

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Simpang 5 TV

1. Sejarah berdirinya Simpang 5 TV

Sejalan dengan peraturan pemerintah pelaksana otonomi daerah (OTDA) mulai tanggal 1 Januari 2001 memungkinkan suatu provinsi untuk mengembangkan potensi daerah dengan seoptimal mungkin. Perkembangan tersebut dapat dilakukan dari berbagai macam segi, baik dari segi bisnis maupun dari segi non-bisnis. Dengan peningkatan potensi daerah itu tak terlepas dari peran serta dari penyedia jasa layanan informasi. Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi sumber daya beraneka ragam, mulai industri program, *home industri* serta usaha lainnya. Memberi banyak pemasukan pendapatan bagi pemerintah daerah setempat.

Salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang jasa yang cukup bergengsi untuk dikelola saat ini adalah dunia penyiaran televisi. Jaminan keberagaman informasi yang dapat diakses secara mudah melalui industri televisi mempunyai peran cukup besar. Tumbuhnya media sangat dibutuhkan bagi masyarakat daerah, tentunya semua ini dapat meningkatkan industri yang tergerak dalam bidang usaha media audio visual yang akan banyak membantu dunia usaha terus meningkat. Pada akhirnya akan memberikan banyak keuntungan bagi semua pihak.

Televisi sebagai salah satu media penyiaran daerah menjadi sebuah jembatan komunikasi antara masyarakat dan pemerintah, yang mampu menjadi media pemerintah untuk mensosialisasikan setiap program-programnya. Selain itu, televisi lokal atau daerah dapat menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah untuk memproduksi acara berdasarkan kebutuhan daerah setempat. Melalui acara tersebut pemerintah kabupaten dapat menyampaikan berbagai gagasan daerah, serta mendiskusikan berbagai masalah sosial. Televisi sebagai media penyiaran bisa menjadikan dirinya sebagai lembaga kontrol pemerintah daerah.

Atas dasar pemikiran tersebut, berdirilah PT Simpang 5 Media Televisi sebagai badan hukum Lembaga Penyiaran Swasta penyelenggara jasa penyiaran televisi yang berbasis stasiun televisi lokal di Jawa Tengah. Sudah menjadi prinsip dasar Simpang 5 Media Televisi sebagai lembaga penyiaran yang tetap setia pada pinsipnya yakni dalam menyelenggarakan fungsinya secara independen, obyektif, jujur dan mampu berpartisipasi dalam usaha pemberdayaan masyarakat di Jawa Tengah.¹

Simpang 5 TV yaitu stasiun televisi lokal yang berdiri berada di wilayah eks-Karesidenan Pati. Berada di jaringan Jawa Pos Group tergabung dalam Group JPMC (Jawa Pos Multimedia Corporation) yang dikenal sebagai media cetak dan jaringan televisi dan mempunyai 42 televisi lokal yang ada diseluruh Indonesia. Dan di Jawa Tengah Simpang 5 TV berada di daerah Pati dan Semarang.² Mulai melengkapi proses perizinan berdiri pada tahun 2008, dan resmi mengudara diluncurkan pada tahun 8 November 2011 dengan frekuensi layanan Pati Rembang, tepatnya tanggal 1 Desember 2011 On air pertama Simpang 5 TV. Kemudian pada tahun 2017 melakukan ijin perluasan wilayah frekuensi Semarang pada bulan Juli 2018 Simpang 5 TV memperluas jangkauan siaran ke kota Semarang, Kabupaten Kendal, Kabupaten Demak.

Dengan program yang ditayangkan yaitu berita 5 (berita berbahasa Indonesia), Parmo (Pawarto 5) program berbahasa jawa, campur sari, ketoprak, dangdut, bangga jateng (talkshow), limasan (talkshow), parjo (parodi jowo), dan kegiatan yang bekerja sama dengan lembaga, salah satunya yaitu program dakwah ngaji bareng NU, Fatayat NU, Ngaji Gus mus, program ramadhan bagi takjil, kultum, tausiyah, dan talkshow

¹ Company profile, Simpang 5 TV Tahun 2013, 1-2.

² Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

TUMAN (Top Up Iman) yang berkerja sama dengan mahasiswa KPI IAIN Kudus.³

Televisi lokal yang memuat informasi aktual, hiburan, dan budaya lokal. Kekuatan pemancar 5000 KW serta SDM yang berusia muda, profesional serta didukung tenaga manajemen yang sudah berpengalaman di dunia media, Simpang 5 TV mampu menjadi inspirasi bagi masyarakat maupun pengusaha untuk maju dan berkembang.

2. Letak Geografis

Kantor pusat Simpang 5 TV yaitu Kompleks Rukan Gunung Bedah, Jl. Raya Nasional 1 Km 6,5 Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Dengan arah menuju Lokasi Kantor dari Pati ke Margorejo, setelah sampai ruko atau perumahan Gunung Bedah, lihat kanan jalan. Situs Web: www.simpang5tv.com, Ketersediaan teresterial yaitu Kabupaten Pati 59 UHF, Kota Semarang 59 UHF.⁴

3. Visi dan Misi

a. Visi Simpang 5 TV

- 1) Menjadi stasiun televisi di Jawa Tengah yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam pemberitaan lokal, menyajikan program hiburan dan gaya hidup alternatif yang berkualitas dan bermutu.
- 2) Sebuah jasa penyiaran yang kuat dan sehat untuk menjadi pendorong dan menginspirasi pemerdayaan dan meningkatkan potensi daerah

b. Misi Simpang 5 TV

- 1) Memberikan informasi yang lebih kepada masyarakat melalui peningkatan program-programnya sesuai dengan kondisi masyarakat.
- 2) Menjadi mitra bagi masyarakat dan pemerintah daerah dalam rangka ikut menyukseskan program-program pembangunan untuk

³ Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari 2020, wawancara 1, transkrip.

⁴ "profil simpang 5 TV", diakses tanggal 15 Maret, 2020. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Simpang5tv>

kepentingan masyarakat khususnya dibidang: pendidikan, kebudayaan, promosi wisata dan potensi daerah.

- 3) Menjadi perusahaan yang berkembang dan sehat, sehingga dapat menstimulus munculnya bidang-bidang usaha baru misalnya; rumah produksi dan biro iklan. Sehingga pada akhirnya akan menambah dan memperkaya sumber pendapatan daerah.⁵

4. Program Simpang 5 TV

a. Program Lokal

Tabel 4.1 daftar program lokal Simpang 5 TV

1) Mancing Yuk	2) The Baculan (Bathi Sithik Colno)
3) Komunitasku Komunitasmu	4) Ngaji Bareng NU
5) Nyampursarinan	6) Berita 5
7) Liga PSSI Pengcab Pati	8) Ngresulo
9) Kabar Persipa Pati	10) Parmo (Pawartos Limo)
11) Ksandal (Kirim Salam Nek Ndalan)	12) Team Wengi
13) Noto Projo Mbangun Deso	14) Kabar Deso
15) Kimba The White Lion	16) Pati School Idol 2015

⁵ Company profile, Simpang 5 TV Tahun 2013, 3.

- b. Program Relay
 - 1) Stasiun Dangdut (relay JTV)
 - 2) Nusantara Kini (relay JTV)
 - 3) Larasati (relay JTV)⁶
- 5. **Slogan Simpang 5 TV**
Ora Ono Liyane Paling Gayeng!
- 6. **Logo Simpang 5 TV**
Gambar 4.1 Logo Simpang 5 TV⁷



B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian yang berjudul “Strategi Dakwah Dalam Program Acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019” bertujuan untuk meneliti dan mengetahui bagaimana strategi dakwah yang digunakan dalam program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV. Seperti yang sudah ditulis dalam rumusan masalah, maka peneliti akan mendeskripsikan data tentang mengenai program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV, strategi dakwah dalam program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV, serta kelebihan dan kekurangan program acara *talkshow* (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV.

Memperoleh data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah, maka peneliti melaksanakan observasi serta wawancara langsung kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian tersebut. berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara langsung, menjelaskan sebagai berikut:

⁶ “Profil Simpang 5 TV”, diakses tanggal 15 Maret, 2020. <http://www.simpang5TV.com/home/profil>.

⁷ “Profil Simpang 5 TV”, diakses tanggal 15 Maret, 2020. www.Simpang5tv.com

1. Data Program Acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV*

Menjelaskan tentang program acara *talkshow* (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV*. *Talkshow* adalah sebuah program perbincangan atau dialog lebih dari dua orang dalam acara stasiun penyiaran. Dalam program Ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman* adalah program acara dalam bentuk *talkshow* berupa perbincangan atau dialog antara pembawa acara program dengan narasumber yang dihadirkan dengan membahas tema seputar bulan Ramadhan.

Untuk mendapatkan data, peneliti melakukan wawancara dengan Crew program acara *talkshow* ramadhan TUMAN, sekaligus mahasiswa KPI IAIN Kudus semester 8. Abi Damara Pratama, menjelaskan tentang program ramadhan TUMAN merupakan kepanjangan dari *Top Up Iman* yang artinya menambah atau meningkatkan keimanan. Karena program ini di produksi dan ditayangkan pada bulan ramadhan, dengan harapan kepada khalayak atau audiens yang menonton dapat meningkatkan keimanan ketika mendengar ceramah-ceramah yang disampaikan oleh para narasumber atau da'i yang dihadirkan. Program ramadhan TUMAN ini berisikan tentang dialog tentang keagamaan dengan konsep dialog antara pembawa acara dan narasumber dengan membahas tema yang berbeda-beda setiap harinya selama satu bulan ramadhan penuh.⁸

Direktur Simpang 5 TV dan produser Program acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman* yaitu bapak Rohmansyah Setiawan, menjelaskan bahwa program acara *talkshow* TUMAN bekerjasama atau kolaborasi yang dilakukan oleh pihak Simpang 5 TV dengan mahasiswa KPI (Komunikasi Penyiaran Islam) IAIN Kudus. Program yang dikemas dengan dialog antara pembawa acara dan narasumber dengan membahas tema seputar bulan ramadhan. Dalam

⁸ Abi Damara Pratama, pesan WhatsApp kepada penulis, 9 Maret, 2020.

pembuatan program *talkshow* ramadhan bukan hanya kali pertama melakukan kolaborasi dengan lembaga, sebelumnya juga pernah melakukan kolaborasi dalam memproduksi program ramadhan. Namun, dalam program *talkshow* ramadhan TUMAN ini adalah program acara pertama yang diproduksi oleh pihak Simpang 5 TV dengan IAIN Kudus khususnya mahasiswa KPI pada bulan ramadhan tahun 2019.⁹

Produksi program yang dilakukan dengan kolaborasi seluruhnya dilakukan oleh mahasiswa KPI IAIN Kudus semester 6 tahun 2019, mulai dari pasca produksi, produksi, sampai pasca produksi. Pihak Simpang TV hanya memberi pengarahannya, pengawasan, memberikan fasilitas produksi salah satunya kamera untuk merekam gambar, dan penayangan program. Selebihnya dalam proses produksi dilakukan secara penuh oleh mahasiswa KPI IAIN Kudus.

Program acara *talkshow* ramadhan TUMAN dalam tahap praproduksi membentuk perencanaan program. Menentukan tujuan dibuatnya program acara Ramadhan TUMAN menyebarkan ajaran dakwah agama islam dalam bentuk audio visual dengan media televisi agar masyarakat atau pemirsa Simpang 5 TV mudah menerima dakwah dengan baik. Manfaat program Memberikan informasi tentang agama islam khususnya pada bulan ramadhan tentang ibadah yang harus dikerjakan. Membuat *skrip* atau skenario program menentukan tema-tema yang akan di bahas dengan memberikan ilmu, edukasi, motivasi, serta pengetahuan tentang agama islam bersumber al qur'an dan hadist.

Rencana pemasaran strategi program lebih diperuntukkan untuk masyarakat muda milenial dan masyarakat luas. Menentukan lokasi pengambilan gambar, pembuatan dekor, Membuat konsep program yang akan diproduksi, yaitu program *talkshow* dengan dialog antara narasumber dan presenter. Menentukan

⁹ Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

wilayah sasaran merupakan menentukan tempat mengelola atau memproduksi program. Kemudian dalam menentukan wilayah sarannya juga dalam penyiaran siaran Simpang 5 TV Semarang dalam wilayah 12 Kabupaten di Jawa Tengah. Dengan sasaran audiens dalam program ramadhan TUMAN ini lebih kepada khalayak kaula muda atau anak milenial pada zaman sekarang dengan menentukan pembahasan tema-tema yang menarik serta berbeda setiap episodenya, seperti tema keutamaan bulan ramadhan, halal bihalal, nuzulul Qur'an, dan lainnya. Dengan menentukan waktu penayangan pada jam 16.30 WIB dengan tujuan menemani pemirsa dirumah menunggu waktu berbuka puasa.¹⁰ Membentuk organisasi mengelompokkan kegiatan atau pembagian kerja sebagai perincian tugas untuk melaksanakan sebuah program, berikut crew program ramadhan TUMAN Simpang 5 TV :

Produser : Rohmansyah Setiawan

Sutradara : abi damara pratama

Cameramen : abi, hanif, berlinda, syarifuddin

Editing : syarif, imam muddin

Artistik : elok yumna, kholifatur rosyidah

Presenter : rara lathifa, reza fabian, reva thalia, saesa putri

Setting tempat: Siwi, Nandhita

Humas : Habibur Rozak¹¹

Direktur bapak Rohmasyah Setiawan menjelaskan proses tahap produksi yang dilakukan oleh crew ramadhan TUMAN, hampir sama dengan produksi program talkshow televisi lokal yang lainnya, namun disini tidak menghadirkan audiens dalam melakukan proses produksi, melainkan audiensnya yaitu pemirsa yang ada dirumah menonton Simpang 5 TV. Pada program acara ramadhan TUMAN

¹⁰ Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

¹¹ Abi Damara Pratama, pesan WhatsApp kepada penulis, 9 Maret, 2020.

dilaksanakan di gedung SBSN Perpustakaan lantai 2 IAIN Kudus sebagai lokasi studio. Sebelum proses pengambilan gambar berlangsung narasumber yang dihadirkan yaitu dari kampus IAIN Kudus, meliputi Rektor IAIN Kudus, Wakil Rektor IAIN Kudus dan dosen Fakultas Dakwah Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penyampaian isi dakwah yang akan dibahas, pihak crew program Ramadhan TUMAN menentukan tema yang akan dibahas namun da'i yang akan mengolah isi tema yang akan disampaikan. Proses produksi program Ramadhan TUMAN disiarkan atau diproses dengan *typing* bukan secara langsung. Diawali presenter membuka program acara dan ditemani oleh narasumber yang telah dihadirkan crew ramadhan TUMAN. Kemudian dalam acara *talkshow* melakukan tanya jawab antara presenter dengan narasumber, dan diberikan waktu 8 menit setiap segmen yang didalamnya terdapat 3 segmen, dengan membahas dan mengupas tema yg sudah ditentukan dengan durasi selama 30 menit dalam tayangan televisi. Lalu crew yang lain menempati jobnya masing-masing, seperti kameramen atau juru kamera bertugas sebagai merekam setiap adegan (*shooting*).¹²

Tahap pasca produksi crew program acara Ramadhan TUMAN, Abi Damara menjelaskan proses terakhir dari produksi adalah editing gambar atau video. Karena program ini tidak disiarkan secara langsung jadi video gambar yang kurang bagus atau tidak sesuai standar penayangan dapat dihapus. Kemudian dengan menambahkan efek ilustrasi dan musik sesuai dengan program yang dibuat. Proses pengawasan dan evaluasi program Ramadhan TUMAN menentukan sejauh mana suatu rencana dan tujuan program sudah dicapai oleh pihak stasiun Simpang 5

¹² Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

TV berkolaborasi dengan mahasiswa KPI IAIN Kudus.¹³

Gambar 4.2 Logo program acara *talkshow* (TUMAN) Top Up Iman¹⁴



2. Data Strategi Dakwah dalam Program Acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) Top Up Iman Simpang 5 TV

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan mengenai strategi dakwah program acara *talkshow* ramadhan TUMAN (Top Up Iman) Simpang 5 TV. General manager, bapak Rohmasyah Setiawan mengatakan salah satu strategi dakwah yang dilakukan oleh Simpang 5 TV yaitu dengan strategi manajemen program yang dilakukan dengan matang oleh para crew dan pihak Simpang 5 TV yang berkolaborasi dengan mahasiswa KPI IAIN Kudus.¹⁵

a. Strategi manajemen program

Mempertahankan eksistensi televisi lokal yang berkualitas, pihak simpang 5 TV melakukan strategi manajemen penyiaran dalam membuat suatu program atau kegiatan. Perencanaan program dilakukan untuk mempertimbangkan kondisi waktu, memutuskan kegiatan akan

¹³ Abi Damara Pratama, pesan WhatsApp kepada penulis, 9 Maret, 2020.

¹⁴ Data program Ramadhan Tuman, 15 Februari, 2020.

¹⁵ Rohmasyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

dilakukankan, dan periode pada saat rencana dibuat. Membuat keputusan mengenai sasaran yaitu dengan menetapkan peran bahwa Simpang 5 TV merupakan media televisi lokal juga merupakan media dakwah ketika bulan ramadhan yang melakukan siaran 24 jam. Program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman merupakan program acara yang disiarkan Simpang 5 TV pada bulan ramadhan tahun 2019 dengan penayangan satu bulan ramadhan penuh. menyajikan tema-tema yang menarik dan setiap episodenya berbeda.¹⁶

Eksekusi program, general manager yaitu bapak Rohmasyah Setiawan juga melakukan koordinasi dengan crew dalam memproduksi program terutama dalam pemilihan waktu penayangan atau pembagian waktu siaran yaitu ditayangkan pada sore hari (*fright time*) jam 16.30 WIB satu bulan ramadhan penuh pada tahun 2019, waktu ini dipilih karena mempertimbangkan berbagai faktor dalam penayangan yaitu audiens, ditayangkan diwaktu sore menjelang berbuka puasa diharapkan audiens mengisi waktu luangnya dengan menonton program acara Ramadhan TUMAN sambil menunggu waktu berbuka puasa, karena pemilihan waktu tidak kalah penting dengan konteng yang disuguhkan dari program acara itu sendiri.¹⁷

Eksekusi program merupakan kegiatan menayangkan suatu program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Hal ini dijelaskan general manager Simpang 5 TV, bapak Rohmasyah Setiawan menuturkan dalam eksekusi program pihak Simpang 5 TV sudah menerima jadi file program typing ramadhan

¹⁶Rohmasyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

¹⁷Rohmasyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

TUMAN, dengan menentukan strategi penayangan *head to head* dan program tanding yaitu program acara yang di produksi sama dengan program acara televisi saingan. Pada bulan ramadhan Simpang 5 TV merupakan televisi lokal yang siaran 24 jam dengan acara ramadhan yaitu Ramadhan TUMAN, Kultum, juga program acara sahur yaitu Lek Man Syur (Melek Mangan Sahur), dan ditutup dengan program Mutiara Hati ketika waktu imsya'.¹⁸

b. Pemilihan tema

Tema program yang dipilih yaitu sesuai dengan program acara yang diproduksi yaitu Ramadhan TUMAN, juga disesuaikan dengan kebutuhan khalayak (mad'u). *Crew* program Ramadhan TUMAN, Abi Damara menjelaskan tema-tema yang ditentukan dan dipilih seputar bulan Ramadhan selama 30 hari. Tema pada hari pertama sampai sepuluh bulan ramadhan yaitu 10 hari keutamaan bulan suci ramadhan membahas tentang ibadah yang harus dilaksanakan, karena pada sepuluh hari pertama bulan suci ramadhan sedang semangatnya dalam menjalankan ibadah puasa. Tema Nuzulul Qur'an yang bertepatan pada pertengahan bulan ramadhan, membahas keutamaan ayat-ayat Al Qur'an serta mukjizatnya karena waktu ketika diturunkannya Al Qur'an pada bulan Ramadhan, kemudian membahas tentang meningkatkan semangat bulan puasa karena pada tanggal pertengahan bulan puasa rasa malas menjalankan ibadah puasa juga lebih besar. Tema 10 hari terakhir bulan ramadhan, membahas tentang cara menjaga kesehatan badan, mengkonsumsi makanan yang seimbang ketika sahur dan berbuka puasa serta anjuran lebih menggunakan aktifitas yang mengandung ibadah dan bernilai pahala, karena pada waktu sepuluh

¹⁸ Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

hari bulan ramadhan godaan syaitan lebih banyak.¹⁹

c. Metode dakwah

Peneliti mengumpulkan data strategi dakwah program acara talkshow ramadhan (TUMAN) Top Up Iman Simpang 5 TV 2019 ini, lebih kepada metode dakwah da'i dalam menyampaikan dakwahnya atau ajaran agama islam. General Manager Simpang 5 TV, Rohmansyah Setiawan mengatakan strategi dakwahnya pada program ramadhan tuman ini, pihak Simpang 5 TV melakukan kolaborasi dengan dosen IAIN Kudus terutama dosen dakwah sebagai narasumber acara atau da'i dengan tema yang sudah ditentukan oleh crew program.²⁰

Untuk memperoleh data yang mendalam, peneliti melakukan wawancara langsung dengan da'i atau narasumber program Ramadhan TUMAN yaitu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus, bapak Ahmad Zaini, dalam hal strategi dakwah beliau menjelaskan strategi dakwah di televisi agar tepat sasaran dan diterima khalayak, salah satunya dalam menentukan tema yang disampaikan tidak menimbulkan kericuhan atau kegaduhan dalam masyarakat, menjaga penampilan, gaya tubuh dan juga mimik wajah ketika berceramah. Menyampaikan dakwah menggunakan metode dakwah bertujuan agar mudah diterima oleh mad'u atau pemirsa salah satunya menggunakan bahasa kultur yang digunakan masyarakat setempat yaitu dengan retorika dakwah yang baik dalam menyampaikan materi dakwah dan materi

¹⁹ Abi Damara Pratama, pesan WhatsApp kepada penulis, 9 Maret, 2020.

²⁰ Rohmansyah Setiawan, Wawancara oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

dakwah yang disampaikan tidak menyulitkan bagi pemirsa.²¹

Dengan landasan dakwah dijelaskan oleh bapak mas'udi salah satu da'i atau narasumber program Ramadhan TUMAN, beliau dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus mengatakan metode dakwah dalam televisi menggunakan metode dakwah yang ada dalam QS. An Nahl ayat 125, yaitu dengan bil hikmah, mauidhoh hasanah dan mujadalah. Didalam program talkshow Ramadhan TUMAN semua metode tersebut dapat digunakan.²²

Pak Zumrodi merupakan dosen juga wakil dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam menuturkan cara berdakwah dengan memperhatikan obyek dakwah (sasaran dakwah), menyampaikan materi dakwah menyesuaikan kebutuhan audiens, dengan materi dikemas secara sistematis dengan menyampaikan materi yang mudah diketahui oleh khalayak.²³

3. Data Kelebihan dan Kekurangan dalam Program Acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) Top Up Iman Simping 5 TV

Dalam memperoleh data tentang kelebihan dan kekurangan dalam program acara talkshow ramadhan TUMAN ini, peneliti melakukan wawancara dengan crew ramadhan TUMAN dan general manager simping 5 TV sebagai data validasi atau keakuratan dalam memperoleh data. Dalam serangkaian strategi penayangan mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi, yang meliputi perencanaan, produksi program, eksekusi program, sampai evaluasi dan pengawasan program. Dalam pengawasan dan evaluasi program data kelebihan dan kekurangan program

²¹ Ahmad Zaini, Wawancara kepada penulis, 18 Februari, 2020, wawancara 3, transkrip.

²² Mas'udi, wawancara pribadi oleh penulis, 19 Februari, 2020, wawancara 4, transkrip.

²³ Zumrodi, wawancara pribadi oleh penulis, 20 Februari, 2020, wawancara 5, transkrip.

Ramadhan TUMAN diperoleh karena membahas tentang keberhasilan dan hal yang harus diperbaiki dalam memproduksi juga menayangkan program.

Bapak Rohmansyah Setiawan selaku *General Manager* Simpang 5 TV menerangkan kelebihan program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV* 2019, dengan crew program dari mahasiswa KPI IAIN Kudus sebagai pemula bisa memproduksi program mulai dari praproduksi, produksi, sampai pasca produksi berhasil dilakukan selama 30 hari atau satu bulan Ramadhan penuh. Karena program Ramadhan TUMAN program perdana yang diproduksi mahasiswa KPI semester 6 tahun 2019. Kekurangan dalam produksi program yaitu terbatasnya ketersediaan SDM, tidak tepat waktu dalam penjadwalan produksi (molor), jam terbang yang belum cukup karena masih pemula, kurangnya disiplin waktu, disaat produksi terjadi kendala teknis, dan sebagainya²⁴

C. Analisis Data Penelitian

Setelah melakukan penelitian, pada tahap analisis data penelitian ini penulis menyajikan pembahasan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan, yaitu meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan membahas data yang diperoleh sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

1. Analisis Program Acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV* 2019

Program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV* 2019, merupakan termasuk program siaran informasi berita lunak (*soft news*). *Talkshow* merupakan program yang menampilkan beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu dipandu oleh pembawa acara. Narasumber merupakan

²⁴ Rohmansyah Setiawan, wawancara pribadi oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

orang-orang berpengalaman dalam bidangnya atau tema yang sedang dibahas.²⁵

Program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019, adalah program acara yang di produksi oleh stasiun televisi lokal yang programnya diproduksi sendiri seperti halnya program berita lokal atau *talkshow*. Jangkauan siaran stasiun lokal merupakan dengan skala wilayah kecil yang mencakup wilayah kota atau kabupaten. Program ramadhan TUMAN ini mencakup jangkauan siaran dengan 12 kabupaten di Jawa Tengah, dengan pusat teresterial di wilayah Semarang 59 UHF. Untuk memproduksi sebuah program, stasiun penyiaran membutuhkan strategi program untuk menunjang keberhasilan sebuah program.

Berdasarkan teori diatas, hasil penelitian tentang program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman pada Tahun 2019. Simpang 5 TV berhasil membuat program acara *talkshow* Ramadhan berkerja sama atau berkolaborasi dengan mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Kudus dengan pengalaman mahasiswa yang pertama kali memproduksi sebuah program acara untuk stasiun penyiaran yang ditayangkan secara relay yang ditayangkan selama 30 hari bulan Ramadhan pada tahun 2019. Dengan mengaplikasikan dan mempraktekkan ilmu yang pernah di dapat waktu perkuliahan dalam memproduksi program acara membuat strategi program acara, mulai dari praproduksi, produksi, sampai pasca produksi.

a) Praproduksi

Merupakan tahap perencanaan program pada stasiun televisi yang diarahkan pada produksi program yaitu program yang akan diproduksi, pemilihan program, penjadwalan program menarik. menargetkan audien umum dan berupaya memberikan respon atas program yang disukai oleh penonton. mengarahkan programnya kepada segmen audien dan waktu siaran tertentu. Pada

²⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 222.

stasiun televisi lokal, perencanaan program harus memutuskan program televisi jaringan mana yang harus disiarkan.²⁶

Program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV* 2019 ini, berdasarkan dokumentasi penayangan yang ditayangkan pada bulan ramadhan Tahun 2019 jam 16.30 WIB. Pada perencanaan program bertujuan dalam memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan kepada pasar audien. Karena setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategi yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki.

1) Analisis peluang dan strategi program

Hal yang harus diperhatikan dalam tahap praproduksi acara *talkshow* ramadhan TUMAN ini, harus memahami analisis situasi untuk mengetahui tingkat segmentasi audien. Terdiri atas analisis peluang dan analisis kompetitif:

Analisis peluang merupakan analisis yang cermat terhadap pasar audien akan memberikan peluang bagi setiap penayangan program untuk diterima para penonton dan pendengar. Wilayah dimana terdapat kecenderungan permintaan terhadap program tertentu yang menguntungkan. Dimana stasiun penyiaran percaya kebutuhan dari audien terhadap jenis program yang belum terpuaskan dan stasiun televisi dapat bersaing secara efektif.²⁷

Berdasarkan penjelasan tentang peluang program ramadhan TUMAN oleh bapak Rohmasnyah Setiawan sebagai *General Manager* Simpang 5 TV, mengatakan bahwa program ramadhan TUMAN adalah program

²⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 274-275

²⁷ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 278.

yang diproduksi berkolaborasi dengan Simpang 5 TV dan mahasiswa KPI IAIN Kudus, tayang selama satu bulan ramadhan penuh, menarget sasaran program di wilayah 12 Kabupaten di Jawa tengah khususnya mahasiswa IAIN Kudus yang dapat menonton siarannya melalui youtube atau streaming.²⁸

Analisis kompetitif merupakan mempersiapkan strategi dan rencana program yang harus secara cermat menganalisis persaingan stasiun penyiaran dan persaingan program yang ada pada suatu segmen pasar audien yang terdiri dari persaingan langsung dan tidak langsung, dengan melihat keuntungan kompetitif yaitu suatu hal khusus yang dilakukan stasiun penyiaran yang dapat memberikan keunggulan. Seperti kemampuan stasiun penyiaran memproduksi program yang berkualitas dengan ongkos rendah.

Hasil wawancara dengan bapak Rohmansyah Setiawan selaku *general Manager* menjelaskan bahwa dalam program acara ramadhan TUMAN ini berkolaborasi dengan Mahasiswa KPI IAIN Kudus, jadi untuk produksi tidak mengeluarkan biaya besar dan juga untuk narasumbernya juga bekerjasama dengan dosen IAIN Kudus yang merupakan sudah berkompeten dibidang dakwah. untuk mendapatkan perhatian audien, program acara ramadhan TUMAN diproduksi ditujukan untuk audiens kaum milenial muda zaman sekarang dan masyarakat luas semua usia.

2) Bauran program

Hal yang tidak kalah penting dari perencanaan program adalah bauran program juga mendukung sebuah keberhasilan program

²⁸ Rohmansyah Setiawan, wawancara pribadi oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

acara. merupakan konsep pemasaran terpenting yang harus dipahami pengelola media penyiaran. Terdiri atas empat variabel yaitu produk program (*product*), harga program (*price*), distribusi program (*place*), promosi program (*promotion*).²⁹

Produksi program yaitu program yang dipilih harus bagus dan diharapkan akan disukai penonton. Dengan demikian penonton juga akan mempertimbangkan aspek-aspek seperti kualitas, nama, kemasan program dan bahkan perusahaan yang berada dibelakang suatu program yang dapat membentuk persepsi terhadap program. Nama program Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman merupakan pemilihan nama dengan menginformasikan konsep program yang mampu membantu memposisikan program Ramadhan TUMAN agar di ingat oleh penonton.

Abi Damara selaku crew program acara Ramadhan TUMAN menjelaskan bahwa nama program Ramadhan TUMAN dipilih karena singkatan dari *Top Up* Iman berarti menambah atau meningkatkan keimanan. Nama program Ramadhan TUMAN diambil karena menyesuaikan diproduksi dan ditayangkan pada bulan ramadhan, juga nama tersebut dipilih karena memilih sasaran audien kaula muda zaman sekarang.³⁰

Kemudian untuk kemasan program dijelaskan oleh bapak Rohmasyah Setiawan Sebagai *General Manager*, bahwa program Ramadhan TUMAN dikemas dengan bentuk dialog (*talkshow*) antara narasumber dan

²⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 280.

³⁰ Abi Damara Pratama, pesan WhatsApp kepada penulis, 9 Maret, 2020.

pembawa acara, sementara audiennya adalah penonton yang ada dirumah.

3) Perencanaan target

Setiap program harusnya memiliki target dalam penyiarannya. Selain itu Dijelaskan oleh bapak Rohmasyah Setiawan selaku *General Manager*, bahwa target program acara *talkshow* ramadhan TUMAN yaitu untuk masyarakat luas semua usia dan juga kepada kaula muda, agar setiap dakwah yang disampaikan oleh narasumber diterima oleh masyarakat atau penonton dengan baik.

4) Tujuan program

Tujuan program ramadhan TUMAN ini untuk memberikan wawasan, ilmu pengetahuan, edukasi kepada penonton tentang agama islam khususnya kajian tentang bulan ramadhan yang disampaikan oleh narasumber yang dipandu oleh presenter dengan tanya jawab (dialog). Karena tujuan dari program adalah agar dapat mengena kepada sasaran audien dan dapat dipahami isi pesan sebuah program.

5) Sumber program

Sumber program berasal dari kerjasama antara bapak Rohmansyah Setiawan selaku *General Manager* Simpang 5 TV dengan bapak Riza Zahriyal Falah selaku ketua Program Studi Komunikasi penyiaran Islam (KPI). Kemudian dilanjutkan dalam proses produksi oleh Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Kudus semester 6 pada tahun 2019.

b) Produksi

Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut produksi sendiri.³¹ Namun dalam memproduksi program acara *talkshow* ramadhan TUMAN, pihak Simpang 5 TV berkolaborasi

³¹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 306-307.

dengan Mahasiswa KPI IAIN Kudus sebagai crew program ramadhan TUMAN dan Dosen yang berkompeten dalam bidang dakwah sebagai narasumber program acara ramadhan TUMAN.

1) Organisasi departemen produksi

Dalam memproduksi program acara *talkshow* ramadhan TUMAN, membentuk beberapa tim yang terlibat didalamnya yaitu *General Manager* Simpang 5 TV juga *Executive Producer* oleh Rohmansyah Setiawan, ketua program oleh Abi Damara Pratama, *kameramen* oleh Hanifa, Berlinda, Abi, *presenter* oleh Reva Thalia, Reza Fabian, Rara Lathifa, Saesa Putri, penata artistik (*Make up artis*) oleh Elok Yumna, Kholifatur Rosyidah, *setting* tempat oleh Siwi Asri, Nandhita, *editing* oleh syarifuddin, Imam Muddin.

2) Manajemen produksi

Untuk menghasilkan program memerlukan peralatan yang sudah disediakan oleh pihak Simpang 5 TV yang dibawa ke studio IAIN Kudus yaitu tempatnya di gedung perpustakaan lantai 2 IAIN Kudus dan gedung rektorat lantai 2 IAIN Kudus. Dari hasil wawancara dengan crew program Ramadhan TUMAN Abi Damara menjelaskan proses produksi program Ramadhan TUMAN diawali presenter membuka program acara dan ditemani oleh narasumber yang telah dihadirkan crew ramadhan TUMAN. Kemudian dalam acara *talkshow* melakukan tanya jawab antara presenter dengan narasumber, dan diberikan waktu 8 menit setiap segmen yang didalamnya terdapat 3 segmen, dengan membahas dan mengupas tema seputar bulan ramadhan yg sudah ditentukan oleh crew ramadhan TUMAN dengan durasi selama 30 menit dalam tayangan

televisi. Disiarkan atau diproses dengan *typing* bukan secara langsung.

c) Pasca produksi

Tahap pasca produksi merupakan semua kegiatan setelah pengambilan gambar sampai materi produksi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan. Kegiatan pasca produksi antara editing meliputi memberi ilustrasi, musik, efek dan lainnya yang dilakukan oleh crew editing program ramadhan TUMAN yaitu Syarifuddin dan Imam Muddin.

2. Analisis strategi dakwah dalam program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019

Strategi dakwah dalam program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019. Hasil penelitian menemukan tiga strategi pada program Ramadhan TUMAN.

a. strategi produksi program lokal atau eksekusi program

Merupakan strategi produksi program lokal untuk mengangkat budaya lokal masyarakat, pengelola program media penyiaran daerah bekerjasama dengan lembaga atau instansi dalam memproduksi program dengan *setting* berdasarkan kebutuhan kahalayak atau daerah setempat. Eksekusi program mencakup kegiatan penayangan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi yang baik penayangan program, menentukan cara menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan.

1) Pembagian waktu siaran

Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, dengan rotasi kegiatan satu hari dan kebiasaan dalam menonton televisi. Secara umum *programmer* membagi siaran menjadi beberapa bagian:

Tabel 4.2 pembagian waktu siaran

Bagian Hari	Audien Tersedia
Pagi Hari (06.00-09.00)	Anak-anak, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar dan karyawan yang akan berangkat ke kantor.
Jelang Siang (09.00-12.00)	Anak-anak prasekolah,ibu rumah tangga, pensiunan, dan karyawan yang bertugas secara giliran (<i>shift</i>).
Siang Hari (12.00-16.00)	Karyawan yang makan siang dirumah, pelajar yang pulang sekolah.
Sore Hari (<i>early fringe</i>) (16.00-18.00)	Karyawan yang pulang dari tempat kerja, anak-anak, dan remaja.
Awal Malam (<i>early evening</i>) (18.00-19.00)	Hampir sebagian besar audien sudah berada dirumah
Jelang Waktu Utama (<i>prime time</i>) (19.00-20.00)	Seluruh audien tersedia menonton TV pada waktu ini
Waktu Utama (<i>prime time</i>) (20.00-23.00)	Seluruh audien tersedia pada waktu iniutamanya antara pukul 20.00-21.00. namun setelah itu, audien mulai berkurang utamanya audien anak-anak, pensiun dan mereka yang harus tidur lebih cepat agar dapat bangun pagi-pagi.
Jelang Tengah Malam (<i>late fring</i>) (23.00-23.30)	Umumnya orang dewasa.
Akhir Malam (<i>late night</i>) (23.00-02.00)	Orang dewasa termasuk karyawan yang bertugas secara giliran (<i>shift</i>)

Prime Time

: jam 19.00-23.00

<i>Late Fringe Time</i>	: jam 23.00-01.00
<i>All Other Time</i>	: jam 01.00-10.00
<i>Day Time</i>	: jam 10.00-16.30
<i>Fringe time</i>	: jam 16.30-19.30 ³²

Pada program acara Ramadhan TUMAN pembagian waktu siarannya dijelaskan oleh bapak Rohmansya Setiawan selaku *General Manager* bahwa penayangan Ramadhan TUMAN berada pada *Fringe Time* karena ditayangkan mulai pukul 16.30-17.00 WIB dengan durasi penayangan selama 30 menit. Waktu tersebut dipilih sebab pada bulan ramadhan pada jam sore hari penonton atau audien sedang berkumpul atau pulang istirahat dari kegiatan atau aktifitas biasanya menunggu waktu buka bersama dengan menonton televisi.³³

2) Strategi penayangan

Stasiun televisi memiliki strategi menarik audien masuk ke stasiun sendiri dan menahan audien yang sudah ada untuk tidak pindah saluran.³⁴ Pada strategi penayangan program acara *talkshow* ramadhan TUMAN yaitu *head to head*. Suatu program yang menarik audien yang sama sebagai audien yang dimiliki satu atau beberapa stasiun televisi saingan. Dengan strategi yang digunakan Simpang 5 TV dalam program Ramadhan TUMAN yaitu dengan pemilihan tema-tema yang menarik, yang lebih kekinian juga pembahasan yang mudah diterima oleh khalayak luas. Memberikan pembahasan tema tertentu yang dibutuhkan oleh masyarakat dan mampu memberikan solusinya. Sehingga program diharapkan dapat memberikan gambaran detail, solusi, juga penjelasan tentang

³² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 344.

³³ Rohmansyah Setiawan, Wawancara pribadi oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

³⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 346.

tema yang tengah dibahas dan bukan pembahasan yang dapat membuat kegaduhan.

3) Program dini hari

Beberapa media penyiaran apalagi stasiun televisi lokal cenderung untuk mengabaikan waktu siaran pada dini hari. Bahkan tidak menayangkan program atau tidak mengudara dengan alasan tidak ada penonton. Stasiun penyiaran Simpang 5 TV selama bulan ramadhan menyiarkan siaran program selama 24 jam. Dengan program dini hari ramadhan yaitu Lek Man Syur (Melek Mangan Sahur) yang ditayangkan mulai jam 03.00 WIB, kemudian waktu Imsya' tayangan Mutiara Hati pada jam 04.30 WIB.

4) Program ramadhan

Bulan ramadhan adalah bulan yang memberikan situasi yang berbeda kepada pengelola program penyiaran. Selama bulan ramadhan stasiun televisi menikmati waktu *prime time*-nya yang kedua karena pada waktu dini hari umat islam bangun untuk makan sahur.³⁵ Simpang 5 TV mempunyai program *prime time* karena Simpang 5 TV pada bulan ramadhan stasiun televisi lokal yang menyiarkan selama 24 jam. Ketika waktu sahur yaitu Lek Man Syur (Melek Mangan Sahur) yang ditayangkan mulai jam 03.00 WIB, kemudian waktu Imsya' tayangan Mutiara Hati pada jam 04.30 WIB.³⁶

b. Metode dakwah

Program Ramadhan TUMAN menggunakan metode diskusi, menurut Abdul Kadir Munsyi mengartikan diskusi yaitu perbincangan suatu masalah dalam sebuah pertemuan dengan jalan

³⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 352.

³⁶ Rohmansyah Setiawan, Wawancara pribadi oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

tukar pendapat diantara beberapa orang. Diskusi sebagai metode dakwah merupakan bertukar pikiran tentang suatu masalah keagamaan sebagai pesan dakwah antara beberapa orang dalam tempat tertentu.³⁷ Pada program *talkshow* Ramadhan TUMAN dalam acaranya melakukan perbincangan antara pembawa acara dan narasumber dengan membahas tema yang sudah ditentukan oleh crew Ramadhan TUMAN Simpang 5 TV.

1) Subjek dakwah

Merupakan yang melaksanakan dakwah, yaitu da'i atau mubaligh. Sebagai seorang da'i harus mempunyai syarat tertentu yaitu menguasai isi kandungan Al-Qur'an dan sunah Rasul yang berhubungan dengan tugas dakwah, menguasai ilmu pengetahuan, taqwa kepada Allah SWT.³⁸ Peranan da'i atau narasumber dalam program acara *talkshow* Ramadhan TUMAN, dijelaskan oleh bapak Ahmad Zaini selaku da'i atau narasumber (da'i) program Ramadhan TUMAN bahwa strategi dakwah agar tepat sasaran apalagi di media seperti televisi yaitu dengan tema yang disampaikan bisa diterima oleh khalayak atau penonton, tidak menimbulkan kericuhan atau kegaduhan konflik horisontal, kemudian dengan memperhatikan penampilan (*look*), gaya tubuh, serta mimik wajah ketika berceramah.³⁹

2) Objek dakwah

Yaitu individu atau sekelompok yang menjadi sasaran suatu kegiatan dakwah (*mad'u*). Cara menyampaikan dakwah kepada *mad'u* media audio visual melalui televisi yaitu Simpang 5 TV digunakan untuk dakwah informatif. Hal ini dijelaskan oleh bapak

³⁷ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 367-368.

³⁸ Syamsyudin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta:Kencana, 2016), 13.

³⁹ Ahmad Zaini, wawancara pribadi oleh penulis, 18 Februari, 2020, wawancara 3, transkrip.

Zumrodi selaku narasumber (da'i) program Ramadhan TUMAN, bahwa dalam menyampikan dakwah dengan memperhatikan objek dakwah (sasaran dakwah) dengan menyampikan materi yang mudah diterima audien.⁴⁰

3) Materi dakwah

Merupakan isi pesan yang disampaikan dari narasumber kepada penonton, yaitu ajaran agama islam yang ada dalam al qur'an dan hadist. Strategi dakwah pada program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV, salah satu strategi dakwah yang digunakan yaitu pemilihan dan pembahasan tema-tema yang dibutuhkan oleh audien khususnya selama bulan ramadhan.

a) Sepuluh hari ramadhan pertama

Tema tentang keutamaan sepuluh hari pertama bulan ramadhan merupakan dimana sepuluh hari bulan ramadhan adalah awal-awal masyarakat atau umat islam melakukan ibadah puasa dengan semangatnya, program *talkshow* ramadhan TUMAN membahas tema tersebut karena selain memberikan nasihat, motivasi, ilmu pengetahuan tentang bulan ramadhan juga memberikan tips-tips ibadah yang hendaknya dilakukan ketika bulan ramadhan yang diharapkan mampu meningkatkan keimanan penonton. Seperti, pahala apa saja yang didapat dalam menjalankan ibadah puasa, berdampak pada kesehatan tubuh, dapat mengurangi hawa nafsu seperti emosi, kemudian ibadah yang dilakukan pada bulan puasa ramadhan yaitu shalat tarawih, tadarus al qur'an, dan lainnya.

⁴⁰ Zumrodi, wawancara pribadi oleh penulis, 20 Februari, 2020, wawancara 5, transkrip.

b) Sepuluh hari ramadhan kedua

Kemudian pertengahan bulan ramadhan membahas tema salah satunya yaitu nuzulul qur'an, tema tersebut dibahas karena pada bulan ramadhan al qur'an diturunkan. Selain tema nuzulul qur'an dalam pertengahan bulan ramadhan, tema seputar alqur'an yaitu al qur'an sebagai terapi membahas bahwa al qur'an selain diturunkan untuk umat islam juga sebagai segala obat, salah satunya sebagai obat hati.

c) Sepuluh hari ramadhan terakhir

Diakhir bulan ramadhan tema yang dibahas yaitu sepuluh hari terakhir bulan ramadhan yaitu membahas tentang malam lailatul qadar yaitu jatuh pada tanggal terakhir ganjil di bulan ramadhan, amalan yang sunnah untuk dilaksanakan, selain tema tentang ramadhan juga terdapat tema tentang halal bihalal ketika idul fitri, kewajiban zakat fitrah.⁴¹ Bapak Mas'udi selaku narasumber (da'i) program Ramadhan TUMAN, menuturkan bahwa dengan memberikan materi yang mudah diterima oleh masyarakat, apalagi dakwah menggunakan media televisi menentukan materi yang sesuai dengan wilayah sasaran yaitu salah satunya masyarakat wilayah pantura utara.⁴²

Dengan menyampaikan dakwah kepada objek dakwah individu atau kelompok agar pesan dakwah mudah diterima, diyakini, diamalkan. Sebagaimana dalam surah An-Nahl (16) ayat 125⁴³:

⁴¹ Abi Damara Pratama, pesan WhatsApp kepada penulis, 9 Maret, 2020.

⁴² Mas'udi, wawancara pribadi, 19 Februari, 2020, wawancara 4, transkrip.

⁴³ Syamsyudin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 15.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (١٢٥)

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.⁴⁴

- c. Strategi dakwah dilihat dari pedekatannya
Program *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up Iman Simpang 5 TV* menerapkan strategi dakwah kultural dan struktural.

1) Strategi dakwah kultural

Kecenderungan manusia sebagai makhluk berbudaya, dalam menghasilkan budaya alternatif yang islami. Dengan lebih banyak menggunakan budaya setempat, dan lebih menyatu dengan kondisi lingkungan setempat.⁴⁵ Sesuai dengan visi misi Simpang 5 TV sendiri yaitu dari Lokal untuk Lokal maksudnya Simpang 5 TV memproduksi dan mengenalkan potensi daerah kepada masyarakat daerah agar lebih agar masyarakat lebih mengetahui dan menambah wawasan.⁴⁶

⁴⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang:CV Toha Putra Semarang), 281.

⁴⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: PT RAJA GRAFINDO PERSADA, 2017), 169-170.

⁴⁶ Rohmansyah Setiawan, wawancara pribadi oleh penulis, 30 Januari, 2020, wawancara 1, transkrip.

2) Strategi struktural

Simpang 5 TV merupakan stasiun penyiaran dibawah kepemilikan Jawa Pos, dengan program acara *talkshow* Ramadhan TUMAN bekerja sama dengan mahasiswa KPI IAIN Kudus.

Sementara itu dalam program acara *talkshow* Ramadhan TUMAN dalam komunikasi proses dakwah antara narasumber dengan khalayak. Dengan interaksi komunikasi tidak langsung yaitu narasumber berdakwah di studio berdialog dengan pembawa acara membahas tema seputar ramadhan, namun mad'u atau penonton dapat berkomunikasi lewat layar televisi. Dalam hal ini dalam program Ramadhan TUMAN menggunakan teori peluru dalam komunikasi yaitu televisi tidak dapat memengaruhi orang merubah sikap, namun televisi cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan oleh penonton, dengan kata lain media massa dapat memengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting.⁴⁷ Komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya ditunjukkan untuk memberikan pengertian, memengaruhi sikap, dan membina hubungan sosial yang baik, namun mendorong mad'u untuk melaksanakan ajaran agama dengan lebih dahulu memberikan pengertian, memengaruhi sikap, dan membina hubungan yang baik. Proses bagaimana mad'u menerima, mengolah, menyimpan, dan menghasilkan informasi dalam psikologi komunikasi disebut sistem intra personal, meliputi, sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.⁴⁸

Dari data penelitian dilapangan tentang program *talkshow* Ramadhan TUMAN Simpang 5 TV peneliti mekukan pencarian data melalui wawancara dengan penonton Ramadhan TUMAN

⁴⁷ Khomsarial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grafindo, 2016), 26.

⁴⁸ Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 149-151.

Simpang 5 TV, konsumsi media pada teori use *and gratification* bahwa pengguna memilih menggunakan media memainkan peran aktifnya. Efek kognitif komunikasi terjadi pada da'i dan mad'u atau penonton yaitu yang sifatnya informasi bagi komunikan. Hal ini dikatakan oleh salah satu penonton program Ramadhan TUMAN Simpang 5 TV yaitu Uun warga kabupaten Pati, bahwa memilih menonton program Ramadhan TUMAN Simpang 5 TV waktu menunggu berbuka puasa (ngabuburit) karena program tersebut selain dikemas secara milenial juga banyak pengetahuan tentang agama islam khususnya bulan ramadhan.⁴⁹

Efek afektif yang diberikan khalayak pada komunikasi program Ramadhan TUMAN bukan sekedar menginformasikan penonton tentang sesuatu, tetapi setelah menerima informasi, khalayak diharapkan dapat merasakannya dengan muncul rasa senang bahagia mengetahui informasi tersebut. hal ini diungkapkan oleh Efa penonton Ramadhan TUMAN, bahwa setelah menonton program Ramadhan TUMAN merasa senang, selain meningkatkan wawasan, pengetahuan tentang bulan ramadhan, juga dapat meningkatkan keimanan yaitu melakukan ibadah yang dilakukan ketika bulan ramadhan seperti menahan hawa nafsu.⁵⁰

Efek behavior yang timbul pada penonton dalam bentuk perilaku atau kegiatan. Hal ini diungkapkan oleh Rifa salah satu penonton program acara *talkshow* Ramadhan TUMAN bahwa meskipun tidak bisa melakukan yang dianjurkan oleh narasumber dalam program Ramadhan TUMAN tetapi berusaha memperbaiki ibadah dan meningkatkan keimanan.⁵¹

⁴⁹ Uun, wawancara pribadi oleh penulis, 26 Februari, 2020, wawancara 6, transkrip.

⁵⁰ Efa, wawancara pribadi oleh penulis, 26 Februari, 2020, wawancara 7, transkrip.

⁵¹ Rifa, wawancara pribadi oleh penulis, 10 Februari, 2020, wawancara 2. Transkrip.

Adanya beberapa respon dari khalayak atau penonton tentang program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV menunjukkan bahwa strategi dakwah yang digunakan dapat memengaruhi serta memberi manfaat dan menambah keimanan kepada khalayak atau penonton dirumah.

3. Analisis kelebihan dan kekurangan dalam program acara talk show ramadhan (TUMAN) Top Up Iman Simpang 5 TV 2019

Hasil data yang diperoleh peneliti tentang kelebihan dan kekurangan program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV. Dalam hal ini proses pengawasan dan evaluasi program dapat menentukan kelebihan dan kekurangan dalam program acara *talkshow* Ramadhan TUMAN Simpang 5 TV.

Kegiatan evaluasi secara periode terhadap masing-masing individu juga departemen, memungkinkan manager umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan produksi dengan menilai kinerja selama praproduksi (sebelum syuting), produksi di lokasi. Dengan berbagai masalah utama yaitu saling menunggu antara crew atau narasumber menjadi efisien waktu yang dibuat tidak berjalan semestinya, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam melakukan produksi, jam terbang (kemahiran) dalam memproduksi sebuah program.

Kegiatan pengawasan dilaksanakan berdasarkan hasil kinerja yang dapat diukur, agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif.⁵² Dalam bentuk pengawasan yang dilakukan yaitu dengan menerima keluhan dan kendala yang terjadi ketika pengambilan gambar atau saat proses syuting berlangsung. Dengan

⁵² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 354.

adanya kendala teknis kecil seperti audio yang tidak masuk, kemudian proses editing dan sebagainya.

Dalam melaksanakan penyiaran, setiap stasiun penyiaran harus mematuhi ketentuan butir 1 dan 3 yang sudah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Disusun oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui keputusan No. 9 Tahun 2004 dan harus dipatuhi oleh stasiun penyiaran. Pada program *talkshow* Ramadhan TUMAN tahun 2019 Simpang 5 TV termasuk dalam program perbincangan. Program yang berisikan pembicaraan atau pembahasan (program *talkshow*).⁵³

a. Kelebihan dalam program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV

Yaitu program menyesuaikan dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya yang dibidik dalam acara ini untuk masyarakat milenial, acara tidak membosankan karena menghadirkan narasumber yang dapat menyesuaikan dengan selera masyarakat, program dikemas dengan bentuk perbincangan atau *talkshow*, pembahasan atau materi yang dibahas adalah bukan hanya membahas pahala ramadhan tetapi juga membahas materi yang dibutuhkan oleh audien sekarang ini seperti hal-hal yang dianjurkan dan dilarang ketika bulan ramadhan yang pembahasannya dikemas untuk masyarakat milenial sekarang ini.

b. Kekurangan dari program acara *talkshow* ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV.

Interaksi antara audien dengan narasumber sangat kurang atau bisa disebut dengan komunikasi satu arah karena dalam program Ramadhan TUMAN ini hanya menghadirkan narasumber dan pembawa acara dalam membahas sebuah materi. Sehingga menurut penonton kurang puas karena tidak ada tanya jawab antara penonton dengan narasumber langsung.

⁵³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi mengelola Radio & Televisi*, 355-357.