media. Sebagai yang ditugaskan merumuskan *brand positioning* waktu itu ya memang apa yang ada di Muhammadiyah ini harusnya ada disuarakan di TVMu jadi istilahnya TVMu ini menjadi corongnya Muhammadiyah itu kira-kira untuk dalam bidang media karena itu harus dirumuskan dalam sebuah visi.” (wawancara MS, 25/06/2023).

Visi Sustainability TV Muhammadiyah

Dalam tahap visi keberlanjutan mendayagunakan potensi kekuatan pihak internal muhamadiyah untuk menjadi sumber konten sehingga seiring sejalan dengan visi TVMu yang merupakan refleksi dari visi Muhammadiyah. Selain bekerja sama dengan production house yang sudah mempunyai konten banyak seperti kolam ikan, untuk lebih ke hiburan dengan batasan-batasan yang tidak keluar dari visi TVMu. Belakangan diketahui potensi internal terbesar adanya dari Rumah Sakit Islam Jogyakarta (RSIJ) dan universitas-universitas.

“Porsi programing 70-30. Untuk perbandingan dakwah dan komersil. Seperti yang dipahami media terdiri dari dua sisi yaitu komersil dan ideal yang tidak bisa dipisahkan atau dipalingkan. Setelah masa Ijin tetap TVMu bisa beriklan dengan bebas. Diantaranya seperti dengan Lazismu, melakukan barter iklan hampir 30-100 juta tiap bulan. **Penayangannya pun semakin bagus dirumah-rumah yang bisa dinikmati juga respon positif yang diperoleh dari masyarakat dengan semakin banyaknya orang yang ingin diliput dan aware terhadap keberadaan TVMU**” (wawancara MS, 20/06/2023).

Pembahasan

Analisa terhadap hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah tertuang dalam sub bab sebelumnya dan menghasilkan desain visi yang mengacu kepada teologi al maun :

1. Peran pimpinan dalam keberlanjutan Visi TvMu

Kegiatan pertama, Keinginan dari Muhammadiyah untuk mendirikan televisi yang dicita-citakan menjadi sarana media informasi sekaligus menjadi sarana syiar dakwah dan

pendidikan akhirnya bisa terwujud di tahun 2013 dengan visi yang dirumuskan dengan bahasa yang lugas, sederhana, terukur dan sangat bisa terjangkau oleh akal manusia dengan alasan kuat untuk amal maruf nahi munkar, dengan energi yang berambisi untuk menegakkan kebenaran dan menghindarkan kemungkaran. Dengan adanya waktu yang ditentukan untuk bukti pencapaiannya. Hal ini tak lain dari usaha campur tangan para pemimping Muhammadiyah. Selain itu unsur strategis membuat TvMu berbeda dengan televisi lain. Dari visi yang ada relevan dengan keadaan saat didirikan dengan keadaan sekarang. Dengan relevansinya bisa membantu menjadi sinergi yang bernilai. Sementara perspektif yang diusung visi TvMu sama dengan Muhammadiyah teologi surat Al-Maun. Unsur komunikatif dalam visi TVMu sangat terlihat dari pola program yang ditayangkan semuanya mengkomunikasikan keseluruhan yang utuh dari visi yang diusung (Hamdan, 2001).

2. Terciptanya Amal Usaha Muhammadiyah

Sustainability di TVMu mengusung nilai-nilai yang ada dalam teologi al-maun selain itu sustainability bisa terjadi dengan tidak hanya memperhatikan kepentingan jangka pendek tapi juga seluruh pemangku kepentingan juga perhatian terhadap lingkungan dan juga budaya. Sehingga visi organisasi sebagai tujuan masa depan bisa terwujud. Visi sebagai faktor realisasi sangat diperlukan untuk kemajuan perusahaan dan komunikasi visi dianggap sebagai kunci sukses dalam perencanaannya dan juga keberlanjutannya. Keselarasan antara beragam program tvMu dengan visi yang diusung juga berdasarkan asas teologi al maun yang berimplikasi pada pendidikan juga sosial masyarakat terutama Muhammadiyah (Kantabutra, 2022b).

3. Konten Segi Pendidikan dan Pelayanan Sosial

Pada kegiatan pertama, Perkembangan teknologi informasi menjadi peluang besar dalam menjalankan dakwah kepada masyarakat luas, televisi masih menjadi media yang paling efektif dalam penyampaian dakwah karena jangkauannya cukup luas. TV Muhammadiyah merupakan media tv yang didirikan oleh ormas Islam terbesar di Indonesia. Tv ini menjadi media yang diandalkan Muhammadiyah agar dapat menyapaikan aktifitas kegiatan persyarikatan kepada khalayak masyarakat. Sebagai Tv Islam dan dikelola oleh ormas Muhammadiyah, Tv ini juga dituntut tidak hanya penyajian program yang menarik, tetapi juga pengelolaan manajemen agar bisa mandiri secara finansial dan juga pengelolaan manajemen televisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan Tv Muhammadiyah dalam proses rebranding dan kaitannya dengan komodifikasi isi, pekerja dan khalayak (Vongariyajit, 2021).

Kritik atas Visi Sustainability TVMu

1. Sebagai Amal usaha televisi yang berbadan hukum TVMu harus bertahan agar dapat berdiri sendiri tanpa keluar dari khittah amal maruf nahi munkar yang dari awal sampe skarang masih dibantu AUM berproses untuk bisa mandiri. Ada target-target untuk mandiri sehingga mencari sumber-sumber pendapatan tidak hanya dari PP saja. Membuka diri secara komersil menerima sumber pendapatan dari luar secara komersil tanpa keluar dari visi dan nilai yang mau dicapai.

Kritik atas Visi TVMu Teologi al-Maun Segi Pendidikan

Tidak ada Batasan dalam program untuk porsi komersil dan dakwah merupakan salah satu misi TVMu dalam mencapai visi dan bertahan. Selama masih bisa dikomunikasikan dan masih bisa berdakwah disitu dan dari dawah itu bisa dikomersilkan dengan bisa mendatangkan sponsor maka program tersebut dapat dijalankan pada TVMu. Hal tersebut dilakukan atas dasar pemenuhan kebutuhan operasional dan untuk terus berkelanjutan. Hal ini harus disesuaikan dengan nilai dalam surat AL-Maun yang berikan kajian akidah, ahlak juga ibadah yang tersebar dalam al islam kemuhadiyah. Untuk umat yang ingin selamat dunia dan akhiratnya harus dipegang. (Baryah et al., 2022)

Konsep konten yang mengandalkan penyedia dari beberapa universitas yang sudah bekerjasama. Disatu sisi mempermudah ketersediaan tayangan tapi disisi lain menjadikan konten yang apa adanya.

2. Kritik atas Visi TVMu Teologi al-Maun Segi Sosial

Salah satu teologi al-Maun adalah sosial. Sosial merupakan salah satu segi yang menjadi perhatian khususnya Muhammadiyah. Tidak ada artinya semua ibadah dan pergerakan tanpa adanya kegiatan sosial. Ini pula yang sering dikumandangkan KH Ahmad Dahlan dari awal pendirian Muhammadiyah hidupilah Muhammadiyah. Ini dimaksud diantara sesama harus saling membantu minimal dikalangan terdekat. Diharapkan sesama amal usaha saling bantu, dimana yang belum bisa mandiri harus dibantu oleh sesame AUM yang memang sudah besar sehingga komunitas dan organisasi bisa secara Bersama besar dan berkelanjutan untuk saling menghidupi dan bertahan juga berkembang.

Adapun kritik dalam implementasi surat Al Maun ini di TVMU dalam sosial masih belum terealisasi dalam hal saling bantu untuk menghidupi saudara yang lemah. Ada beberapa amal usaha yg belum mau bergabung untuk membantu dan membesarkan syiar dakwah lebih luas dengan berbagai alasan. Demikian juga dari sisi TVmu sendiri karena ada biaya-biaya untuk operational tidak bisa menggratiskan semua peliputan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik sebuah kesimpulan mengenai desain visi TV Muhammadiyah, berikut adalah beberapa kesimpulannya:

1. TVMuhamadiyah adalah salah satu televisi dibawah organisasi Muhammadiyah yang merupakan persembahan bagi bangsa dan dunia berlandaskan dakwah Amar Maruf nahi Munkar yang terdepan, cerdas dan mencerahkan. TVMu lahir di usia ke 101 Muhammadiyah tgl 18 Nov 2013 sebagai amanat rangkaian dari beberapa muktamar Muhammadiyah.
2. Dalam tahap desain visi sustainability dengan melibatkan para pimpinan dan menjadikan televisi ini sebagai corong pergerakan Muhammadiyah diambilah visi yang tidak lepas dari khittah pergerakan Muhammadiyah Amar maruh nahi munkar dan untuk program dakwah yang lebih kearah Pendidikan dan tidak melenceng dari teologi Almaun yang merupakan DNA nya pergerakan didapatlah visi Cerdas Mencerahkan. Sehingga visi TVmu kental dengan apa yang diharapkan pergerakan Muhammadiyah.
3. Kritik visi TVMu dalam bidang pendidikan adalah masih adanya tindakan mengeklusifkan tayangan karena iklan biasanya dibuat oleh pemilik brand (*klien*) tidak sejalan dengan teologi almaun yang menjadi landasan dasar berdirinya TVMu. Hal ini kadang menjadi penghambat untuk mendapatkan sumber pendapatan karena tidak semua klien mempunyai iklan jadi sesuai barometer yang ada di TVMu.
4. Kritik visi TVMu dalam bidang sosial adalah masih belum terealisasi dalam hal saling bantu untuk menghidupi saudara yang lemah. Ada beberapa amal usaha yg belum mau bergabung untuk membantu dan membesarkan syiar dakwah lebih luas dengan berbagai alasan. Demikian juga dari sisi TVmu sendiri karena ada biaya-biaya untuk operational tidak bisa menggratiskan semua peliputan.

Adapun saran atau masukan yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut.

1. TVMu dapat mengkaji kembali visi misi yang ada, sehingga dapat menyelaraskan dengan teologi Al-Maun.
2. Pimpinan pusat Apabila Pesan KH Ahmad Dahlan diterapkan "Hidupilah Muhammadiyah" dan Kalau semua amal usaha yang ada di Muhammadiyah berkolaborasi dan berperan serta

membantu menghidupi TVMu insyaallah percepatan pencapaian visi sustainability akan cepat terlaksanakan.

3. Penelitian ini bisa menjadi referensi baru terkait topik akuntansi manajemen, khususnya terkait visi dan misi. Selain itu, dapat menambah referensi baru untuk kajian atas perspektif teologi Al-Maun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2016). *Pembangunan Ilmu*. 257.
- Afandi. (2022). Surat Al Maun DNAny orang Muhammadiyah. *Muhamadiyah*.
- Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam. *journal EVALUASI*, 4(1), 70. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>
- Baryah, O. N., Candra, S., Rohmah, S., & Fadil, A. (2022). Spirit Al Ma'un Dalam Kurikulum Al Islam Dan Kemuhammadiyah. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ. E-ISSN:2745-6080*, 1(1), 1–11.
- Burhani, N. A. (2013). Makna Teologi Al Maun Di Dua Generasi Muhammadiyah. *Suara Muhammadiyah*.
- Chusnan, M. (2021). *Teologi surat al – maun dan praksis sosial dalam kehidupan warga muhammadiyah*.
- Gunawan, A. (2018). Teologi Surat al-Maun dan Praksis Sosial Dalam Kehidupan Warga Muhammadiyah. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 5(2), 161–178. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v5i2.9414>
- Hermanto, B. (2017). *Sejarah TV Komunitas*. 1–23.
- Huda, S. (2011). Teologi Mustad'afin di Indonesia: Kajian atas Teologi Muhammadiyah. *Tsaqafah*, 7(2), 345. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v7i2.8>
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 14.
- J.R. Raco. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya*. Grasindo.
- Kantabutra, S. (2020). Toward an organizational theory of sustainability vision. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3), 0–26. <https://doi.org/10.3390/su12031125>
- Maghfira, A., Putri, A. G., Listianto, A. N., Putri, G., & Astuti, A. P. (2022). Presentation of The Financial Statements of Non-Profit Entities Based on Isak 35 at The Hati Gembira Indonesia Foundation. *Marginal : Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues*, 1(4), 1–16.
- Miles and Huberman. (1994). *Qualitative data analysis*.
- Rayyani, W. O., & Abbas, A. (2020). Akuntabilitas Kinerja dalam Bingkai Tauhid Sosial: Suatu Refleksi Teologi Al Ma'Un. *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama*, 3(2), 174–190. <https://doi.org/10.37329/kamaya.v3i2.439>
- Said, T. (2019). Implementasi Spirit Al Maun. *Suara Muhammadiyah*.
- Suryono, B. (2016). Organisasi Nirlaba: Karakteristik Dan Pelaporan Keuangan Organisasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 3(2), 59. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y1999.v3.i2.1883>
- Susilawati, N. (2015). STRATIFIKASI AL-MAQASID AL-KHAMSAH DAN PENERAPANNYA DALAM AL-DHARURIYAT, AL-HAJJIYAT, AL-TAHSINIYYAT Nilda Susilawati. *Mizani*, 2(1).
- Talitha, S., Rosdiana, R., & Susilawati, R. (2019). Perkembangan Industri Televisi. *Pedagonal : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 3(1), 60–69. <https://doi.org/10.33751/pedagog.v3i1.985>
- Wiratnadi, I. P., Meitriana, M. A., & Indrayani, L. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Organisasi Nirlaba (Studi Pada Organisasi Kakak Asuh Bali). *Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 605–616.