

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi merupakan sebuah perencanaan pendekatan menyeluruh yang memiliki kaitan dengan pelaksanaan gagasan. Untuk itu strategi begitu diperlukan oleh sebuah stasiun televisi supaya mampu bersaing dengan stasiun televisi lainnya dalam mengsegmentasikan siarannya terhadap khalayak umum. Dalam sebuah program, strategi memang menjadi hal penting dalam tercapainya tujuan program yang dibuat. Setidaknya program yang dibuat mampu memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi dengan perumusan strategi. Oleh karena itu strategi sangat diperlukan terutama pada sebuah program dalam media televisi.¹

Program siaran atau acara televisi merupakan bagian penting bagi stasiun televisi, oleh karena itulah dalam membuat program memerlukan sebuah pengaturan yang tepat. Program yang dibuat perlu disesuaikan dengan visi dan misi serta tujuan stasiun televisi tersebut. Stasiun televisi perlu memiliki kreatifitas untuk mengenali dan memahami audien mereka. Pembuatan dan perencanaan suatu program meliputi pekerjaan merumuskan rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran tersebut mencapai tujuan programnya dan keuntungan komersil.²

Hal yang perlu diperhatikan sebelum membuat sebuah program adalah perlu adanya riset tentang gambaran program yang hendak dibuat. Riset tersebut berguna untuk mengetahui apakah sebuah program dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh produser. Sebab strategi merupakan sebuah upaya yang cukup sulit agar sebuah program mampu diterima baik oleh masyarakat, karena bisa jadi banyak program sejenis yang cukup bersaing dengan program yang hendak dibuat. Maka dalam hal ini perlu diperhatikan perihal format acara seperti apa yang mampu menarik audien untuk menonton sebuah program televisi.

Penentuan format acara dan pemilihan tokoh atau aktor yang ada dalam sebuah program acara merupakan strategi yang perlu dirumuskan agar program yang diproduksi dapat berhasil. Dalam hal ini peran produser menjadi penting untuk merumuskan strategi

¹ Onong, Uchjana Effendi, *“Dinamika Komunikasi”*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 98.

² M.A Morissan, *“Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi”*, (Jakarta: Kencana, 2015), 302.

program yang hendak dijalankan. Produser harus mampu menyusun gagasan yang diwujudkan pada materi sebuah program acara untuk menjadikan programnya lebih bermakna dan bernilai di benak penonton atau masyarakat. Masyarakat sendiri memandang televisi merupakan bagian yang penting dalam kehidupannya. Sebab televisi merupakan sumber informasi dan juga hiburan yang menampilkan berbagai macam format acara mulai dari sinetron, berita, *reality show*, *talkshow* dan lain sebagainya. Perkembangan zaman tentunya juga berpengaruh terhadap media massa, dengan semakin bervariasinya program acara di televisi.

Masyarakat kita semakin membutuhkan media massa sebagai salah satu alat bantu komunikasi dan informasi. Kebutuhan ini kemudian mendesak penyedia media informasi untuk semakin terampil dan kreatif dalam mengolah, mengemas, serta menyajikan sebuah program yang menarik. Televisi merupakan media elektronik yang mampu menjangkau masyarakat secara luas. Kebutuhan masyarakat akan informasi mendorong semakin menjamurnya industri pertelevisian.

Pengaruh televisi sebagai media massa masih cukup dirasakan di era sekarang. Ia mampu melampaui jarak, ruang maupun waktu. Tidak seperti media cetak yang hanya menampilkan visual saja, atau radio yang hanya mampu dinikmati audionya saja, televisi merupakan media audio maupun visual yang mampu dilihat dan didengar. Hal ini yang kemudian menjadikan televisi lebih diminati daripada media massa yang lain.³

Sebagai media massa yang lebih diminati oleh masyarakat, maka wajar jika kemudian terjadi banyak persaingan antar stasiun televisi untuk memikat penonton. Dalam dunia pertelevisian, persaingan ini terjadi tidak hanya pada televisi nasional saja, namun juga mulai ada televisi lokal yang ikut bersaing.⁴

Sekalipun dengan berbagai keterbatasan baik dari sumber daya manusianya, peralatan, atau finansial, stasiun televisi lokal tidak pernah kehabisan cara untuk mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu, berbagai macam strategi dilancarkan oleh televisi-televisi lokal untuk menarik minat penonton.

Hal ini yang juga dilakukan oleh Masjid Agung Jawa Tengah Televisi atau disingkat MAJT TV. MAJT TV merupakan sebuah

³ Aceng Abdullah dan Lilis Puspitasari, "*Media Televisi Di Era Internet*," ProTVF 2, no. 1 (2018): 101.

⁴ Aji Haryo Kusumo, "*Produksi Konten Televisi dan Konten Media Sosial*". (Unisri Press, 2021), 10.

rumah produksi di bawah naungan Masjid Agung Jawa Tengah yang bekerja sama dengan stasiun televisi lokal untuk menampilkan program-program yang bernuansa islami dengan tujuan memberikan edukasi dan kebutuhan rohani masyarakat khususnya kaum muslim. MAJT TV dalam menayangkan program-programnya selain melalui Youtube, juga menjalin kerja sama dengan stasiun televisi lokal seperti TVKU Semarang dan USM TV Semarang. Salah satu program yang diproduksi oleh MAJT TV adalah program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) yang telah menjadi bukti tentang bagaimana MAJT TV mencoba mengisi ruang sebagai salah satu media dakwah yang memberikan tontonan edukatif terkait permasalahan keagamaan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Hal tersebut sesuai dengan ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang anjuran melakukan dakwah dan mengajak dalam kebaikan. Dalam Surah Al-Hijr Ayat 94 yang berbunyi :

فَاَصْدَعْ بِمَا تُأْمَرُونَ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ

Artinya : “Maka sampaikanlah olehmu secara terang-terangan segala apa yang diperintahkan (kepadamu) dan berpalinglah dari orang-orang yang musyrik.” (Q.S Al-Hijr: 94)⁵

Saat ini, kegiatan dakwah semakin populer karena tidak hanya berorientasi pada sekadar ramai-ramai tapi lebih kepada pengembangan dan pendalaman wawasan keislaman untuk semakin syiarnya agama Islam. Sudah seharusnya bahwa dalam dakwah Islam, kita tanggap dengan dinamika zaman. Hal ini yang dilaksanakan oleh MAJT TV melalui program Ngaji Online Perkara Islam (NGOPI) yang dikemas dalam format *talkshow*. Program ini juga melibatkan kerjasama dengan Remaja Islam Masjid Agung Jawa Tengah (RISMA JT) yang menjadi host dalam acara ini dan mendatangkan berbagai narasumber seperti para ustadz, kyai, maupun habaib di sekitar Semarang khususnya.

Program *talkshow* NGOPI ini berbeda dengan program MAJT TV lainnya yang kebanyakan berformat ngaji kitab, sebab program ini memiliki strategi yang menarik dengan menghadirkan tema-tema sesuai isu yang sedang menjadi perbincangan masyarakat, sebab mengelola televisi Islam atau dakwah juga perlu memiliki sumber daya manusia yang kuat dan kreatif. Oleh karena itu kunci dari sebuah program stasiun televisi yaitu sumber daya manusia yang

⁵Nu Online, diakses pada 15 Januari, 2024. <https://quran.nu.or.id/al-hijr/94>

kreatif sehingga kesan dari tayangannya tidak terlihat membosankan dan monoton serta mendapat respon yang baik dari masyarakat.

Dalam dunia *broadcasting* sendiri sebuah program diharapkan memiliki dampak secara meluas bagi masyarakat melalui siarannya, sehingga strategi kreatif diperlukan untuk membuat langkah yang tepat dalam memproduksi atau menentukan materi program yang hendak ditayangkan. Penonton hanya membutuhkan siaran yang dapat memenuhi keinginannya mengenai informasi dan hiburan. Oleh sebab itu, *crew* produksi perlu membuat strategi produksi yang benar dan tepat.

MAJT TV sendiri sudah menampilkan program *talkshow* NGOPI dengan berbagai tema dengan jumlah ratusan penonton bahkan ada beberapa yang hingga ribuan. Terkadang juga memang ada tema-tema yang bahkan tidak mencapai ratusan, hanya puluhan penonton di *channel* YouTube. Namun selain di *channel* Youtube, program NGOPI juga ditampilkan di stasiun televisi lokal yang sudah memiliki jangkauan cukup luas seperti TVKU dan USM TV

Strategi kreatif produser program *talkshow* di MAJT TV menarik bagi penulis untuk diteliti lebih jauh bagaimana strategi kreatif produser program Ngaji Online Perkara Islam (NGOPI), dikarenakan MAJT TV merupakan satu-satunya rumah produksi televisi lokal Semarang yang didirikan di sebuah tempat ibadah yaitu Masjid Agung Jawa Tengah dengan program bertema Islam di MAJT TV dapat dimaknai sebagai salah satu media dakwah. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini berjudul “**Strategi Program Talkshow Islami Dalam Menarik Minat Penonton (Studi Kasus Talkshow Ngaji Online Perkara Islam MAJT TV Semarang)**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian kali ini adalah strategi produser program *talkshow* islami dalam menarik minat penonton pada program Ngaji Online Perkara Islam di MAJT TV Semarang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan fokus penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana strategi kreatif produser MAJT TV dalam program *talkshow* NGOPI dalam menarik minat penonton?
2. Bagaimana efektifitas strategi kreatif produser MAJT TV yang digunakan program *talkshow* NGOPI dalam menarik minat penonton?

D. Tujuan Penelitian

Ditinjau dari rumusan masalah yang telah ada, maka tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana penerapan strategi kreatif produser MAJT TV yang digunakan dalam program *talkshow* NGOPI untuk menarik minat penonton.
2. Mengetahui efektivitas strategi kreatif produser MAJT TV yang digunakan dalam program *talkshow* NGOPI untuk menarik minat penonton.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Teoritis
Yaitu dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut pada bidang penyiaran, khususnya terkait strategi program untuk menarik minat penonton.
2. Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi terkait strategi program acara televisi untuk menarik minat penonton.
 - b. Sebagai bahan gambaran strategi program dalam menarik minat penonton
 - c. Memberikan pembelajaran bagi media massa yang akan mengemas program untuk menarik minat penonton televisi

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap bab, penulisan laporan penelitian ini terdiri dari:

1. Bagian awal meliputi:
Halaman judul, nota persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi.
2. Bagian isi meliputi:
 - BAB I : Berupa pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.
 - BAB II : Berupa landasan teori, hasil penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.
 - BAB III: Berupa jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subyek dan objek penelitian, instrumen penelitian, sumber data, metode pengumpulan data

Teknik dan pemeriksaan keabsahan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV: Berupa analisis data yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian dan penyajian data.

BAB V : Berupa penutup yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan masalah, dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi ; daftar Pustaka dan lampiran-lampiran.

