

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah I News TV Sebagai Media Televisi

I News Semarang merupakan salah satu cabang station televisi di Jawa Tengah, dengan lisensi perusahaan bernama PT.Global Telekomunikasi Terpadu yang berdomisili di Kota Semarang yang berkuasa hukum berdasarkan akta notaris, 03 September 2019. Dan diperbaharui tanggal 21 Januari 2003, dengan berdasar hukum ini maka di dirikan sebuah station TV yang awalnya bernama Pro TV. Pro TV pertama kali mengudara tanggal 8 Febuari 2004, di Setia Budi Square Kav 14-15 Jl Setiabudi Srandol Semarang. Pada tahun 2008, Pro TV bergabung dengan MNC Group, sehingga statusnya berubah dari penyiaran televisi lokal menjadi lembaga penyiaran lokal berjaringan.

Tepat pada 6 april 2015 stasiun televisi pro TV berganti nama menjadi I News Semarang. Pada bulan oktober 2008 PT Global Telekomunikasi Terpadu bersinergi dengan MNC grup. Sehingga SDM PT. Global Semarang mulai menyiarkan siaran RCTI local, MNC lokal, program berita lokal INews bersiaran setiap hari senin-minggu pukul 14.30-15.00 bernama I News Jateng. Berita rcti biro semarang siaran setiap hari senin-jum'at pukul 05.30-06.00. program RCTI yang bernama seputar Jawa Tengah sedangkan MNC TV Semarang siaran setiap hari senin-jum'at pukul 11.30-12.00. bernama lintas jateng. Terkadang jadwal yang sudah di tentukan berganti karena mengikuti jadwal yang disediakan dari pihak Jakarta (pusat). Pemancar iNews Semarang berada di Bukit Gombel dengan kekuatan transmisi 20 KW. Jangkauan siarannya meliputi wilayah: Semarang, Ungaran, Batang, Kendal, Pekalongan, Pemalang, Demak, Kudus, Jepara, Grobogan, Pati, Rembang, Salatiga, Temanggung, Sebagian Boyolali dan Solo. Pada tahun 2016, I News Semarang memperluas jangkauan siarannya ke hamper seluruh wilayah Soloraya.

Sekilas mengenai biodata iNews TV Semarang adalah sebagai berikut :

Nama	: i-News TV Semarang
Alamat	: Ruko Setiabudi Square 14-15 Jl Dr Setiabudi Srandol Wetan Banyumanik Semarang 50263 Jawa Tengah.
Disiarkan	: 8 Februari 2004
Diluncurkan	: 3 September 2002
Jaringan	: i-News TV
Pemilik	: Prima Entertainment (2002-2008) Media Nusantara Citra (2008-sekarang)
Slogan	: Referensi Jawa Tengah
Kantor Pusat	: Kota Semarang, Jawa Tengah
Saluran Saudara	: RCTI, MNCTV, Global TV, (2009-sekarang), iNews TV (2009-Sekarang)
Teresterial	: 45 UHF
Nomor Telepon	: (024) 7462429
Nomor Fax	: (024) 7462391
Website	: www.i-newstv.com
Jumlah Karyawan	: 38 orang
Positioning	: Education, Information, and Entertainment Station Television. ¹

2. Visi dan Misi I News TV

a. Visi

Menjadi sebuah televisi nasional dengan konsep lokal berjaringan yang menayangkan program-program referensi, memberikan informasi dan inspirasi yang kaya akan ragam konten local, nasional maupun internasional.

b. Misi

Menyajikan informasi yang cepat, terpercaya dan berimbang, meningkatkan potensi daerah dengan menyajikan informasi dan hiburan local yang lengkap dan beragam. Memberikan pembelajaran dan inspirasi kehidupan, turut serta

¹ File Dokumentasi I News TV Semarang, dikutip pada 22 November 2019.

menjaga dan melestarikan kebudayaan nasional. Menggerakkan ekonomi masyarakat melalui berbagai informasi yang memberikan stimulasi dan peluang berusaha.²

3. Letak Geografis I News TV Semarang

Secara geografis I News Semarang terletak di pulau Jawa tepatnya yaitu kota Semarang yang terletak di ruko Setia Budi Square no.14-15 Jalan Dr. Setia Budi Srandol Wetan, Banyumanik Semarang 50263 Jawa Tengah. Studio I news semarang letaknya sangat geografis karena berada di kota.³

4. Struktur Organisasi I News Tv Semarang.

Table 4.1
Struktur organisasi

NO	NAMA	JABATAN
1	Gita Imanda	Kepala biro
2	Ginindra Whardana	Eksekutif produser
3	Septi Wulandari	Produser/korda
4	Ali Subeno	Produser/korda
5	Dewi Mustikasari	Produser/korda
6	Jennyfer Santiana	Admin finance
7	Dian Puspaningtyas	Admin redaksi
8	Eko Joko S.	Sales
9	Siti Nir Hayati	Sales
10	Widyasari Widyastuti	Traffic & library
11	Atmah Widodo	Teknik ME
12	Nahdludin	Teknik IT
13	Prasetyo Edi	MCR
14	Paegoh Eri	MCR
15	Suryo Pranoto	PD
16	Agus Tri Sugiatno	Editor/grafis
17	Utomo	Cameramen
18	Agung Sektiawan	Cameramen
19	Suwarno	Editor
20	Santoso	Editor

² File Dokumentasi I News Semarang, dikutip pada 22 November 2019.

³ File Dokumentasi I News Semarang, dikutip pada 22 November 2019.

NO	NAMA	JABATAN
1	Gita Imanda	Kepala biro
2	Ginindra Whardana	Eksekutif produser
3	Septi Wulandari	Produser/korda
4	Ali Subeno	Produser/korda
5	Dewi Mustikasari	Produser/korda
6	Jennyfer Santiana	Admin finance
7	Dian Puspaningtyas	Admin redaksi
8	Eko Joko S.	Sales
9	Siti Nir Hayati	Sales
10	Widyasari Widyastuti	Traffic & library
11	Atmah Widodo	Teknik ME
12	Nahdludin	Teknik IT
13	Prasetyo Edi	MCR
14	Paegoh Eri	MCR
15	Suryo Pranoto	PD
16	Agus Tri Sugiarno	Editor/grafis
17	Utomo	Cameramen
18	Agung Sektiawan	Cameramen
19	Suwarno	Editor
20	Santoso	Editor

Sumber: Dokumen I News Semarang.

5. Ruang Lingkup Program.

Lentera Ilahi merupakan program talkshow islami yang berisi tentang dakwah yang dibawakan oleh host dan narasumber. Program ini memberikan pembelajaran tentang islam yang lebih mendalam. Membahas tema atau suatu permasalahan yang berkaitan dengan islam yang dibahas secara detail selama 30 menit. Program Lentera Ilahi ini tayang di I News TV Semarang pada jam 10.00-10.30, yang tayangnya meliputi wilayah Semarang, Ungaran, Batang, Kendal, Pekalongan, Pemalang, Demak, Kudus, Jepara, Grobogan, Pati, Rembang, Salatiga, Temanggung, Sebagian Boyolali dan Solo.⁴

⁴ File Dokumentasi I News Semarang, dikutip pada 22 November 2019.

B. Deskripsi Data Penelitian

Lentera Ilahi merupakan sebuah program dakwah yang ditayangkan di I News Tv Semarang. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari produser I News Tv Semarang, produser program Lentera Ilahi dan juga host dari program Lentera Ilahi. Sebagian data juga berasal dari dokumentasi I News TV Semarang.

Dalam memperoleh data penelitian ini penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang terlibat, dalam hal ini produser Lentera Ilahi dan juga host program Lentera Ilahi. Hal ini dilakukan supaya mendapatkan hasil yang *valid* dalam penelitian ini. Berikut data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap 2 produser dan juga 2 host Lentera Ilahi.

1. Data Mengenai Strategi Program Talkshow Lentera Ilahi.

Dalam strategi programnya produser Lentera Ilahi menggunakan strategi dari praproduksi, produksi, pascaproduksi, segmentasi dan juga penayangan. Hal ini dianggap menjadi hal yang sangat mempengaruhi dalam strategi program untuk menarik minat penonton. Sebelum adanya praproduksi terlebih dahulu diadakan sebuah perencanaan.

Dewi selaku produser Lentera Ilahi mengungkapkan tentang perencanaan program

“Program Lentera Ilahi ini dimulai dengan membuat konsep program berbeda dengan program yang sudah ada sebelumnya. Dan awal kita membuat program Lentera Ilahi ini adalah awalnya melihat program dakwah ditelevisi ini banyak diminati terus kita dari *crew* mencoba membuatnya mulai dari memikirkan konsepnya hingga matang dan membuat talkshow ini berbeda dengan talkshow yang sudah ada seperti itu. Kebetulan juga kita ada jadwal yang kosong dan belum ada program untuk mengisi di jam kosong tersebut jadi dibuatlah talkshow lentera ilahi ini.

Dan kita juga punya tujuan dengan adanya program ini kita bisa memberikan pengetahuan baru atau pembelajaran kepada ibu-ibu rumah tangga mengenai islam yang lebih mendalam dengan bahasa yang mudah untuk dipahami. Dan perencanaan awal kita membuat program ini yaitu dengan membuat konsep yang berbeda dengan program yang sudah ada di pasaran, hal ini supaya lebih menarik minat penonton”.⁵

Selain itu Dewi produser Lentera Ilahi juga mengungkapkan:

“Konsep dalam talkshow lentera ilahi ini di dalam layar atau yang menjadi bintangnya itu hanya host dan narasumber serta tema yang dibawakan. Host menyiapkan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan tema mengenai permasalahan yang banyak dikeluhkan oleh masyarakat secara umum, jadi model talkshow ini ringan karena pembicaraannya seperti ngobrol santai aja begitu”.⁶

Selain itu, produser Lentera Ilahi ini juga mengungkapkan :

“Setelah melakukan perencanaan dalam strategi program juga perlu adanya segmentasi atau target yang ingin dituju supaya mendapatkan hasil yang diinginkan dalam hal ini dewi mengungkapkan yang menjadi target utama dalam program ini adalah ibu-ibu rumah tangga, jadi kita menayangkan di jam 10 pagi itu juga karena ibu-ibu rumah tangga di jam 10 pagi sudah selesai beres-beres rumah dan waktunya untuk bersantai,

⁵ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

⁶ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

Terus juga belum ada kan kayaknya talkshow dakwah tayang jam 10an biasanya kan tayangnya pagi-pagi banget tuh”.⁷

Pembagian segment juga bisa mempengaruhi strategi program dalam menarik minat penontonnya. Septi selaku produser mengatakan:

“Segmentnya sendiri terdiri dari tiga segment karena lentera ilahi ini tayang selama 30 menit. Segment pertama biasanya berisi tentang pengenalan host dan dan narasumber serta menjelaskan tema secara umum. Di segment kedua mulai membahas tema secara lebih detail dan mendalam, terus disegment ketiga mulai membahas inti dari tema yang di angkat dan juga kesimpulan dari narasumber”.⁸

Dalam proses praproduksi banyak yang harus dilakukan baik oleh produser, tim kreatif, kru dan juga host. Karena hal ini sangat mempengaruhi terhadap proses selanjutnya yaitu proses produksi. Dewi mengungkapkan :

“saat pra produksi kita Menentukan *crew* terlebih dahulu, dan melakukan pembagian sesuai tugas *crew*. Menentukan tema dan narasumbernya, memilih tema yang sedang kekinian. Setelah tema ditentukan kemudian tahap selanjutnya adalah menghubungi narasumber yang sesuai dengan tema yang telah ditentukan, Membuat naskah untuk *host* dan narasumber serta menyiapkan pertanyaan yang akan disampaikan saat acara *talkshow* berlangsung oleh host ke narasumber .Tahap selanjutnya adalah membuat *rundown*

⁷ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

⁸Septi Wulandari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

acara. Setelah itu langsung dilakukan persiapan selanjutnya sebelum *talkshow* di mulai. Menyiapkan studio yang akan digunakan untuk *tapping* program *talkshow*. Kendala yang dihadapi saat pra produksi biasanya bingung menentukan narasumber yang tepat dengan tema yang di bicarakan. Selain itu juga menentukan jadwalnya lumayan sulit. Terus juga menyiapkan alat, *wardrobe* dan *property*”.⁹

Rundown yang biasa digunakan pada saat *tapping* Lentera Ilahi adalah sebagai berikut:¹⁰

Table 4.2
Rundown program Lentera Ilahi

Segment	No	Konten	Durasi	Time	Remark
1	1	OBB	00.30	00.00	VT
	2	Host <i>Opening</i> Program & Gimik	01.00	01.30	Host Memperkenalkan Program Dan Menyampaikan Tema Dan Latar Belakang Pemilihan Tema Apa Yang Akan Di Bahas Pada Episode Kali Ini

⁹ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

¹⁰ Dokumentasi I News Tv Semarang, (Dikutip pada 23 November 2019).

	3	Host Bertanya Pada Narasumber & Narasumber Menjawab	06.00	02.30	Host Memberi Pertanyaan Dasar Kepada Narasumber Terkait Tema, Kemudian Disusul Dengan Pertanyaan Mendalam Pada Tema
	4	<i>Bridging Ke Next Segment</i>	00.30	08.30	Host Memperhentikan Narasumber Dalam Menjawab Dan Menyampaikan Pada Pemirsa Kalau Acara Ini Akan <i>Break</i> Sementara Dan Pertanyaan Akan Lanjut Di Jawab Setelah <i>Commercial Break</i>
	5	<i>Bumper out</i>	00.10	09.10	VT
Total part			09.10		
Commercial break 1			03.00	09.10	MCR
	1	<i>Bumper in</i>	00.10	12.10	VT
	2	<i>Host Opening Segment</i>	00.30	12.20	Menyapa Pemirsa Dan <i>Bridging Ke Segment</i> Selanjutnya (Segment 2)

2	3	Host Bertanya Pada Narasumber & Narasumber Menjawab	05.00	12.50	Host Kembali Memberi Pertanyaan Kepada Narasumber Terkait Apa Yang Telah Disampaikan Narasumber Sebelum Break Tadi
	4	<i>Bridging Ke Next Segment</i>	00.30	17.50	Host Memperhentikan Narasumber Dalam Menjawab Dan Menyampaikan Pada Pemirsa Akan Break Sebentara Dan Pertanyaan Akan Lanjut Di Jawab Setelah <i>Commercial Break</i>
	5	<i>Bumper out</i>	00.10	18.20	VT
Total part			06.10		
Commercial break 2			03.00	18.30	MCR
	1	<i>Bumper in</i>	00.10	21.30	VT
	2	<i>Host Opening Segment</i>	00.30	21.40	Menyapa Pemirsa Dan Bridging Ke Segmen Selanjutnya (Segmen 3)

3	3	Host Bertanya Pada Narasu Ber & Narasumber Menjawab	06.40	22.10	Host Kembali Memberi Pertanyaan Kepada Narasumber Terkait Apa Yang Telah Disampaikan Narasumber Sebelum Break Tadi
	4	Host Menyimpulkan Sekaligus <i>Closing</i> Program	01.00	28.50	Hots Menyimpulkan Materi Yang Disampaikan Oleh Narasumber Kemudian Host Menutup Program Lentera Ilahi Dengan Bridging Program
	5	<i>Credit title</i>	00.30	18.20	<i>Credit title</i>
Total part			08.40		
Total all part			24.00	30.00	

Sumber: Dokumen I News Semarang

“Dalam pembuatan *rundown* Lentera Ilahi acaranya dibuat semenarik mungkin, misalnya pada segment 1 obrolannya serius di segment 2 harus diselingi oleh guyonan hostnya dalam pembuatan *rundown* lentera ilahi acaranya dibuat se menarik mungkin, misalnya pada segment 1 obrolannya serius di segment 2 harus diselingi oleh guyonan hostnya”.

Hal ini diungkapkan Septi Wulandari saat wawancara dengan penulis.¹¹

Dalam proses produksi program Lentera Ilahi, Dewi selaku produser menjelaskan:

“Pada saat produksi crew bertugas sesuai tugas yang dibagi ada yang dibagikan kamera, MCR dan juga FD. Crew yang bertugas sebagai cameramen harus stay di depan kamera, di bagian MCR juga harus stay karena di bagian MCR itu juga berhubungan langsung dengan FD di masalah waktu. FD mengontrol host dan narasumber dari belakang layar mulai dari waktu sampai penampilannya. Kendalanya saat produksi biasanya narasumber membahas tema lebih lama dari waktu yang ditentukan jadi itu harus dipotong supaya pas dengan waktu yang kita tentukan karena saat tayang kan kita juga ada iklan, selain itu juga host lupa naskah dan grogi. Saat rekaman program lentera ilahi ini kita menggunakan 3 kamera. Satu kamera untuk fokus kepada narasumber, satu kamera lagi fokus kepada host dan satu kamera berfungsi sebagai multicamera. Menurut kita penggunaan kamera itu sudah cukup melihat kita ini sebagai televisi daerah/lokal”.¹²

Dalam wawancaranya produser Lentera Ilahi juga menjelaskan mengenai *pascaproduksi* dalam program Lentera Ilahi”

“Sama dengan tahap pada pasca produksi program lain jenis rekaman, yaitu *editing*. saat *praproduksi* kita tinggal editing saja sih bagian-bagian yang harus dipotong jika kelebihan durasi. kendalanya biasanya di waktu ya. Karena proses

¹¹ Septi Wulandari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

¹² Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

shooting untuk ditayangkan biasanya waktunya mepet”.¹³

Selain itu mereka juga menjelaskan tentang segmentasi program dan alasan penayangannya,

“*Segment/target* dari program Lentera Ilahi ini sih yang utama adalah ibu-ibu rumah tangga. Jadi tema yang kita buat harus sesuai dengan target kita. Kita itu menyesuaikan. Kita kan tayangnya di jam 10 pagi. Nah itu, menurut kita waktu yang pas menonton tayangan ini karena ibu-ibu rumah tangga pada jam segitu sudah selesai menyelesaikan pekerjaan rumah dan kebanyakan bersantai-santai di depan televisi sebelum tidur siang. Dalam mencapai target ini kita melakukan promosi melalui *facebook*, dan juga *youtube* supaya banyak orang yang mengetahui tentang tayangan ini. Karena ini hanya disiarkan di televisi lokal saja maka dari itu kita juga menguploadnya di *youtube*”.¹⁴

Selain strategi yang dilakukan oleh produsernya, host Lentera Ilahi juga mempunyai strategi tersendiri dalam menarik minat penontonnya berupa strategi dalam berkomunikasi antara host dengan narasumber. Amalia Maghfiroh selaku host saat ditemui dalam wawancaranya mengungkapkan:

“Sebelum tapping program sih saya biasanya mencari tahu tentang narasumber. Dia tuh orangnya bagaimana apakah banyak bicara atau lebih ke pendiam, selain itu saya juga mempelajari tentang tema yang akan dibicarakan dan membuat daftar pertanyaan, terus sebelum tapping dimulai

¹³ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

¹⁴ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

saya usahakan untuk latihan atau berbicara dengan narasumbernya supaya pas didepan kamera nggak gugup”.¹⁵

Dalam wawancara host Lentera Ilahi itu juga mengatakan:

“Saat pembuatan naskah saya juga menyiapkan pertanyaan yang bisa untuk mencairkan suasana supaya tidak terlalu serius dan membuat penonton menjadi bosan, ini merupakan strategi komunikasi yang saya gunakan”.¹⁶

Selain Amalia Maghfiroh, host lainnya yaitu Khaerotul Izah saat ditemui dalam wawancara ia juga menuturkan:

“saya menyiapkan naskah terlebih dahulu mengenai tema yang akan saya bawa dan pada saat selesai *briefing* sebelum proses tapping sebisa mungkin saya latihan dengan narasumber dulu supaya tidak kaku didepan kamera kalau memang tidak bisa latihan ya saya hanya berbicara saja supaya lebih mengenal narasumber”.¹⁷

Itulah data yang diperoleh oleh penulis saat melakukan wawancara dengan produser dan juga host program Lentera Ilahi. Dalam wawancara tersebut penulis mewawancarai 2 orang produser dan 2 orang host, mengenai strategi program yang digunakan dalam menarik minat penonton.

¹⁵ Amalia Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

¹⁶ Amalia Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

¹⁷ Khaerotul Izah, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

2. Data Mengenai Efektivitas Strategi Program *Talkshow Lentera Ilahi*

Dari wawancara yang dilakukan, penulis memperoleh data sebagai berikut efektivitas strategi program kita bisa dilihat dari saat pra produksi, produksi dan juga pasca produksi.

“Sebisa mungkin kita menggunakan cara yang efektif dan singkat tetapi menghasilkan produk yang berkualitas misal dari pemilihan host, tema dan juga jam penayangan. Itukan bisa berpengaruh ke efektifan sebuah program. Dan menurut kita cara yang kita gunakan itu sudah cukup efektif dalam menarik minat penonton dibuktikan dengan masih bertahannya program kita sampai sekarang ini karena masih banyak penonton yang menonton *Lentera Ilahi*”.

Hal itu diungkapkan oleh Dewi saat wawancara dengan penulis.¹⁸

Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis mengenai efektifitas strategi program dalam menarik minat penonton, Amalia Maghfiroh¹⁹ selaku host menjelaskan,

“saya menggunakan strategi komunikasi dalam menarik minat penonton dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami oleh masyarakat secara umum. Saat sebelum tapping saya menyiapkan naskah yang akan saya gunakan untuk membawakan acara naskah ini dibuat menggunakan bahasa yang mudah saya dan juga orang lain pahami hal ini dilakukan supaya komunikasi menjadi efektif”.

Ia juga menjelaskan:

“saat berbicara didepan kamera dengan narasumber saya memang harus bicaranya dengan santai dan juga menggunakan ekspresi

¹⁸ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

¹⁹ Amalia Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

dengan mimik muka maupun menggerakkan tangan untuk mempertegas apa yang saya ucapkan. Hal itu menjadi penting karena kalau kita berbicara hanya diam saja dan tidak ada ekspresi menurut saya itu kurang pas ya untuk sebuah host di televisi”.²⁰

Selain itu Khaerotul Izah juga mengungkapkan :
 “strategi komunikasi yang saya gunakan ya kurang lebih sama dengan Amalia. Saya juga memilih bahasa yang mudah untuk dipahami oleh masyarakat umum terutama dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga karena itu yang menjadi target dalam program talkshow ini”.²¹

Ia juga mengungkapkan dalam pembuatan naskah
 “Dalam membuat naskah saya juga harus memahami tentang pesan yang akan kita sampaikan dan itu saya buat poin-poin pentingnya sebagai catatan untuk saya belajar dan paham tentang tema yang akan narasumber jelaskan.”²²

Itulah data yang diperoleh penulis saat wawancara dengan host dan juga produser Lentera Ilahi mengenai efektifitas strategi program yang digunakan dalam menarik minat penontonnya. Selain mendapatkan hasil wawancara, penulis juga mendapatkan naskah yang digunakan oleh host Lentera Ilahi. Berikut naskah yang digunakan dalam *tapping* program Lentera Ilahi:

Amalan dibulan Dzulhijjah.

Host : Khaerotul Izah

Narasumber : Anisa Listiana, M.Ag.

²⁰ Amalia Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

²¹ Khaerotul Izah, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

²² Khaerotul Izah, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

OPENING PROGRAM

ASSALAMUALAIKUM WR. WB.

SELAMAT PAGI PEMIRSA/ BERJUMPA
KEMBALI DALAM PROGRHAM ACARA LENTERA
ILAH/ BERSAMA SAYA/ KHAEROTUL IZAH //

SELAMA 30 MENIT KEDEPAN KITA AKAN
BERBINCANG /MEMBAHAS PERSOALAN-
PERSOALAN KEHIDUPAN /TENTUNYA DALAM
BINGKAI KACA MATA ISLAM//

NAH/UNTUK TEMA KALI INI SANGAT
MENARIK/ TERUTAMA BUAT PEMIRSA YANG
ADA DIRUMAH/ KITA AKAN MEMBAHAS
MENGENAI AMALAN DIBULAN DZULHIJAH//

UNTUK ITU SUDAH HADIR DI STUDIO/
SAAT INI BERSAMA SAYA/ USTADZAH//
BELIAU ADALAH DOSEN DARI IAIN KUDUS//

HALLO ASSALAMUALAIKUM USTADZAH

...

BAGAIMANA KABARNYA USTADZAH ...
YA TERIMAKASIH USTADZAH KARNA SUDAH
MENYEMPATKAN WAKTU UNTUK HADIR DI
STUDIO//

NAH USTADZAH/ KALI IN I KITA SUDAH
MEMASUKI BULAN YANG DIMULIAKAN DALAM
ISLAM YAKNI BULAN DZULHIJAH/ BULAN
DIMANA BANYAK AMALAN- AMALAN SHOLIH
YANG KITA LAKUKAN MENDAPATKAN PAHALA
YANG BERLIPAT GANDA/NAH UNTUK LEBIH
JELASNYA KITA LANGSUNG SAJA TANYAKAN
KEPADA USTADZAH/ MENGENAI APA SIH
AMALAN- AMALAN DI BULAN DZULHIJAH?//

CLOSING SEGMENT 1

BAIKLAH USTADZAH /DAN PEMIRSA DIRUMAH / NANTI KITA AKAN SAMBUNG LAGI PERBINCANGAN KITA DENGAN TEMA YANG SANGAT MENARIK INI/ TAPI/ KITA HARUS BREAK TERLEBIH DAHULU/ JANGAN KEMANA-MANA TETAP BERSAMA KAMI DALAM PROGRAM ACARA LENTERA ILAHI //

OPENING SENGMENT 2

MASIH BERSAMA KAMI DALAM ACARA LENTERA ILAHI/ MASIH BERSAMA USTADZAH...../ DAN TENTUNYA DENGAN TEMA YANG SAMA AMALAN AMALAN DIBULAN DZULHIJAH/ KALI INI ADA PERTANYAAN NIH USTADZAH/ UNTUK NIAT DAN AMALAN PUASA SUNNAH TARWIYAH DAN ARAFAH ITU SEPERTI APA?//

LALU SEANDAINYA JIKA KITA MAU PUASA TETAPI NIATNYA MENGGUNAKAN BAHASA INDONESIA ITU BAGAIMANA YA USTADZAH?//

CLOSING SEGMENT 2

BAIK LAH USTADZAH DAN PEMIRSA YANG ADA DIRUMAH/ NANTI KITA AKAN LANJUT LAGI PERBINCANGAN KITA MENGENAI AMALAN-AMALAN DIBULAN DZULHIJJAH / TAPI KITA HARUS BREAK TERLEBIH DAHULU/ JANGAN KEMANA-MANA TETAP BERSAMA KAMI DALAM PROGRAM ACARA LENTERA ILAHI//

OPENING SEGMENT 3

MASIH BERSAMA KAMI DALAM PROGRAM ACARA LENTERA ILAHI/ MASIH BERSAMA USTADZAH...../ TENTUNYA DENGAN PEMBAHASAN YANG MASIH SAMA/ MENGENAI AMALAN-AMALAN DIBULAN DZULHIJAH / KALI

INI ADA PERTANYAAN LAGI NIH USTADZAH/
LALU UNTUK KEISTIMEWAAN TERSENDIRI DARI
PUASA SUNNAH TARWIYAH SERTA PUASA
SUNNAH ARAFAH ITU APA USTADZAH ?//

CLOSING PROGRAM

BAIKLAH USTAD DAN PEMIRSA YANG
ADA DI RUMAH/ TAK TERASA SUDAH 30 MENIT
KITA BERSAMA/ BERBINCANG-BINCANG
MENGENAI ISLAM NUSANTARA / SEMOGA APA
YANG DISAMPAIKAN OLEH USTADZAH
BERMANFAAT BUAT PEMIRSA YANG ADA
DIRUMAH//

SAMPAI BERTEMU DIJUMAT DEPAN/ DI
JAM YANG SAMA/TENTUNYA DENGAN TEMA
YANG LEBIH MENARIK LAGI/ SAYA KHAEROTUL
IZAH DENGAN CREW YANG BERTUGAS UNDIR
DIRI/ SAMPAI JUMPA DI LENTERA ILAHI DI
EPISODE SELANJUTNYA//

WASSALAMUALAIKUM WR. WB.²³

Septi Wulandari selaku produser dari I News
Semarang menjelaskan:

“Tapping dengan tema amalan bulan dzulhijjah ini dilaksanakan pada hari kamis 18 juli 2019. Tapping dengan tema ini dipilih karena bertepatan dengan hari raya idul adha yang jatuh pada 10 agustus 2019. Tema ini ditayangkan di I News Tv seminggu sebelum hari raya idul adha. Yang menjadi host saat tema ini yaitu khaeratul izah dan yang menjadi narasumber yaitu Anisa Listiana (dosen IAIN Kudus)”²⁴

²³ File Dokumentasi I News Semarang, dikutip pada 22 November 2019.

²⁴ Septi Wulandari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

C. Analisis Data Penelitian

1. Strategi Program yang Diterapkan oleh Produser dan Host Program Lentera Ilahi dalam Menarik Minat Penonton

Strategi program merupakan cara yang digunakan dalam sebuah program untuk membuat program itu lebih menarik untuk ditonton. Strategi ini menjadi hal yang penting dalam proses pembuatan sebuah program. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh di lapangan, mengenai penerapan strategi program yang ada di I News Tv Semarang peneliti dapat menganalisis dan memaparkan tentang strategi program *talkshow* Lentera Ilahi dalam menarik minat penonton. Dalam membuat strategi program diperlukan :

a. *Planning*

Dalam membuat strategi program tentu diperlukan adanya *planning*. *Planning* ini merupakan membuat strategi secara keseluruhan, untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai dan mengembangkan rencana untuk mengkoordinasikan kegiatan. Dalam manajemen produksi, *planning* merupakan sebuah perencanaan secara global dari proses praproduksi, produksi dan pascaproduksi. *Planning* ini meliputi :

- 1) Identifikasi tujuan yang ingin dicapai.

Dalam merencanakan suatu program tentunya harus terlebih dahulu menentukan tujuan yang ingin dicapai supaya perencanaan yang dilakukan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

- 2) Rumusan strategi untuk mencapainya.

Setelah mengidentifikasi tujuannya kemudian langkah selanjutnya yaitu merumuskan strategi tujuan dengan cara membuat beberapa strategi untuk mencapai tujuannya.

- 3) Membuat peralatan atau sumber daya yang diperlukan.

Setelah menentukan rumusan strategi, kemudian di lanjut dengan menyiapkan alat yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dalam program.

4) Implementasikan, arahkan dan memonitor.

Menerapkan strategi dan juga tujuan yang sudah dibuat sebelumnya, kemudian diarahkan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Setelah itu dilakukan pengawasan dan juga evaluasi terhadap perencanaan yang sudah dilaksanakan.²⁵

Sesuai wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai ide awal dalam membuat program terlebih dahulu harus melakukan sebuah perencanaan sesuai dengan teori yang disebutkan dalam planning, dalam membuat program terlebih dahulu harus menentukan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan yang ingin dicapai dalam program Lentera Ilahi ini adalah menambah pemahaman masyarakat terutama ibu-ibu rumah tangga mengenai islam. Selain itu tujuan lainnya yaitu keuntungan. Hal tersebut harus bisa untuk dicapai dalam membuat program ini.

Dari data wawancara produser Lentera Ilahi menuturkan alasan dalam membuat program ini serta tujuan yang ingin dicapainya.

“Awalnya melihat program dakwah di televisi ini banyak di minati terus kita mulai dari memikirkan konsepnya hingga matang dan membuat talkshow ini berbeda dengan talkshow yang sudah ada. Dan juga punya tujuan dengan adanya program ini kita bisa memberikan pengetahuan baru atau pembelajaran kepada ibu-ibu rumah tangga mengenai islam yang lebih mendalam dengan bahasa yang mudah untuk dipahami. Dan perencanaan awal membuat program ini yaitu dengan membuat konsep yang berbeda dengan

²⁵ Anton Maburri, *Manajemen Produksi Program Acara TV*, (Jakarta: grasindo, 2013), 23.

program yang sudah ada di pasaran, hal ini supaya lebih menarik minat penonton”.²⁶

Untuk merencanakan suatu program televisi, terdapat acuan dasar dalam merencanakannya. Ada beberapa unsur yang perlu diperhatikan diantaranya:

1) *Man*

Man ini adalah berhubungan dengan ketersediaan sumber daya manusia, dalam hal ini adalah kru.

2) *Money*

Money ini berhubungan dengan ketersediaan sumber dana yang digunakan untuk biaya kebutuhan produksi.

3) *Material*

Material ini berupa ketersediaan bahan-bahan produksi, seperti ide, pengisi acara, naskah dan lainnya.

4) *Marchines*

Marchines ini berhubungan dengan alat-alat yang digunakan dalam proses produksi. Saat proses produksi tentu menggunakan alat yang cukup banyak, seperti kamera, *clip on (microfon)*, komputer, *lighting* (pencahayaan), dan lain sebagainya. Hal tersebut harus dipersiapkan terlebih dahulu sebelum proses produksi dilakukan.

5) *Method*

Method ini merupakan sistem kerja yang efisiensi dan efektifitas serta memperhatikan regulasi, etika dan moral yang berlaku.

6) *Market*

Market ini adalah target atau audiens dan pemasang iklan yang menjadi tujuan program.

Dalam market ini di jelaskan oleh produser Lentera Ilahi mengungkapkan

²⁶Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

“Yang menjadi target utama dalam program ini adalah ibu-ibu rumah tangga, jadi dipilih untuk ditayangkan pada jam 10 pagi itu juga karena ibu-ibu rumah tangga jam 10 pagi sudah selesai beres-beres rumah dan waktunya untuk bersantai, Terus menurutnya juga belum ada talkshow dakwah tayang jam 10 an biasanya kan tayangnya pagi-pagi banget tuh”²⁷

Selain itu produser Lentera Ilahi juga menjelaskan tentang strategi program yang ingin digunakan. Ia menjelaskan bahwa strategi programnya dimulai dari planning program yaitu saat pra produksi, produksi dan pasca produksi. Saat pra produksi terlebih dahulu memilih narasumber yang benar-benar cocok dengan tema yang dibawakan, hostnya juga membuat pertanyaan yang menarik supaya membuat program ini banyak diminati oleh masyarakat selain itu juga memilih jam untuk penayangan sesuai dengan segmentasi kita.

Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi program bukan hanya produsernya saja yang terlibat, melainkan host dari program acaranya juga ikut terlibat dalam menerapkan strategi, supaya strategi yang digunakan bisa sesuai dengan yang direncanakan. Hal ini dijelaskan oleh Rusman Latief dan Yustiatie Utus dalam buku menjadi produser televisi. Rencana adalah suatu cara atau rumusan kerja yang harus dan dapat dikerjakan secara efektif dan juga efisien dalam sebuah produksi siaran televisi. Metode kerja yang dibuat tentu harus dijalankan, jika tidak dapat dijalankan maka tidak bisa disebut dengan rumusan rencana produksi. Dengan adanya rencana ini, sistematika pekerjaan dapat diatur dan terjadwal dengan baik, proses kerja bisa berjalan dengan lancar, dengan adanya rencana yang baik maka pekerjaan

²⁷ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

sudah dianggap selesai 50%, meskipun demikian rencana yang baik tidak menjamin suksesnya sebuah program.²⁸

Host dan produser dalam membuat sebuah program yang menarik ini mempunyai peranan yang sangat penting. Host dalam program *lentera ilahi* ini sama halnya dengan reporter yang bertugas untuk mewawancarai narasumbernya. Wawancara ini merupakan sebuah tanya jawab antara host dengan narasumber dengan tujuan untuk mendapatkan informasi atau keterangan dari narasumber. Host disini harus mewakili sebagai seorang penonton, host dapat mengajukan pertanyaan kepada narasumber seolah-olah pertanyaan itu diajukan langsung oleh penonton televisi.²⁹

Sementara itu host *lentera ilahi* yaitu Amalia Maghfiroh menceritakan tentang persiapan sebelum melakukan tapping program *Lentera Ilahi* mengenai strategi komunikasi yang digunakan,

“Sebelum tapping program sih saya biasanya mencari tahu tentang narasumber. Dia tuh orangnya bagaimana apakah banyak bicara atau lebih ke pendiam, selain itu saya juga mempelajari tentang tema yang akan dibicarakan dan membuat daftar pertanyaan, terus sebelum tapping dimulai saya usahakan untuk latihan atau berbicara dengan narasumbernya supaya pas didepan kamera nggak gugup”.³⁰

Menurutnya hal yang paling penting adalah menguasai materi dan juga percaya diri.

²⁸ Rusman latief dan Yustiatie Utud, *Menjadi Produser Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2017),

²⁹ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: Kencana, 2010), 79.

³⁰ Amalia Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

Host lain pun mengungkapkan hal yang sama dalam mempersiapkan diri sebelum tapping program Lentera Ilahi ia menyiapkan naskah terlebih dahulu mengenai tema yang akan dia bawakan dan pada saat selesai *briefing* sebelum proses tapping sebisa mungkin dia latihan dengan narasumber dulu supaya tidak kaku didepan kamera kalau memang tidak bisa latihan dia hanya berbicara dengan narasumber saja supaya lebih mengenal narasumber.

Adapun tahapan sebelum melakukan wawancara dijelaskan dalam buku aspek dasar dan teknis dalam jurnalisme penyiaran yaitu :

- 1) Melakukan riset sebelum wawancara dimulai.
Riset ini bisa dimulai dengan mencari tahu tentang tema yang akan dibawakan supaya bisa paham tentang apa yang akan dibahas. Selain itu mencari tahu tentang narasumber juga penting supaya saat didepan kamera tidak terlihat kaku dan mungkin bisa terlihat akrab.
- 2) Berusaha membuat pertanyaan yang baik.
Membuat pertanyaan ini harus disesuaikan bahasa yang digunakan atau tidak melenceng jauh dari tema yang dibahas.
- 3) Mempersiapkan pertanyaan lain jika jawaban tidak sesuai dengan harapan.
Diungkapkan dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan host yaitu host menyiapkan pertanyaan yang banyak, jadi jika ada jawaban yang kurang sesuai maka bisa diberi pertanyaan lagi.
- 4) Mempersiapkan peralatan yang baik.
Mempersiapkan alat ini merupakan tanggung jawab semua orang yang terlibat dalam produksi.
- 5) Berani dalam mengambil keputusan.

Hal itu menjadi tahapan secara umum yang seharusnya dilakukan sebelum memulai wawancara ditelevisi. Supaya mendapatkan hasil sesuai dengan

yang diinginkan.³¹ Dalam perencanaan program khususnya talkshow, sebelumnya harus menganalisis apa saja yang harus diperhatikan dalam produksi sebuah program acara agar mampu mencapai kesuksesan program itu.

Menurut Morissan hal yang harus diperhatikan adalah program apa yang akan diproduksi (berkaitan dengan tema dan konsep), pemilihan program (mencakup host dan bintang tamu), pemilihan tim dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien. Hal inilah yang bisa membuat program *talkshow* mempunyai daya tarik tersendiri jika memiliki perencanaan yang matang. pemilihan tim dalam memproduksi program *Lentera Ilahi* juga menjadi perencanaan yang matang. Kerjasama tim dan ide-ide cemerlang yang diberikan tim kreatif membuat perencanaan program semakin matang. Dari semua hal yang tidak kalah penting juga adalah penjadwalan program acara. Penjadwalan program acara ini sebisa mungkin disesuaikan dengan segmentasi program.³² Dalam program *Lentera Ilahi* ini perencanaan dilakukan dengan matang mulai dari memilih host, kru dan juga bintang tamu. Produser memilih host melalui proses *casting* dari beberapa orang:

Dewi mustikasari mengungkapkan :

“Pemilihan kru memang tidak terlalu memilih karena keterbatasan sebagai televisi lokal yang kru nya itu tidak banyak. Tapi kru ini memang sudah sesuai dengan bidangnya ada yang di promter, *cameramen* dan lain sebagainya. Untuk pemilihan bintang tamu atau narasumber kita terlebih dahulu membuat list banyak pendakwah atau ustadz. Kemudian kita memilih yang sesuai

³¹ Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta : Kencana, 2013), 55.

³² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2008), 274.

dengan tema yang dibayangkan. Sebelum memilih kita melakukan riset terlebih dahulu tentang bintang tamu ini apakah sesuai jika membawakan tema ini atau tidak, seperti itu”.³³

b. Produksi Program Acara

Dalam produksi ini yang menjadi kunci keberhasilannya adalah kerjasama antar tim mulai dari kru, host dan juga narasumbernya. Program talkshow lentera ilahi ini menerapkan strategi yang dimulai dari tahap pra produksi sampai pasca produksi. Produksi siaran televisi bekerja menggunakan metode yang disebut dengan *standard operational procedure* (sop). Semua proses produksi televisi membutuhkan suatu perencanaan maupun itu yang ditayangkan secara langsung ataupun rekaman. Secara umum sop produksi ini terbagi menjadi 3 yaitu:

1) Pra Produksi

Pra produksi ini dimulai dengan penemuan ide dan tahap perencanaan. dalam tahap ini dimulai dengan mengembangkan ide, melakukan riset, membuat rundown, membuat jadwal kerja, kalkulasi biaya produksi, rencana produksi dan kru yang terlibat.³⁴ Dalam tahap ini setelah melakukan tahapan awal, selanjutnya yaitu melakukan kordinasi dengan kru yang terlibat mulai dari *cameramen*, *switcherman*, *audioman* dan lain sebagainya. Setelah melakukan koedinasi kemudian melakukan *review* kembali mengenai kebutuhan produksi dengan produser, tim kreatif dan juga direktur yang bertugas.³⁵

³³ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 november, 2019, wawancara 3, transkrip.

³⁴ Rusman latief dan Yustiatie Utud, *Menjadi Produser Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2017), 248.

³⁵ Anton Mabruuri, *Manajemen produksi program acara TV*, (Jakarta: Grasindo, 2013), 27.

Praproduksi ini merupakan tahapan yang paling penting dalam sebuah produksi televisi, makin baik sebuah perencanaan produksi maka akan memudahkan saat proses produksi. Dalam tahap ini perencanaan memang harus dilakukan dengan matang.³⁶

Dalam membuat program *Lentera Ilahi* ini dijelaskan oleh Dewi pada proses praproduksi biasanya melakukan hal yang pada umumnya dalam membuat sebuah program dimulai dari menentukan kru, membuat naskah, membuat rundown, menyiapkan host dan narasumber, menentukan biaya, menyiapkan alat dan lain sebagainya.

Rundown ini merupakan susunan detail per segmen yang di bagikan kepada kru yang bertugas saat rekaman program *lentera ilahi*. Mulai dari *floor director*, *audioman*, *switcherman*, *produser*, *cameramen* dan lain sebagainya. Tetapi *rundown* sewaktu-waktu bisa berubah sesuai dengan keadaan misal waktu yang molor karena pembahasan yang penting. Jadi, sebisa mungkin mengambil keputusan saat terjadi perubahan *rundown* terutama untuk program yang tayang secara *live* (langsung). Berikut merupakan *rundown* *Lentera Ilahi*.

Rundown menjadi hal yang paling penting untuk digunakan pada saat proses produksi. Karena *rundown* ini menjadi acuan dalam produksi. *Rundown* ini harus diberikan kepada semua kru, narasumber dan juga host supaya tidak terjadi missskomunikasi. *Rundown* merupakan suatu susunan detail dari sebuah program per segmen yang dibagikan kepada setiap pendukung acara yang memrlukannya, seperti tim kreatif, *cameramen*, *floor director*, *switcher man*, *audioman*, penata cahaya, dan lain sebagainya yang terlibat dalam proses produksi program.³⁷

³⁶ Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, (Jakarta : Kencana,2017), 20.

³⁷ Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, (Jakarta : Kencana, 2017), 23.

Dalam pembuatan *rundown* lentera ilahi acaranya dibuat semenarik mungkin, *misalnya* pada segment 1 obrolannya serius di segment 2 harus diselingi oleh guyonan hostnya, kemudian segment 3 kembali lebih serius lagi supaya tema yang disampaikan dipahami oleh audiens.

Host Lentera Ilahi, Amalia Maghfiroh ini saat ditemui ini juga mengatakan:

“saat membuat naskah ia terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan yang bisa untuk mencairkan suasana supaya tidak terlalu serius dan membuat penonton menjadi bosan, ini merupakan strategi komunikasi yang dia gunakan”.³⁸

2) Produksi

produksi ini adalah tahap dalam mengeksekusi sebuah program, berupa siaran langsung ataupun rekaman. Dalam mengeksekusi sebuah produksi program perlu untuk menentukan blokingan kamera, menata set panggung, *lighting*, *audio*, *switcher* dan lain sebagainya.

Dalam program Lentera Ilahi produsernya menjelaskan tentang proses produksi Lentera Ilahi. Produksi yang dilakukan pada program Lentera Ilahi berupa rekaman atau *tapping*, karena masih kesulitan untuk menyesuaikan jadwal antara host dengan narasumber, dan juga host yang ada dalam program Lentera Ilahi itu merupakan host baru jadi belum terlalu siap jika harus melakukan siaran langsung, sebelum produksi berlangsung kita melakukan *briefing* terlebih dahulu. Dan pada saat produksi juga biasanya masih ada *briefing* juga per *segmentnya* karna itu penting supaya tidak terjadi banyak kesalahan dan sesuai dengan rencana programnya.

³⁸ Amalia Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 27 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

Sukses atau tidaknya proses produksi itu terjadi tergantung pada kerjasama semua pihak yang terlibat.³⁹

Pada proses produksi sebuah talkshow ini umumnya menggunakan 3 kamera. Setiap kamera mempunyai blocking yang berlawanan atau disebut *cross-blocking*. Hal itu karena posisi narasumber harus selalu berhadapan, jika tidak berhadapan bukan talkshow. Dengan prinsip *shoot the people who talk*, akan mengatur blocking kamera sesuai dengan kondisi kemungkinan orang akan berbicara.⁴⁰

“Rekaman pada program Lentera Ilahi ini menggunakan 3 kamera. Satu kamera untuk fokus kepada narasumber, satu kamera lagi fokus kepada host dan satu kamera berfungsi sebagai multicamera. Menurut penggunaannya, kamera itu dirasa sudah cukup, melihat program ini di siarkan di televisi daerah/lokal”.⁴¹

Septi Wulandari selaku produser I News juga menjelaskan kendala yang biasanya dihadapi:

“Dalam proses produksi ini biasanya perubahan rundown, biasanya segment 1 waktunya 7 menit bisa berubah menjadi 8 menit karena narasumber dan host membahas sesuatu yang tidak memungkinkan untuk dijeda, jadi cara menghadapinya dengan cara merubah *rundown* saat itu juga yang *segment 2* durasinya dipotong 1 menit”.⁴²

³⁹ Septi Wulandari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

⁴⁰ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, (Jakarta: Grasindo, 2013), 171.

⁴¹ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

⁴² Septi Wulandari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

Dalam menghadapi kendala saat produksi program berlangsung tentunya pada saat perencanaan sebelum produksi tim kreatif harus membuat opsi rencana lain. Inilah salah satu gunanya perencanaan sebelum produksi. Perencanaan sebelum produksi ini memang sangat penting, selain untuk memudahkan proses produksi juga untuk menghadapi kendala yang bisa saja terjadi saat proses produksi.

Dari uraian yang telah dijelaskan oleh produser lentera ilahi, penulis menemukan beberapa hal yang berkaitan saat proses produksi bahwa semua yang terlibat dalam proses produksi mempunyai tanggung jawab yang besar karena apa yang ingin dicapai sebisa mungkin harus sesuai dengan rencana dan juga sebisa mungkin untuk meminimalisir membuat kesalahan saat produksi suatu program.

3) Pascaproduksi

Pascaproduksi ini merupakan tahapan editing program berupa, offline, online, mixing dan mastering. Selain itu di tahapan pascaproduksi juga perlu mempelajari skenario, melakukan editing, mengisi narasi, menambahkan musik, menambahkan *credite title final edit* dan *distribution* gambar.

“Pascaproduksi dalam program Lentera Ilahi ini juga sama dengan tahap pada pascaproduksi program lain jenis rekaman, yaitu *editing*. saat pascaproduksi tim hanya perlu melakukan *editing* saja bagian-bagian yang harus dipotong jika kelebihan durasi. kendalanya biasanya di waktu. Karena proses shooting untuk ditayangkan biasanya keterbatasan waktu”.⁴³

Selain ketiga hal tersebut evaluasi dan pengawasan program juga penting untuk dilakukan.

⁴³ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 23 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

Evaluasi dan pengawasan program ini menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang sudah dicapai oleh suatu program. Evaluasi yang dilakukan secara periodik terhadap individu maupun departemen memungkinkan manajer untuk membandingkan kinerja mereka sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Septi sebagai produser di I News tv saat ditemui mengungkapkan:

“Setiap selesai melakukan tapping program lentera ilahi ini selalu melakukan evaluasi terlebih dahulu karena mungkin saja tapping program yang dilakukan kurang maksimal. Mulai dari host sampai tim kreatif program ini memang perlu dilakukan evaluasi”.⁴⁴

c. Segmentasi dan penayangan program

Dalam menentukan segmentasi sebuah program, seorang pembicara terlebih dahulu harus menentukan beberapa sifat khalayak, mulai dari umur, jenis kelamin, latar belakang geografis, pekerjaan, tingkat sosial ekonomi, pendidikan agama dan lain sebagainya. Berdasarkan sifat yang disebutkan hal itu bisa untuk membantu dalam memahami khalayak dalam hal ini khalayak penonton televisi. Dugaan ini kemudian digunakan sebagai bentuk penyesuaian pesan dengan tingkat dan minat khalayak.⁴⁵ Dalam hal ini pemahaman mengenai khalayak sangat menentukan segmentasi dari adanya program ini.

Dewi Mustikasari saat ditemui di kantor I News Tv mengungkapkan:

“*segment/target* dari program lentera ilahi ini yang utama adalah ibu-ibu rumah tangga. Jadi tema

⁴⁴ Septi Wulandari, wawancara oleh penulis, 19 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

⁴⁵Nurudin. Pengantar *Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2017), 104.

yang dibuat harus sesuai dengan targetnya. Tema yang dibahas harus bisa menarik minat ibu-ibu rumah tangga untuk ditonton. Program Lentera Ilahi tayang pukul 10.00 wib, menurut produser I News Tv itu merupakan waktu yang pas untuk menonton tayangan ini karena ibu-ibu rumah tangga pada jam segitu sudah selesai menyelesaikan pekerjaan rumah dan kebanyakan bersantai-santai di depan televisi sebelum tidur siang”.⁴⁶

Dalam membuat program tentunya harus ada pasar atau target yang dituju. Selain itu juga harus paham tentang target yang ingin dicapai. Kita tidak dapat membuat program acara yang menurut kita bagus dilihat dari sudut pandang subjektif diri kita sendiri. Dalam membuat program kita juga harus melihat dari sudut pandang pemirsa yang menjadi target kita. Target khalayak televisi ini bisa dilakukan dengan penggolongan berdasarkan jenis kelamin, umur, status sosial, ekonomi, gaya hidup dan lain sebagainya.⁴⁷

Selain itu, Dewi selaku produser Lentera Ilahi juga mengatakan:

“Dalam mencapai target ini tim Lentera Ilahi melakukan promosi melalui *facebook*, dan juga *youtube* supaya banyak orang yang mengetahui tentang tayangan ini. Karena ini hanya disiarkan di televisi lokal saja maka dari itu kita juga perlu menguploadnya di *youtube*.”⁴⁸

Penayangan program Lentera Ilahi ini ditayangkan pada setiap hari Kamis jam 10.00-10.30 WIB. Lentera Ilahi ini ditayangkan selama 30 menit. Penayangan ini dilakukan secara *tapping* atau rekaman. Dalam proses *tapping* ini tidak ada

⁴⁶ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 19 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

⁴⁷ Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2017), 21.

⁴⁸ Dewi Mustikasari, wawancara oleh penulis, 19 November, 2019, wawancara 3, transkrip.

penonton yang dilibatkan didalam studio karena memang desain program ini tidak melibatkan seorang penonton dalam tayangannya. Penonton hanya dilibatkan sebagai bahan untuk membuat materi program atau tema yang akan dibawakan oleh host ataupun narasumber.

Dalam penayangan program ini harus sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Manager program melakukan kordinasi dengan bagian *traffic* terlebih dahulu dalam menentukan jadwal penayangan dan juga konsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promosi program.⁴⁹ Perencanaan program memang harus dilakukan dengan matang supaya saat mulai penayangan tidak ada masalah atau menghindari adanya masalah yang sulit untuk diatasi mulai dari praproduksi sampai pascaproduksi.

2. Efektivitas strategi program talkshow Lentera Ilahi dalam menarik minat penonton.

Efektivitas sebuah program di televisi bisa dilihat dari strategi yang digunakan dalam membuat program dan juga strategi komunikasi yang digunakan dalam *talkshow* tersebut. Dalam menarik minat penontonnya program *lentera ilahi* menggunakan strategi program *talkshow* yang berbeda dengan program *talkshow* yang sudah ada. Strategi program ini dimulai dari praproduksi, produksi sampai pascaproduksi. Selain itu evaluasi program juga diperlukan untuk mengetahui efektivitas suatu program yang sudah direncanakan.

Efektivitas strategi program ini juga berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh kru bagian *traffic* dan juga strategi komunikasi host program *Lentera Ilahi* ini. Dalam strategi pemasaran terdapat 3 hal yaitu *segmenting*, *positioning* dan juga

⁴⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2008), 202.

targeting. Sedangkan strategi komunikasi host bisa dilihat dari gaya bahasa dan juga gaya bicaranya terhadap narasumber. Berikut merupakan naskah dari program lentera ilahi yang tayang pada bulan juli, agustus dan September.

Produser Lentera Ilahi mengungkapkan tentang efektifitas strategi program yang telah ia terapkan pada program Lentera Ilahi, menurutnya efektivitas strategi program ini bisa dilihat dari saat praproduksi, produksi dan juga pascaproduksi. Sebisa mungkin menggunakan cara yang efektif dan singkat tetapi menghasilkan produk yang berkualitas misal dari pemilihan host, tema dan juga jam penayangan. Itu kan bisa berpengaruh ke efektifan sebuah program. Dan menurut produser Lentera Ilahi ini cara yang digunakan sudah cukup efektif dalam menarik minat penonton dibuktikan dengan masih bertahannya program Lentera Ilahi sampai sekarang ini karena masih banyak penonton yang menonton Lentera Ilahi.

Host Lentera Ilahi Amalia Maghfiroh saat ditemui juga mengungkapkan mengenai strategi komunikasi yang ia gunakan

“strategi komunikasi yang saya gunakan yaitu dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami oleh masyarakat secara umum. Saat sebelum tapping dia menyiapkan naskah yang akan digunakan dalam membawakan acara naskah ini dibuat menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh semua kalangan”.⁵⁰

Host lain Lentera Ilahi yaitu Khaeratul Izah juga mengungkapkan hal yang sama saat ditemui di I News Semarang. Ia mengungkapkan,

“strategi komunikasi yang saya gunakan kurang lebih sama dengan amalia. Memilih bahasa yang mudah untuk dipahami oleh masyarakat umum terutama dalam hal ini ibu-ibu rumah tangga

⁵⁰ Amalia Maghfiroh, Wawancara Oleh Penulis, 27 November, 2019, Wawancara 3, Transkrip.

karena itu yang menjadi target dalam program talkshow ini”⁵¹.

Berdasarkan strategi yang digunakan oleh host dan juga produser Lentera Ilahi cara itu sudah dianggap efektif dalam menarik minat penonton. Dibuktikan dengan masih bertahannya program Lentera Ilahi sampai saat ini dan juga di *youtube* masih banyak yang menonton. Memang penontonnya tidak sebanyak program yang ada karena program Lentera Ilahi ini hanya tayang di televisi lokal daerah Jawa Tengah saja.

Untuk tercapainya efektivitas dalam berkomunikasi dalam hal ini adalah komunikasi antara host dengan narasumber di program lentera ilahi ada hal-hal yang perlu diperhartikan antara keduanya yaitu :

1) Elemen-elemen pesan

Elemen itu berupa kata-kata dan kalimat, pikiran atau ide, alat peraga, suara, tekanan suara, artikulasi, mimik, dan gerak untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan.

Diungkapkan oleh host lentera ilahi yaitu Amalia Maghfiroh mengenai elemen-elemen pesan, saat berbicara didepan kamera dengan narasumber gaya berbicaranya dibuat lebih santai dan juga menggunakan ekspresi dengan mimik muka maupun menggerakkan tangan untuk mempertegas apa yang dia ucapkan. Hal itu menjadi penting karena kalau kita berbicara hanya diam saja dan tidak ada ekspresi menurut dia hal itu kurang pas untuk sebuah host di televisi.

2) Struktur pesan

Yaitu susunan organis dimana elemen-elemen pesan dikedepankan untuk mengungkapkan pesan.

Khaeratul Izah selaku host juga mengatakan dalam pembuatan naskah dia juga harus memahami

⁵¹ Khaerotul Izah, Wawancara Oleh Penulis, 27 November, 2019, Wawancara 3, Transkrip.

tentang pesan yang akan kita sampaikan dan itu dengan membuat poin-poin pentingnya sebagai catatan untuk dirinya sendiri belajar dan paham tentang tema yang akan narasumber jelaskan.

3) Isi pesan

Isi pesan seharusnya yaitu mudah dipahami, tidak terlalu sukit, dan juga tidak mengandung banyak pembenaran. Isi pesan yang disampaikan dalam sebuah talkahow hendaknya tifak menggunakan bahasa yang sulit untuk dipahami.

4) Proses pembeberan

yaitu cara membawakan dan mengemukakan pesan dari komunikator. Proses menyampaikan pesan ini bisa menggunakan bahasa yang memang mudah untuk dipahami antara host, narasumber dan juga penonton sehingga komunikasi yang tercipta ini menjadi efektif dan penonton juga mendapat tambahan ilmu dari menonton tayangan ini.

Itulah beberapa faktor yang bisa menjadikan efektivitasnya suatu komunikasi. Jika strategi komunikasi yang digunakan sudah efektif maka suatu program juga bisa dikatakan efektif.

Naskah dalam *tapping* program Lentera Ilahi yang digunakan host ini memang setiap kali *tapping* ganti supaya program yang dibawakan tidak membosankan dan ini juga termasuk kedalam strategi yang digunakan oleh host dalam menarik minat penontonnya. Walaupun inti dari naskah tersebut sama tetapi bahasa yang digunakan sedikit berbeda mulai dari *opening program*, *opening segment*, *closing segment* dan juga *closing program*.

Dalam membuat naskah ini merupakan kewajiban bagi host Lentera Ilahi, karena jika host yang membuatnya sendiri maka mereka akan paham mengenai tema yang akan dibawakan pada saat proses *tapping*. Jadi untuk meminimalisir kesalahan saat *tapping*.

Dari hasil wawancara mengenai strategi program yang diterapkan *talkshow* Lentera Ilahi dalam menarik minat penontonnya hal ini dianggap sudah cukup efektif untuk menarik minat penontonnya. Karena masih bertahannya program Lentera Ilahi sampai saat ini yang di tayangkan di I News Tv Semarang. Walaupun hanya ditayangkan di televisi lokal tetapi sudah lumayan banyak yang menonton program Lentera Ilahi.

Dalam penerapan strategi program yang digunakan oleh program Lentera Ilahi ini mendapatkan hasil yang cukup baik dalam menarik minat penonton. Hal itu disebabkan karena strategi program yang diterapkan berjalan dengan efektif. Ketika strategi program yang diterapkan berjalan dengan lancar maka bisa untuk menarik minat penonton dalam program Lentera Ilahi.

Tetapi menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui channel *youtube* official I News Semarang, program *talkshow* lentera ilahi ini dirasa kurang menarik minat penonton dikarenakan masih sedikit jumlah penonton yang menonton tayangan tersebut, padahal jumlah subscriber *youtube* tersebut bisa dibilang cukup banyak.

Berdasarkan hasil penelitian di *youtube* channel official I news Semarang memperoleh hasil :

Tabel 4.3

Tema Program Lentera Ilahi

NO	Tema	Jumlah penonton <i>youtube</i>
1	Islam Nusantara	75 kali ditonton
2	Etika Berpakaian	93 kali ditonton
3	Islam Rahmatan Lil Alamin	67 kali ditonton
4	Agama dan budaya	77 kali ditonton
5	Keistimewaan bulan ramadhan	120 kali ditonton

6	Pesan jibril terhadap rasul	17 kali ditonton
7	4 hal yang akan dihitung dihari kiamat	72 kali ditonton
8	Toleransi	35 kali ditonton
9	Keutamaan bulan dzulhijjah	81 kali ditonton

Beberapa tema *talkshow* Lentera Ilahi yang sudah ditayangkan di *youtube* Official Inews Semarang penulis mendapatkan hasil bahwa strategi program yang digunakan bisa dikatakan berhasil atau efektif karena telah ditonton berpuluh-puluh kali. Tetapi, memang ada beberapa tema yang jumlah ditontonnya hanya sedikit. Seperti tema “pesan jibril terhadap rasul”, hanya ditonton sebanyak 17 kali ditonton, dan juga tema “toleransi” mendapat jumlah 35 kali ditonton. Hal itu masih bisa dikatakan wajar karena I News sendiri ini merupakan televisi lokal.

selain 2 tema tersebut program Lentera Ilahi I News tv Semarang yang ditayangkan di *youtube* ditonton lebih dari 50 kali, seperti tema “islam nusantara” dengan narasumber Gus Amar sudah ditonton 75 kali lebih, tema “etika berpakaian” dengan narasumber Primi Rohimi ditonton sebanyak 93 kali, tema “rahmatan lil alamin”, ditonton sebanyak 67 kali, tema “keistimewaan ulan ramadhan” tema ini ditonton sebanyak 120 kali, tema ini ditonton lebih banyak dibandingkan dengan tema lainnya. Hal ini dirasa sudah cukup banyak untuk ukuran televisi lokal. Jika dibandingkan dengan televisi nasional memang masih jauh jika dilihat dari jumlah penonton.

Penulis melakukan analisis melalui channel tersebut dikarenakan di I News Semarang sendiri saat ini sudah lama tidak mendapatkan share rating program dari *nielson*. Maka dari itu penulis menganalisis efektif atau tidaknya penggunaan strategi program melalui channel *youtube*.

Dari penelitian tersebut data disimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam *talkshow* lentera ilahi ini bisa dikatakan efektif untuk digunakan supaya menarik minat penonton. Walaupun jumlah penontonya masih sedikit. Dan yang mendapat penonton cukup banyak hanya tema tertentu saja tidak secara merata..

Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi program yang digunakan dalam *talkshow* Lentera Ilahi di I News Semarang bisa dikatakan efektif untuk digunakan dalam menarik minat penonton. Walaupun penontonya sedikit tetapi untuk televisi lokal hal tersebut sudah bisa dikatakan lumayan banyak.

