

BAB II

STRATEGI PENYIARAN PROGRAM DAKWAH ISLAM DI SIMPANG5TV JAWA TENGAH

A. Teori yang terkait dengan judul

1. Strategi Penyiaran

a. Pengertian Strategi Penyiaran

Dalam (KBBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata dari sebuah strategi ialah kesenian dan keilmuan yang menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melakukan atau menjalankan kebijaksanaan tertentu dalam perdamaian maupun peperangan. Kesenian maupun keilmuan memimpin pasukan atau prajurit tentara untuk berhadapan dengan musuh dalam peperangan, dalam keadaan menguntungkan. Strategi ialah rencana ataupun konsep yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan atau sasaran yang tepat.

Menurut Davis dalam Andi Fachrudin, Strategi adalah manajemen maupun perencana untuk mencapai sebuah tujuan, akan tetapi untuk mencapainya sebuah tujuan tersebut, strategi tidak berguna sebagai isyarat sebuah jalan, aka tetapi strategi hanya bisa memperlihatkan arah saja bagaimana rencana operasionalnya.¹

Sedangkan penyiaran ataupun yang bahasa Inggrisnya terkenal dengan nama *broadcasting* merupakan kesetuhan dalam rangkaian tindakan penyampaian sebuah siaran dimulai dari proses penyiapan materi produksi, terus produksi, selanjutnya penyiapan bahan siaran, sesudah itu, pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pihak pemirsa atau penonton dan pendengar di satu tempat tersebut.²

¹ Andi Fachrudin, "Strategi Program Tayangan *Infotainment* di RCTI", *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 13, No. 01, (2014), 143.

² Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hal. 43

Jadi, strategi dalam penyiaran merupakan suatu perencanaan atau taktik yang berfungsi menyampaikan siaran sampai kepada pendengar atau pemirsa. peristiwa tersebut dipertimbangkan berdasarkan kekurangan maupun kelebihan biar tercapai suatu haluan tertentu.

b. teori strategi program

Berbicara mengenai proses pengemasan sebuah program sangat bersangkutan dengan peran kelompok divisi maupun program departemen. Program departemen serta program manajer stasiun penyiaran mempunyai tingkatan yang sangat baik dan strategis dalam menunjang suatu keberhasilan pada stasiun penyiaran. Berdasarkan sudut pandang manajemen ataupun yang sering disebut juga dengan manajemen strategi, program siaran meliputi perencanaan sebuah program, produksi dan pembelian program, eksekusi sebuah program dan pengawasan serta evaluasi sebuah program.³ Berikut ini penjelaannya:

1) Perencanaan sebuah program

Dalam perencanaan sebuah program, biasanya sebagai tanggung jawab manajemen teratas pada sebuah stasiun penyiaran, khususnya manajer sebuah program terlebih dahulu berkonsultasi kepada manajer marketing serta manajer umum.⁴ Oleh karena itu dalam merencanakan suatu program departemen juga harus bertukar pikiran dengan pemasaran departemen. Sehingga Terwujudnya sebuah program serta keberhasilannya berdasarkan pendapat antara pemasaran departemen dan program pemasaran.

Dalam industri penyiaran, perencanaan suatu program itu sangat penting di dalam berkompetisi merebut hati audien. Satu stasiun penyiaran selalu

³ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal.273

⁴ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal.275

merencanakan programnya secara baik dan menarik, yakni mengatur segala acara dengan sebaik mungkin, agar tetap dan bisa menarik hati dan menjaga dalam hal ketertarikan kepada audiennya.⁵

Selanjutnya ada hal-hal yang juga sangat perlu diperhatikan dalam merencanakan suatu program, yaitu mengadakan sebuah analisis serta strategi program, melakukan yang namanya bauran program, mengadakan sebuah perencanaan, mempertimbangkan faktor sebuah program, serta menentukan tujuan dan sumber suatu program.⁶

Pertama, mengadakan yang namanya analisis serta strategi program. Analisis strategi yang dilakukan menurut analisis situasi, yakni sebuah studi terinci yang berkenaan dengan kondisi pasar audien yang dihadapi suatu stasiun penyiaran beserta keadaan program yang sudah tersedia.

Dalam hal tersebut suatu media penyiaran wajib memahami pasar audien yang mencakup tingkat persaingan serta segmentasi audien. Analisis situasi ini terbagi menjadi analisis kompetitif dan analisis peluang.⁷ *Analisis peluang yakni* Analisis yang teliti terhadap pasar audien. Analisis dengan mempertimbangkan sebuah pasar audien serta menyesuaikan kebutuhan dan permintaan dari berbagai segmen audien yang berbeda.⁸ Sedangkan dalam *analisis kompetitif* suatu proses yang direncanakan dalam strategi program yang mengutamakan dengan keuntungan kompetitif, seperti halnya kecakapan suatu stasiun

⁵ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Penyiaran, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hal. 127

⁶ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 278-299

⁷ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 278

⁸ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 279

penyiaran untuk memproduksi sebuah program yang menarik dan berkualitas dengan ongkos minim atau rendah, sehingga harga program otomatis menjadi lebih murah. Suatu stasiun penyiaran akan bersaing dengan stasiun lainnya di dalam merebutkan perhatian hati audien yang sama-sama memiliki demografi.

Menurut Peter Priangle, bahwasannya dalam keberhasilan suatu stasiun televisi untuk melaksanakan programnya wajib meliputi tiga hal yaitu; kemampuan untuk memproduksi program sendiri ataupun membeli program yang memiliki daya tarik bagi pemirsa (*the ability to produce or buy programs with audience appeal*), menayangkan sebuah program pada waktu yang dapat dilihat oleh audien yang sudah menjadi sasaran (*air them at times when they can be seen by the audience to which they appeal*), serta membangun sejumlah program individu ke dalam suatu daftar yang dapat mendorong pemirsa untuk menonton televisi tetap berada pada salurannya dari satu program ke program berikutnya (*build individual programs into a schedule that encourages viewers to tune to the station and remain with it from one program to the next*).⁹ Kedua, bauran atau campuran sebuah program. Setelah membahas mengenai pemilihan sebuah target pemirsa, berkenaan siapa pemirsa yang menjadi titik pusat sebuah program dan kebutuhan yang belum di penuhi atau terpenuhi.

Dapat diterapkan campuran atau bauran sebuah program di dalam strategi program media penyiaran, yang terdiri atas bagian-bagian sebagai berikut:¹⁰

⁹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 280

¹⁰ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 281

- a) produk sebuah program, bahwa program yakni sebuah produk yang ditawarkan pada pemirsa ataupun audien terdiri atas nama program dan kemasan program.
- b) Harga sebuah program, yaitu harga program yang mencakup pembiayaan produksi sebuah program dan ongkosnya akan dikenakan pada pihak pemasang iklan pada sebuah program yang bersangkutan dan yang ditampilkan.
- c) Distribusi sebuah program, yaitu suatu proses yang dikirim dari pengirim hingga diterima melewati suatu pesawat televisi.
- d) Promosi sebuah program, suatu proses memasarkan sebuah program untuk menarik pemirsa.

Dari bagian-bagian bauran program diatas, akan masuk ke dalam suatu strategi sebuah program yang bisa dibilang berhasil atau efektif. Sehingga keempat hal ini juga akan mendukung sebuah keefektifan maupun keberhasilan sebuah program yang sudah direncanakan. Dan *Ketiga* yakni perencanaan. Melaksanakan sebuah perencanaan mengenai bagaimana manajemen materi sebuah siaran dalam jangka sehari, seminggu, bahkan setahun dan mengalokasi waktu.¹¹ Sebab itu, alangkah baiknya secara rutin mengganti ulang penjadwalan, dan diharapkan bisa merebut pemirsa karena hadirnya program-program yang terbaru.¹²

Selanjunya Target audien, suatu perencanaan sebuah program acara televisi diarahkan untuk bisa mempertimbangkan serta memilih dan menjadwalkan penayangan agar bisa menarik hati pemirsa dalam waktu tertentu.¹³

¹¹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 286

¹² Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Penyiaran, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hal. 127

¹³ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 288.

Dalam hal itu, bagian program wajib melakukan penelitian agar bisa mengetahui bagaimana situasi ataupun keadaan pemirsa serta apa saja yang baru dibutuhkan oleh pemirsa televisi. Sedangkan sasaran target suatu pendapatan. Peter Pringle dan rekan perencanaan program menjelaskan bahwa pengembangan rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan suatu stasiun penyiaran untuk bisa mendapatkan programnya dan sebuah tujuan keuangannya "*the development of short, of medium, and of long-range plans to permit the stasiun to attain its programming and its financial objectives.*"

Bisa tarik sebuah simpulan, bahwasanya didalam merencanakan sebuah program wajib ditetapkan sasaran target pendapat yang diharapkan bisa diterima dari pihak penayangan sebuah program. Sebab ini, dalam bagian program wajib selalu bertukar pikiran atau berkonsultasi dengan pihak pemasaran, supaya bisa berjalan dengan semestinya dan bisa berhasil sesuai apa yang sudah direncanakan. *Keempat* yakni Tujuan sebuah Program. Tujuan ini dibuat supaya bisa mendapatkan peningkatan dalam hal kuantitas pemirsa, kepentingan sebuah publik ataupun pemenuhan kebutuhan pemirsa dan penghargaan sebuah program acara.¹⁴ *Kelima* Faktor Program. Dalam *memplanning* program wajib mempertimbangkan dari beberapa faktor sebelum program disiarkan. Peter Pringle dalam bukunya Morissan mengatakan bahwa ada beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut:¹⁵

Persaingan, yaitu menjadi hal utama yang perlu diketahui adalah bagaimana kelemahan serta

¹⁴ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 294

¹⁵ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 294

kelebihan atau kekuatan stasiun televisi lain. Ada dua hal dalam menayangkan sebuah program yakni mencoba menarik hati pemirsa yang mengikuti sebuah program stasiun televisi saingan dengan menghadirkan sebuah program yang maasih sejenis, dan tidak menayangkan sebuah program yang sama melainkan wajib menyiarkan sebuah program berbeda, tujuannya untuk memenuhi pemirsa yang belum terpenuhi.

Selanjutnya *Ketersediaan Pemirsa*, Pengelola program dalam menentukan sebuah penyiaran program wajib memperhatikan ketersediaan pemirsa pada setiap waktu siarannya. Contohnya, pada waktu pagi hari dan penyiaran di mulai pukul 06.00-09.00 WIB pemirsa yang ada sebagian besar merupakan ibu rumah tangga, anak-anak, pensiunan, karyawan yang ada di kantor ataupun yang akan berangkat kerja dan pelajar atau mahasiswa.

Kebiasaan Pemirsa, Pengurus sebuah program wajib mempunyai misi dan tujuannya membentuk kebiasaan pemirsa secara terus menerus. Contohnya menyiarkan sebuah program drama dalam jangka seminggu satu kali dan seterusnya. Sehingga, Hal tersebut justru akan membuat pemirsa terbiasa akan tayangan program-program yang sudah dihadirkan setiap minggunya. Pemirsa terbanyak ialah terdapat diwaktu jam siar utama atau (*prime time*) dan sedikit pemirsa yang menonton saat waktu dini hari. Sehingga, untuk keefektifan ataupun keberhasilan suatu perencanaan sebuah program dan membentuk kebiasaan pemirsa yang menonton, maka penyesuaian dengan jam tayang pemirsa televisi terbanyak.

Aliran Pemirsa, Mempertahankan pemirsa supaya tetap dan istikomah mengikuti sebuah program acara yang disiarkan tentunya menjadi suatu hal yang cukup menyulitkan. Pengelola sebuah program wajib sanggup menyusun sebuah

jadwal supaya tidak mengalami kehilangan suatu pemirsa. Contohnya pengelola program harus menayangkan di jam siar utama dengan program yang terbaik dan disukai audien, agar tidak pindah ke Cenal lain.

Ketertarikan Audien, Hiburan contohnya, senantiasa menjadi sebuah program yang diminati maupun dicari dan dinanti oleh pemirsa. Akan tetapi, tidak harus juga dihadirkan dengan sebuah program hiburan, tepatnya sesuai selera suatu wilayah. Pengelola program bisa menyesuaikan minat audien.

Ketertarikan Oleh Pemasangan Iklan, suatu penyiaran sebuah program wajib dan dapat menarik hati kepada pemasang iklan, hal ini bisa menunjang keberhasilan sebuah program anggaran. Biaya pembelian atau pembuatan sebuah program menjadi faktor penentu dalam hal apa yang dapat disiarkan oleh lembaga penyiaran.

Ketersediaan Sebuah Program, Stasiun Penyiaran Televisi wajib mempunyai yang namanya stok sebuah program. Hal itu memungkinkan suatu program disiarkan beberapa kali atau sudah banyak disiarkan dalam jangka waktu yang tidak ditentukan, jika stok program mengalami keterbatasan, maka bisa ditayangkan ulang lagi. Contohnya, Program Si Bolang di Trans 7, program tersebut sangat disukai audien dan menjadi acara favorit anak-anak. Pengelola program harus menyimpannya karena program tersebut sewaktu-waktu di rindukan oleh audien.

Produksi Sendiri, Sumber daya manusia atau juga disebut SDM, peralatan, teknis, fasilitas dan kelengkapan lainnya bisa menjadi pertimbangan untuk melaksanakan sebuah produksi program sendiri. Selanjutnya ialah *Keenam* bahwa menentukan sumber sebuah program acara Televisi. Yang artinya stasiun penyiaran televisi wajib mempersiapkan puluhan jam penyiaran dalam setiap minggunya serta ratusan jam

penyiaran dalam setiap bulannya. Hal itu, diperlukan supaya program untuk mengisi pada jam penyiaran tetap tersedia. Stasiun penyiaran Televisi mempunyai beberapa sumber sebuah program yaitu produksi sendiri, rumah produk, perusahaan sindikasi, pemasang iklan, stasiun jaringan, perusahaan film yang sudah besar,

Penjelasan mengenai sumber proram sebagai berikut:

- a) Produksi Sendiri. SDM atau sumber daya manusia yang memadai akan sangat menunjang sebuah stasiun Televisi untuk memproduksi program sendiri. Program berita menjadi salah satu contoh program yang paling sering diproduksi sendiri.

Sumber Daya Departemen (SDD) pemberitaan seperti reporter serta cameramen atau juru kamera yang bertugas mendapatkan sebuah berita untuk disiarkan. Selain itu biasanya pemberitaan Televisi juga melaksanakan produksi sendiri baik program informasi seperti halnya variety show, talk show serta musik dan lain sebagainya.¹⁶
- b) Rumah Produksi. Merupakan stasiun televisi yang bisa memperoleh sebuah program melewati *production home* ataupun rumah produksi. *Production home* atau Rumah produksi terbagi menjadi dua yaitu rumah produksi khusus atau *specialized production house* dan *independent production companies* (IPC).¹⁷
- c) Pemasang iklan. didalam keefektifan atau keberhasilan sebuah program juga bisa dilihat dari banyaknya iklan yang masuk. Pada pihak pemasang iklan jarang sekali memproduksi

¹⁶ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 299

¹⁷ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 302

programnya sendiri dikarenakan SDM atau sumber daya manusianya tidak bergerak dalam bidang tersebut. Oleh karena itu, langkah yang dilakukan pihak pemasang iklan ialah memilih *production home* atau produski rumahan ataupun lembaga stasiun Televisi untuk memproduksi sebuah program yang bersangkutan.¹⁸

- d) Stasiun Jaringan. Sebuah program televisi bisa didapatkan melalui kerjasama dengan pihak televisi jaringan. Sebab itu, didalam memperoleh suatu program yang diinginkan stasiun penyiaran Televisi lokal juga bekerja sama dengan stasiun jaringan, dan begitupun stasiun jaringan juga bekerjasama dengan pihak stasiun jaringan begitupun seterusnya.¹⁹ Selanjutnya Stasiun lokal. Hal ini hubungannya sama halnya dengan stasiun jaringan. yang membedakan ialah Televisi lokal menyuplai program kepada pihak Televisi lokal yang lainnya. Oleh karena itu, ketika sebuah program Televisi lokal dan dikirimkan pada Televisi lokal lainnya dan mendapatkan audien cukup banyak, maka bisa dikatakan program tersebut dinyatakan berhasil. Selain itu program bisa lebih disebarluaskan dan bisa melaksanakan transaksi jual beli sebuah program antara Televisi lokal lainnya.²⁰
- e) Perusahaan film yang besar Stasiun Televisi sangat beruntung jika bekerjasama dengan pihak perusahaan film yang sudah besar selain itu, dari hasil programnya yang baik dan berkualitas serta juga reputasinya sudah sangat bagus dan sudah tidak bisa diragukan lagi.

¹⁸ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,305

¹⁹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,301

²⁰ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,301-302

Selain itu SDM Sumber daya manusia perusahaan film besar juga sangat bermutu dan berkompeten didalam bidang tersebut.²¹

2) Produksi program dan Pembelian program

Didalam buku Morissan mengatakan bahwa, tahapan selanjutnya sesudah perencanaan ialah tahapan produksi sebuah program dan pembelian program.²² Produksi siaran artinya memadukan antara keterampilan, kreativitas, kemampuan serta wawasan untuk mengoperasikan suatu alat produksi program. Jika stasiun penyiaran Televisi tidak mempunyai hal-hal tersebut maka bisa mendapatkan sebuah program salah satunya dengan membeli suatu program. Dalam pendapat Morissan, berdasarkan awal mula program penyiaran televisi dilihat dari siapa saja yang memproduksi program diantaranya sebagai berikut:

- (1) Program dengan produksi pihak lain seperti halnya jenis program *entertainment* atau hiburan, misal program *reality reality show*, program musik (video klip), dan program drama seperti film tatenovela, serta sinetron. dan lain sebagainya.
- (2) Program dengan produksi sendiri. Seperti program informasi dan yang terkait dengan news atau pemberitaan. Seperti: *infotainment*, *feature*, film, news laporan khusus, fenomena dalam sosial, talk show atau perbincangan. Selain itu juga terdapat sebuah program yang di indoor atau didalam ruangan studio seperti *variety show*, *game show*, music, dan kuis program tersebut termasuk sebuah program yang di produksi sendiri.²³

²¹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,303

²² Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,273

²³ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,308.

Hal tersebut belum mempunyai sifat yang mutlak, hanya saja menjadi hal yang sudah biasa bagi masing-masing stasiun penyiaran Televisi. Sinetron atau drama televisi biasanya diproduksi dari pihak luar stasiun seperti Sinemart yang ada di SCTV, dan bukan berarti pihak stasiun Televisi tidak bisa melakukan produksi program sendiri.

Bisa ditarik simpulan bahwasannya sebuah program dapat diproduksi stasiun penyiaran Televisi dan juga bisa diproduksi pihak lain atau selain stasiun Televisi. Oleh karena itu tergantung dari SDM sumber daya manusia, fasilitas stasiun Televisi serta kesanggupan pada pihak stasiun penyiaran Televisi.

Suatu stasiun penyiaran Televisi dalam melakukan produksi sebuah program memiliki cara menyiarkan yang berbeda, tergantung konsep dan jenis sebuah program yang akan memasuki proses produksi.

Andi Fachrudin mengatakan ada dua jenis teknik atau cara dalam memproduksi sebuah program, yaitu Taping dan Live:

- a. Taping. Merupakan sebuah proses produksi yang berlangsung tanpa adanya jeda iklan sampai selesai atau proses produksi dengan berlangsungnya tanpa henti. Teknik taping sama halnya dengan teknik live tetapi teknik taping harus melalui tahapan editing atau pasca produksi. Dan hasil dari teknik taping masih melalui proses edit dan ditayangkan sesuai jadwal dan sewaktu-waktu siarnya.
- b. On Air atau bisa disebut Live merupakan sebuah program yang disiarkan dengan cara live atau langsung.

Yang dimaksud dalam hal ini ialah tahap akhir dari sebuah produksi program. Dan program yang sering live biasanya seperti program peringatan hari-hari penting, talk

show, konser, news atau berita dan lain sebagainya.²⁴

Selanjutnya berdasarkan waktu dan jenis siarannya produksi program atau pembelian sebuah program pada Televisi terbagi menjadi dua jenis yakni *day time series* atau program untuk waktu siar lainnya dan *prime time* atau juga disebut waktu siar yang utama. Dan untuk waktu siar yang utama berlangsung antara pukul 19.30 sampai 23.00 WIB. Selanjutnya sebuah program pada waktu tayang tersebut akan menghadapi level tingkat persaingan yang lebih tinggi didalam merebutkan hati pemirsa. Hal ini disebabkan karena banyaknya sebuah stasiun penyiaran Televisi yang bersaing atau menghadirkan maupun menyajikan suatu tayangan program yang baik dan menarik. Hal tersebut kembali dengan jenis sebuah program apa yang bisa menarik hati pemirsa.²⁵ Jadi, pengurus pihak stasiun Televisi dalam melaksanakan pembelian sebuah program wajib mempertimbangkan atau memikirkan biaya yang akan keluar dan pendapatan yang akan masuk berdasarkan banyaknya pemasang iklan yang masuk.

3) Eksekusi suatu program

Morissan mengatakan, bahwa eksekusi suatu program merupakan langkah lanjutan dari sebuah produksi maupun pembelian program. Eksekusi sebuah program meliputi, kegiatan untuk menayangkan sebuah program sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan di sebuah perusahaan tersebut. Hal ini juga berhubungan

²⁴ Andi Fachruddin dan Hidajanto, *Dasar-Dasar Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.25.

²⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*,332

dengan strategi penyiaran atau penayangan dan juga pembagian waktu siaran.²⁶

Didalam eksekusi sebuah program, merupakan hal yang harus amat diperhatikan, karena menjadi titik tumpu atas keberhasilan dalam persaingan dengan Televisi lain untuk merebutkan hati pemirsa. Beberapa hal, yang perlu diperhatikan dalam merebutkan hati pemirsa seperti, melakukan perubahan jadwal jam tayang acara program jika diperlukan, hal ini sebagai salah satu cara atau strategi dalam bentuk penataan acara yang lebih baik. Dalam hal, ini pengurus sebuah program wajib cermat dalam melakukan atau memilah sebuah program yang bagus untuk penataan pada jadwal siaran program agar mendapatkan hasil yang maksimal dan efisien. Berikut ini penjelasan mengenai strategi penyiaran atau penayangan dan pembagian waktu jam siar sebagai berikut:

a. Pembagian waktu siar

Berdasarkan perilaku pemirsa televisi mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali ialah waktu siar dibagi menjadi lima segmen, dan tiap-tiap segmen tentunya mempunyai cirikhas pemirsa yang berbeda-beda. Menurut Morissan, Pengurus sebuah program untuk membagi jam siarnya yaitu:

Prime Time	pada jam 19.30-23.00
Late Fringe Time	pada jam 23.00-01.00
All Other Time	pada jam 01.00-10.00
Day Time	pada jam 10.00-16.30
Fringe Time	pada jam 16.30-19.30

Pemirsa yang paling banyak terdapat pada waktu jam siar prime time. Sedangkan penonton yang berbeda pada jam ini, adalah mereka yang masih muda, tua, anak-anak, dan

²⁶ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,342.

sebagainya.²⁷ Selanjutnya, Selaku pengurus stasiun penyiaran Televisi wajib bisa menempatkan suatu program terbaiknya pada waktu jam siar prime time ini. Selain itu, waktu jam siaran ini kemungkinan besar terjadi sebuah persaingan untuk saling merebutkan hati para pemirsa, oleh karena itu, hampir rata stasiun penyiaran Televisi harus mengeluarkan banyak biaya untuk tujuan memenuhi sebuah program di jam siar prime time tersebut.

Dan berbeda juga saat hari sabtu dan minggu atau akhir pekan, pada waktu jam other time ini waktu dimulai dari pukul 01.00-07.00 WIB atau selesai lebih cepat yaitu 3 jam dibandingkan hari-hari biasanya. Hal ini, menjadi suatu tanda bukti bahwasannya di akhir pekan atau hari sabtu dan minggu tidak sedikit pemirsa yang menonton acara televisi di pagi hari.²⁸

Dalam pengelompokan waktu jam siar tersebut, berdasarkan deri tingkah laku pemirsa disaat sedang menonton acara Televisi. Tingkah laku tersebut sangat berhubungan dengan banyaknya jumlah pemirsa, stabilitas pemirsa, aliran modern, Tuning interia, serta pangaruh demografis dan penjelasnya sebagai berikut:

- a) Jumlah pada pemirsa, pada umumnya paling tinggi ialah saat waktu jam siar malam hari atau *prime time* yang dimulai pada jam 19.00-22.00 WIB dan terjadinya penurunan sampai pada waktu dini hari atau tengah malam, hingga mengalami peningkatan lagi pada waktu di jam siang harinya. Oleh karena itu, tingkah laku pada jam tertentu

²⁷ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,344.

²⁸ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,344.

biasanya pemirsa sedang melakukan istirahat dari aktivitasnya sembari menonton acara program Televisi yang sukainya.

- b) Stabilitas audien, yaitu jumlah audien yang relatif tetap atau stabil.²⁹ Dalam arti tingkah laku audien atau pola audien yang sama, mulai ramai di malam hari, dan semakin sepi di waktu dini hari dan kembali ramai siang hari. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah audien tetap atau stabil.
- c) Aliran audien, yaitu apa yang akan terjadi setelah program berakhir. Aliran program terbagi menjadi tiga yaitu:
 1. Aliran keluar, maksudnya saat program selesai, audien langsung meninggalkan stasiun Televisi tersebut dan menuju ke stasiun Televisi yang lain.
 2. Aliran ke dalam, maksudnya masuknya audien dari stasiun Televisi lain.
 3. Aliran tetap, maksudnya audien masih tetap setia menonton tayangan stasiun Televisi tersebut, dari awal sampai akhir atau tidak berpindah ke Televisi lain.³⁰
- d) *Tuning Inertia*, (inertia memiliki arti lamban untuk pindah saluran) yaitu Perilaku audien terhadap *remote control* biasanya hal ini terjadi karena kelambanan audien untuk memindah ke stasiun lain. Sehingga, audien sering menetap sesaat untuk memindah.
- e) Pengaruh demografis, menurut Head Sterling menyatakan bahwa sikap audien berdasarkan karakteristik demografis mereka. Dan berikut demografis audien:
 - 1) Usia, merupakan batas berapa lama audien menonton Televisi. Jadi, semakin

²⁹ Hidajanto Djamal, *Tv Programming*, (Jakarta: Kencana, 2017), 52-53.

³⁰ Hidajanto Djamal, *Tv Programming*, (Jakarta: Kencana, 2017), 55

- meningkat usia akan mempengaruhi kualitas berapa lama menonton Televisi.
- 2) Pendidikan, semakin meningkat pendidikan semakin menurun menonton Televisi.
 - 3) Keluarga, bagaimana kondisi keluarga juga sangat mempengaruhi waktu untuk menonton Televisi, seperti keluarga kecil maupun keluarga besar, keluarga kecil yang akan lebih luang waktunya untuk menonton program acara Televisi yang disukainya.
 - 4) Tempat tinggal, sebuah penduduk yang tinggal di suatu kota yang besar akan lebih sering menonton program acara Televisi dibandingkan penduduk yang tinggal di pedesaan.
 - 5) Pekerjaan, semakin bertambahnya profesionalitas dalam pekerjaan, akan semakin juga berkurangnya waktu untuk menonton program acara Televisi yang disukainya.
 - 6) Jenis kelamin, wanita dianggap lebih dominan sebagai pemirsa yang sangat sering menonton program acara Televisi.³¹
- b. Strategi Penyiaran

Pengurus program stasiun penyiaran Televisi wajib mencari upaya atau berusaha biar pemirsa bisa terus menerus mengikuti serta menyukai sebuah program acara yang ditayangkan. Strategi yang sudah tak asing lagi ialah dengan menampilkan sebuah cuplikan, yang didalamnya tercantum suatu ketegangan, yang berupa paling dramatis serta menggoda dan memancing sehingga menimbulkan sebuah rasa penasaran dan hanya bisa terjawab disaat pemirsa tersebut selalu

³¹ Hidajanto Djamal, *Tv Programming*, (Jakarta: Kencana, 2017), 57-58

mengikuti program acara yang telah dihadirkan sebuah stasiun penyiaran Televisi tersebut.³² Sehingga untuk semua program acara yang telah diminati banyak pemirsa, untuk jam penyiarannya jangan disamakan melainkan dibaur atau dicampur agar kesannya lebih menarik dan baik dimata pemirsa agar tetap bertahan pada satu stasiun penyiaran Televisi tersebut.

Head-Sterling dalam sebuah buku Morissan menyatakan, bahwasannya stasiun penyiaran Televisi mempunyai beberapa strategi dalam berupaya menarik hati pemirsa serta menahan pemirsa agar selalu tetap setia, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Head to Head*, maksudnya salah satu strategi untuk merebutkan hati pemirsa agar bisa teratrik dan pindah dari suatu stasiun penyiaran Televisi saingan dengan cara menghadirkan sebuah program yang sama akan tetapi dikemas lebih ciamik dari Televisi saingan. apabila terjadi masalah waktu siar program dengan jam yang sama, sebaiknya pengurus program mempertimbangkan, apakah program barunya dapat menarik kuat pemirsa untuk pindah dari stasiun Televisi saingan. Jika program tersebut tidak mampu bersaing lebih baiknya dicarikan jam tayang yang berbeda. Salah satu program yang sering bersaing dengan menggunakan head to head adalah program berita.
- 2) Bloking sebuah program, starategi ini sama halnya dengan konsep pemirsa yang tetap atau biasa dibilang *flow thought*. Lembaga Nielsen dimana pemirsa bisa dipertahankan agar tidak pindah ke stasiun Televisi lain

³² Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi,345

maupun selalu menjadi pemirsa yang setia. Seperti halnya, menghadirkan film dan sinetron disepanjang malam atau jam-jam istirahat.

- 3) Program pertandingan, pola strategi penayangan program ini dikonsepsi untuk merebut hati pemirsa yang berada dalam stasiun penyiaran Televisi saingan, caranya menjadwalkan sebuah program yang sudah memiliki daya tarik berbeda tujuannya untuk menarik hati pemirsa yang belum terpenuhi dalam kebutuhannya. Jadi, sebuah stasiun Televisi lebih efektif menghadirkan sebuah program yang berbeda dari televisi lainnya dan memiliki ciri khas tersendiri dari pada mengikuti konsep dari program televisi lainnya.
- 4) Pendahuluan kuat, dalam sebuah strategi atau cara penayangan ini dilakukan agar bisa mendapatkan hati pemirsa sebanyak mungkin, dengan cara menghadirkan sebuah program yang kuat dan menarik pada segmen awal jam waktu siar. Seperti halnya, menghadirkan tayangan sebuah program berita dalam jangka lokal di awal waktu jam siar atau *day time* yaitu pada pukul (jam 10.00 atau 11.00) yang menjadi salah satu strategi pengantar menuju program berita yang berjangka nasional.
- 5) *Stunting* atau biasa disebut Penghalang, merupakan strategi untuk merebut dalam hal perhatian pemirsa dengan melakukan perubahan pada jadwal jam siar program acara secara cepat dan efektif. Contohnya, menghadirkan sebuah program seri film drama yang memiliki durasi waktu tayang yang cukup panjang.
- 6) Strategi buaian, atau biasa disebut strategi untuk membuat buaian maksudnya sebuah cara untuk membangun pemirsa pada satu

acara baru ataupun meningkatkan sejumlah pemirsa atas sebuah program yang rating popularitasnya sudah mulai menurun. Caranya ialah menempatkan program acara tersebut yang bersangkutan, di tengah-tengah antara dua program yang popularitasnya sedang naik rating. Sehingga, pemirsa secara tidak langsung ikut menonton program tersebut sesuai program yang naik rating di awal sudah selesai dan menunggu program selanjutnya yang juga sedang naik rating.

- 7) Selanjutnya Strategi lainnya, strategi ini maksudnya adalah tetap mempertahankan sebuah program acara yang berhasil atau naik rating pada posisi yang sekarang.³³ Untuk itu, sebuah stasiun penyiaran Televisi dalam menghadirkan sebuah program lebih baik dengan cara tetap konsisten, karena pemirsa lebih suka dengan program yang digemarinya dan tetap dalam penjadwalan.

c. Pengawasan program Dan Evaluasinya

Pengawasan sebuah program acara dan evaluasinya ialah tahapan agar bisa melihat apakah suatu program yang ditayangkan tersebut sudah sesuai dan tepat dengan apa yang sudah direncanakan atau malah melenceng dengan apa yang sudah direncanakan. Maksudnya ialah Tim dari pengawasan dan Evaluasi program itu memantau betul saat program tayang, sehingga bisa tahu mana yang wajib di evaluasi ataupun yang perlu di cek kembali lagi.

Dalam sebuah program acara Televisi terdapat perolehan rating tinggi, yang artinya meraih banyak perhatian dari khalayak umum atau pemirsa. Dalam suatu proses pengawasan

³³ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 346-348

program dan evaluasi program ini ialah untuk menentukan seberapa keberhasilan suatu program yang telah direncanakan oleh perusahaan. Sehingga, untuk tahapan ini diharapkan nantinya akan kelihatan beberapa kelebihan serta kelemahan sebuah program yang ada di stasiun penyiaran Televisi tersebut.

Pengurus sebuah program stasiun dalam mengonsep acara wajib mengelompokkan setiap program acara yang akan disiarkan. Karena Hal tersebut sangat menentukan kapan dan bagaimana suatu program acara bisa ditayangkan dengan baik.

Ada beberapa jumlah ketentuan yang tepat dengan tingkah laku suatu Penyiaran serta Standar pada Program Siaran yang menjadikan sebuah dasar dalam pengawasan setiap program yang akan disiarkan.

Didalam suatu evaluasi program bisa dilihat hasilnya melalui lapangan, dan juga bisa melalui dari pendapat lisan serta non lisan melalui sebuah dokumen, media cetak maupun media massa, dan biasanya identi berhubungan dengan metode kualitatif atau qualitative methods. Hal ini, wajib menjadi sebuah perhatian khusus untuk memperbaiki sebuah program yang ditayangkan pada stasiun penyiaran tersebut.

Menurut Peter Pringle bahwasannya hal pengawasan suatu program (*program control*), manajemen program wajib melakukan hal-hal sebagai berikut, antara lain:³⁴

- 1) Mengawasi semua isi program biar sesuai dengan aturan perundangan yang berlaku dan standar P3SPS.
- 2) Memelihara catatan (*record*) program yang telah disiarkan.

³⁴ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 355

- 3) Mempersiapkan standar program acara stasiun penyiaran
- 4) Memastikan bahwasanya biaya sebuah program tidak melebihi jumlah yang sudah direncanakan.
- 5) Memastikan ketaatan sebuah stasiun penyiaran terhadap kontrak yang sudah dibuat. Seperti halnya lembaga lisensi lagu serta rekaman, penyetok program, stasiun jaringan dan lain sebagainya.
- 6) Mengawasi serta mengarahkan kegiatan staf departemen pada program siaran.

Didalam tahapan evaluasi juga tidak bisa asal-asalan dalam mengevaluasi sebuah program acara. Selain mengevaluasi dengan memakai ketentuan sebuah stasiun penyiaran Televisi, wajib juga memperhatikan dari beberapa hal yang terdapat didalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Perilaku Siaran atau P3SPS.

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Perilaku Siaran ialah sebuah panduan tentang batasan-batasan yang mencakup apa saja yang diperbolehkan serta apa saja yang tidak diperbolehkan yang berlangsung dalam sebuah proses pembuatan suatu program siaran Televisi. Sedangkan, standar program dalam siaran ialah panduan tentang batasan-batasan yang mencakup apa saja yang diperbolehkan dan apa saja yang tidak diperbolehkan dalam penayangan ataupun siaran sebuah program Televisi. Sehingga, dalam hal ini adalah sebuah satu kesatuan dan tidak bisa dipisahkan, serta sebagai acuan bagi pihak stasiun penyiaran didalam menjalankan suatu program masing-masing, dan menjadi pedoman pihak Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam melakukan sebuah pengawasan.

2. Program Siaran Televisi

a. Pengertian program

Program maksudnya semua hal yang dihadirkan pada stasiun penyiaran televisi untuk mencukupi segala apa yang dibutuhkan oleh pemirsa.³⁵ Sebuah program menjadi salah satu faktor utama dalam hal keberhasilan segi keuangan suatu stasiun penyiaran Televisi.

Kata “program” yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *program* atau *programme*³⁶ yang memiliki a sebuah arti rencana ataupun sebuah acara. Lain dari itu, program juga memiliki istilah “siaran” yang memiliki arti sebagai pesan yang ditampakkan didalam berbagai semua wujud. Dan yang kita biasa lihat didalam dunia broadcasting, biasanya lebih terkenal menggunakan kata *programme*.

Hidajanto dan Fachruddin mengemukakan bahwasanya program ialah sebuah benda yang ikhtisar yang mempunyai fungsi memuaskan yang berhubungan dengan batin, sehingga pemirsa menilai sekaligus merasakan program tersebut bagus atau sebaliknya dalam merasakan suatu program acara.³⁷

Program juga bisa dianalogikan ataupun disamakan dengan suatu barang ataupun prodak atau bisa juga pelayanan (*service*) yang dijual kepada pihak lain yakni pemasang iklan maupun pemirsa.³⁸

Sehingga, program ialah suatu pesan yang dihadirkan oleh lembaga stasiun penyiaran untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh khalayak umum atau pemirsa. Oleh sebab itu, biasanya sebuah program bisa dibilang efektif maupun berhasil yakni program

³⁵ Morissan, 2008 (Andi Fachrudin, “Strategi Program Tayangan Infotainment di Rcti” Jurnal Visi Komunikasi 13, no 1 (2014):142

³⁶ Programme merupakan penulisan gaya Inggris sementara program merupakan penulisan gaya amerika (Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta, Prenada Media Group, 2015), 209

³⁷ Hidajanto Djamel dan Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Penyiaran, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 149

³⁸ Morissan, manajemen media penyiaran, 210

yang sudah banyak di ikuti dan ditonton oleh pemirsa televisi.

Didalam bagian sebuah program acara yang efektif maupun baik, terdapat juga teknisi atau orang yang sudah mengetahui bagaimana penyesuaian keadaan dan selera khalayak umum dalam kebiasaan menonton program acara Televisi. Dan untuk mengurus sebuah program acara, seorang manajamen perencanaan program acara tersebut, wajib mempertimbangkan pikirannya untuk empat hal ini, yakni:³⁹

- 1) Place, maksudnya kapan waktu jam siar yang tepat untuk sebuah program acara tersebut.
- 2) Promotion, yakni bagaimana strategi pemasaran didalam menjual maupun memperkenalkan suatu program tersebut, sehingga mampu menarik serta menghadirkan pada sponsorship ataupun pemasangan iklan.
- 3) Product, maksudnya materi sebuah program acara, yang dihadirkan wajib sama atau sesuai dengan pemirsa yang dituju.
- 4) Price, yakni pendanaan yang wajib dikelurkan untuk suatu hal tertentu misal melakukan sebuah produksi program ataupun membeli sebuah program dari pihak luar. Sebagai titik tumpu untuk menentukan tarif iklan bagi pihak sponsor atau pemasangan iklan.

b. Jenis Program

dalam format sebuah program, setiap stasiun penyiran Televisi bisa dikelompokkan menjadi tiga, yaitu informasi, news atau berita dan entertainment ataupun hiburan. Akan tetapi dalam tiga kelompok tersebut bisa diperinci lagi menjadi jenis-jenis program siaran televisi dengan nama yang lebih bervariasi.⁴⁰ Diantaranya sebagai berikut:

³⁹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 211

⁴⁰ Hidajanto Djamal, Tv Programming, (Jakarta: Kencana, 2017), 46

1) Jenis Program informasi

Dalam Program yang berjenis informasi di Televisi, sama halnya dengan namanya yakni berarti memberikan informasi kepada pemirsa serta memenuhi rasa ingin tahu yang tinggi kepada pemirsa. Kunci utama dari program acara ini ialah memberikan informasi, dan dikemas menjadi program, dengan begitu informasi itulah yang dihadirkan atau dijual kepada khalayak umum. Informasi tidak hanya berhubungan dengan berita saja, melainkan juga bisa berhubungan seperti program acara Talkshow. Program informasi ini dibagi menjadi dua, yakni hardnews dan softnews:

a. Hardnews atau juga disebut berita yang keras ialah semua informasi yang menarik serta penting yang wajib segera disiarkan oleh pihak media penyiaran Televisi. Berita keras ini bersifat informasi yang wajib segera didisiarkan, agar bisa diketahui oleh pemirsa dengan cepat. Stasiun penyiaran Televisi dalam setiap harinya menghadirkan berita beberapa kali yaitu pada waktu pagi, waktu siang, petang, serta di jam tengah malam. Berita keras dihadirkan dalam sebuah program news atau berita yang memiliki durasi 30 menit, bahkan bisa sampai satu jam. Berita keras sendiri dapat dibagi menjadi beberapa konsep berita yakni konsep infotainment, konsep features, maupun konsep straight news.

a) Informasi dan Entertainment, Infotainment berasal dari sebuah kata “infotainment” terdiri dari dua kata yang terpisah yakni information yang artinya sebuah informasi dan entertainment yang artinya sebuah hiburan. Infotainment bukan berarti berita hiburan. Infotainment termasuk bukan berita hiburan, akan tetapi infotainment maksudnya berita yang menghadirkan suatu informasi yang mengenai kehidupan dalam diri seseorang yang sudah mashur di

khalayak umum, seperti halnya artis dan selebritis.

- b) Features, yaitu sebuah program news atau berita yang memiliki isi informasi yang ringan, seperti halnya informasi tempat belanja, tempat makan, destinasi wisata atau tempat liburan dan lain sebagainya. Selain hal itu, features wajib menarik dalam konsepnya dan selalu diambil dari sisi berbeda supaya pemirsa tertarik dan berkunjung ke tempat tersebut.
 - c) Straight news, maksudnya berita langsung meliputi informasi yang utama atau sangat penting saja, mencakup what, who, where, when, why serta How (5W+1H) terhadap suatu hal peristiwa yang dihadirkan.
- b. Softnews atau Berita lunak, maksudnya semua informasi yang terpenting adalah menarik dan di sampaikan secara detail akan tetapi tidak bersifat wajib segera disiarkan. Berikut yang termasuk dalam kategori berita lunak adalah *magazine*, *talk show*, *current affair* dan *dokumenter*.
- a) *Magazine*, yang dimaksud ialah *magazine* fitur dengan durasi yang lebih panjang. *Magazine* lebih menonjolkan aspek menarik di bandingkan dengan aspek pentingnya. Dalam kata lain *magazine* ialah sebuah program yang menghadirkan informasi yang ringan akan tetapi mendalam dan menarik.
 - b) *Talk show*, ialah seniah program yang menampilkan beberapa ataupun satu orang untuk membahas sebuah topik tertentu dan dipandu oleh seorang hos atau seorang pembawa acara.
 - c) *current affair*, maksudnya pembahasan masa kini. Masa kini yang mempunyai maksud sebuah program yang menghadirkan suatu informasi yang terkait, dengan berita yang penting, aka tetapi di buat secara detail ataupun lengkap. Seperti

halnya, suatu program yang menghadirkan sebuah cerita mengenai kehidupan masyarakat yang telah terkena musibah bencana alam yang sangat dahsyat.

- d) *Dokumenter*, maksudnya sebuah program informasi yang memiliki tujuan untuk sebuah pendidikan maupun sebuah pembelajaran, akan tetapi dihadirkan dengan sangat ciamik dan menarik, Contohnya, sebuah program dokumenter mengenai perjuangan sejarah seorang tokoh.⁴¹

2) Jenis Program Entertainment

Program entertainment atau biasa disebut dengan hiburan ialah semua konsep siaran yang memiliki tujuan untuk menghibur hati pemirsa seperti konsep program musik, cerita, permainan, dan sebuah lagu atau videoclip. Berikut beberapa program yang termasuk kategori program hiburan diantaranya:

- a. Drama, menurut kamus besar Bahasa Indonesia drama artinya sebuah kisah ataupun sebuah cerita yang melibatkan emosi konflik yang disusun untuk sebuah pertunjukan senia teater. Sedangkan Morissan mengatakan bahwasannya kata “drama” berasal dari bahasa Yunani yaitu *dran* yang memiliki sebuah arti berbuat atau bertindak.⁴² Sedangkan Menurut Rusman didalam buku kreatif siaran televisi drama ialah sebagai pertunjukan tayangan penyiaran sebuah televisi yang menghadirkan sebuah kisah mengenai karakter ataupun kehidupan suatu tokoh tersebut atau kisah seseorang yang di perankan oleh seorang aktor atau aktris yang melibatkan suatu emosi atau konflik yang

⁴¹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 218-222

⁴² Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 223

dihasilkan dari proses suatu imajinasi seseorang maupun sebuah kelompok yang dikemas dalam bentuk kisah atau cerita dengan berbagai karakter untuk memberikan pesan-pesan yang ada didalam sebuah kisah cerita tersebut.⁴³ Sehingga, drama ialah sebuah program yang melibatkan seseorang ataupun suatu kelompok orang tersebut, untuk berperan sebagai karakter tokoh yang ada dicerita tersebut sesuai karakternya untuk menyampaikan isi cerita kepada pemirsa televisi.

Selanjutnya beberapa program penyiaran Televisi yang bisa dikatakan dalam kategori program drama, diantaranya:

- a) Film ialah sebuah pertunjukan seni drama yang sudah dilakukannya pemutaran film di bioskop, kemudian ditayangkan kembali atau ditayangkan ulang di media penyiaran Televisi. Termasuk juga pemutaran film kartun atau animasi, film tersebut di produksi untuk televisi dan juga beberapa di buat untuk pemutaran di bioskop, kemudian di putar ulang di media Televisi.⁴⁴
- b) Sinetron, ialah sebuah drama yang menghadirkan kisah cerita dari berbagai alur cerita mereka sendiri tanpa wajib di ringkas menjadi sebuah kesimpulan. Akhir cerita dari sebuah sinetron ialah sering kali tanpa penyelesaian dan cenderung terbuka. Sinetron sengaja di perpanjang tergantung tingkat kebutuhan pemirsa. Dalam penayangan suatu sinetron biasanya diproduksi dan dikemas dalam beberapa episode saja.⁴⁵

⁴³ Rusman Latief dan Yusiatie Utud, Kreatif Siaran Televisi, (Jakarta, Prenada Media Group, 2017), 152

⁴⁴ Rusman Latief dan Yusiatie Utud, Kreatif Siaran Televisi, (Jakarta, Prenada Media Group, 2017), 153

⁴⁵ 153Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 223

b. Jenis Program Permainan

Game Show atau biasa disebut program permainan ialah sebuah bentuk program yang melibatkan seseorang baik secara kelompok maupun individu dan saling bersaing untuk merebutkan sesuatu tujuan dari permainan tersebut.⁴⁶

Program ini terbagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Games, ialah sebuah program yang menghadirkan permainan ataupun lomba dan diikuti sebuah kelompok atau individu perorangan. Sedangkan Game yang dimainkan di antaranya ialah, kecepatan, kecerdasan, keseimbangan, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan kekuatan dan ketangguhan.
- 2) Kuis, yaitu sebuah program yang memiliki format permainan yakni melakukan sebuah tebakkan, dengan memberikan beberapa pertanyaan untuk pengujian pengetahuan atau wawasan kelompok atau seseorang tersebut baik yang di rumah ataupun yang ada di studio mengenai sebuah persoalan yang ditanyakan.
- 3) Kuis games, ialah sebuah program yang menghadirkan perpaduan antara permainan dan kuis program dan materinya berasal dari kuis, sehingga hos menguji pengetahuan pesertanya tentang suatu persoalan dan melakukannya sambil bermain.
- 4) Reality Show, ialah suatu program yang dihadirkan berdasarkan fakta apa adanya, tanpa sebuah konsep untuk menghasilkan sebuah adegan ataupun sebuah gambar tersebut. Reality show terdapat beberapa bentuk yakni: *competition show*, *hidden*

⁴⁶ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 227

*camera, fly on the wall, relation show dan mistik.*⁴⁷

c. Musik

Program musik merupakan sebuah program yang menghadirkan seni musik sebagai sajian yang utama, walaupun ada beberapa materi yang lain tidak mengandung unsur seni musik akan tetapi tetap berhubungan dengan materi yang di hadirkan dan sebagai pelengkap sebuah program tersebut untuk kelihatan lebih sempurna didalam programnya. Sebuah program musik bisa ditampilkan dalam sebuah format konser baik di lapangan atau dalam studio, serta video klip dari music tersebut.

d. Pertunjukan

Program pertunjukan merupakan sebuah program yang mempertunjukkan maupun menampilkan sesuatu hal atau sebuah keahlian yang bermanfaat untuk pemirsa. Program ini, dapat di tampilkan dengan cara mendemonstrasi skilnya atau kemampuannya. Contohnya, jikalau mereka yang tampil kelompok musisi, maka pertunjukan tersebut ialah tidak lain sebuah musik dan apabila yang tampil ialah juru masak maka pertunjukan tersebut tidak lain merupakan pertunjukan masak-memasak.⁴⁸

Dari beberapa jenis-jenis program yang sudah dijelaskan diatas, terdapat juga sebuah program dakwah yang sekarang masih dalam tahap berkembang. Dalam program dakwah termasuk juga kategori kedalam program informasi, karena itu, program dakwah mempunyai tujuan memberikan sebuah informasi kepada pemirsa tentang wawasan dan ilmu agama. Pada zaman sekarang, penyiran

⁴⁷ Rusman Latief dan Yusiatie Utud, Kreatif Siaran Televisi, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), 171-172

⁴⁸ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi, 229

Televisi dalam mengemas program dakwah, tidak hanya da'I berdialog dengan satu arah kemudian di rekam dan disiarkan. Program dakwah sekarang sudah mulai berkembang. Program dakwah di kemas seperti halnya program talk show, kemudian ada yang dikemas dalam bentuk film dan sinetron dan lain sebagainya.

3. Program Dakwah

a. Ruang Lingkup Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Menurut Mahmud Yunus dalam buku Pengantar Sosiologi Dakwah mengungkapkan bahwasannya secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yakni *da'a-yad'i-da'watan*, yaitu mengajak serta menyeru dan memanggil. Penegetian ini terdapat didalam Al-Qur'an yaitu surah *Yunus* (10) ayat 25:

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ

إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: “Allah menyeru (*manusia*) ke Darussalam (*surga*), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Ia kehendaki kejalan yang lurus (*Islam*).”⁴⁹

Sedangkan dalam KBBI Kamus Besar Bahasa Indonesia arti dakwah adalah menyiarkan agama dan mengembangkannya di kalangan khalayak umum. Seruan untuk mempelajari, memeluk, serta mengamalkannya dalam ajaran agama.

Jadi, dakwah merupakan kegiatan mengajak dan mengamalkan sesuai ajaran agama ke jalan yang khasanah atau lurus dan mengajak untuk tidak

⁴⁹ Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta, Kencana, 2016), 6-7

ke jalan yang batil ataupun sesat. Sedangkan penyiaran Islam masuk dalam aktivitas dakwah karena penyiaran ini menghadirkan sebuah tayangan-tayangan mengenai ajaran agama khususnya ajaran Islami serta dikonsepsi dalam bentuk sebuah program penyiaran Televisi yang ditayangkan oleh media penyiaran Televisi.

b. Tujuan dakwah

Dalam kegiatan berdakwah Islam mempunyai tujuan secara benar, dakwah bertujuan memberikan hak atau kebenaran dalam ajaran Islami yang sesuai dalam Al-Qur'an serta Al-Hadist dan mengajak untuk mengamalkannya. Dakwah memiliki dua tujuan yaitu:

- 1) Tujuan berkaitan dengan sudut pandang objek dakwah, ialah tujuan individu, tujuan untuk kelompok, serta tujuan untuk masyarakat, dan untuk manusia seluruh dunia.
- 2) Tujuan berkaitan dengan ketampakan, Masyhur Amin mengatakan ada tiga tujuan yaitu: tujuan akidah, ialah tertanamnya suatu akidah yang kuat bagi manusia tersebut. *Kedua*, tujuan hukum, ialah aktivitas berdakwah yang tujuannya membentuk umat manusia yang mematuhi hukum-hukum Allah SWT. Dan yang *ketiga*, ialah tujuan akhlak, yaitu membentuk pribadi Alim yang berakhlakul karimah dan mempunyai budi yang luhur.⁵⁰

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dirumuskan bahwa tujuan dakwah ialah berbuat hal yang karimah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia maupun akhirat.

c. Media dakwah

1) Pengertian media dakwah

Dari bahasa latin media yaitu *medius* yang secara harfiahnya berarti pengantar, tengah maupun perantara. Dalam inggrisnya "media"

⁵⁰ Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta, Kencana, 2016),

merupakan wujud jamak dari “medium” yang memiliki arti antara, rata-rata atau tengah. Jadi, seseorang yang mempunyai keahlian dalam komunikasi mendeskripsikan bahwa media ialah sebuah alat yang menghubungkan suatu pesan yang disampaikan seorang komunikator kepada penerima pesan. Sedang dalam bahasa Arabnya ialah sebuah media sama halnya dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamaknya yang memiliki arti alat perantara.⁵¹

Sedangkan menurut Dr. Hamzah Ya’kub, bahwa media dakwah ialah alat obkektif yang menjadi sebuah saluran dengan menghubungkan suatu ide dengan umat, dan merupakan suatu elemen yang sangat penting dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah. Sehingga, dapat disimpulkan bahwasannya media dakwah merupakan sesuatu hal yang dapat menjadi alat penunjang dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (da’i) penerima yaitu (khalayak).⁵²

Dapat disimpulkan dari beberapa penjelasan diatas, bahwa media dakwah merupakan sebuah alat perantara untuk menyampaikan suatu informasi mengenai materi dakwah kepada pendengar ataupun penerima pesan dakwah tersebut.

2) Macam-mcam media dakwah

Bahri Ghazaly mengemukakan, ada beberapa macam dalam media dakwah komunikasi yang bisa digunakan untuk kegiatan berdakwah diantarnya:

a) Media Auditif

Media auditif ialah sebuah alat komunikasi memiliki bentuk bentuk teknologi yang canggih serta mempunyai

⁵¹ Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana, 2004), 403

⁵² Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta, Kencana, 2016),

wujud *hardwere*, media auditif bisa ditangkap melalui indra pendengar. Dalam media Auditif ini memiliki kelebihan yaitu sasaran tujuan dakwah bisa ditangkap sampai jarak yang luas. Sehingga, sangat tepat untuk menyampaikan informasi sampai jarak jauh. Yang termasuk media Auditif diantaranya: telepon, *tape recorder*, telegram serta radio.

b) Media visual

Media Visual ialah sebuah alat komunikasi yang bisa digunakan dengan melalui indra penglihatan dalam menangkap semua datanya. Sehingga, indra penglihatan yang sangat berperan dalam pengembangan dakwah. Contohnya seperti: gambar foto, OHP, film serta komputer.

c) Media audio visual

Media audio visual ialah suatu perangkat yang yang bisa ditangkap dengan indra penglihatan maupun pendengar. Media audio visual merupakan media yang sangat bermanfaat oleh semua golongan indra. Media audiovisual diantaranya: televisi, sinetron sert film.⁵³

Sehingga, dari penjelasan mengenai sebuah media dakwah diatas, suatu stasiun penyiaran Televisi wajib benar-benar cermat dalam memakai media sesuai dengan berkembangnya sebuah zaman.

4. Televisi lokal

a. Sejarah Televisi di Indonesia

Perkembangan Televisi ialah medium selanjutnya seusai radio yang ditemukan bersama karakternya yang khusus yakni media audio visual. Letak dasar yang utama dalam teknologi pertelevisian ialah Paul Nipkow pada tahun 1884 dari Negara Jerman. Penemuannya melahirkan televisi listrik atau juga disebut

⁵³ Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta, Kencana, 2016), 306-307

electrische teleskop.⁵⁴ Sedangkan di Indonesia dimulai oleh kelahiran stasiun TVRI yang saat itu masih sangat prematur. Kenapa disebut demikian, karena stasiun TVRI belum saatnya siap untuk lahir, akan tetapi dipaksa agar bisa dilahirkan karena kepentingan serta ambisi popularitas seorang pimpinan suatu negara Indonesia. Stasiun TVRI mengudara pada tanggal 17 Agustus 1962 saat itu sebagai stasiun siaran percobaan dan ditetapkan dengan acara pembukaan Sea Games IV di Jakarta. Dan pada tanggal 24 Agustus 1962 stasiun TVRI mulai siaran program dengan rutin. Tanggal itu pula juga ditetapkan sebagai tanggal kelahirannya stasiun Televisi TVRI.⁵⁵

b. Televisi Nasional

Setelah berdirinya TVRI, pihak swasta pertamakali yang mendapatkan izin untuk melakukan sebuah siaran televisi di Indonesia ialah stasiun RCTI Rajawali Citra Televisi Indonesia melalui sebuah izin prinsip oleh Departemen Penerangan RI c.q. Direktur Televisi/Direktur Yayasan TVRI tanggal 28 Oktober 1987 Nomor 557 / DIR / TV /1987 untuk berperan serta dalam menyelenggarakan sebuah Siaran Saluran Terbatas (SST) dalam wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya.

Tahap berikutnya ialah pembaruan tahap ke empat yang melatar belakangi lahirnya stasiun SCTV, ANTV, TPI, Indosiar serta TPI. Berdasarkan izin prinsip Departemen Penerangan c.q. Dirjen RTF Nomor 206/RTF/K/I/1993 tanggal 30 Januari 1993 tentang izin penyiaran nasional, stasiun SCTV diizinkan melakukan siaran nasional dengan kepastian siaran nasional yang berkedudukan di Jakarta dan siaran gabungan antar SCTV Denpasar serta SCTV Surabaya. Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) mendapat izin prinsip dari Departemen Penerangan c.q. Dirjen RTF Nomor

⁵⁴ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 4

⁵⁵ Marfuah Sri Sanityastui, "Membaca" *Televisi Indonesia, Sebuah Upaya Menyikapi Tayangan Televisi*, *Jurnal Komunikasi* 2, no.1, (2007):191

1271B/RTF/K/VIII/1990. Pengoprasian siaran TPI diresmikan Presiden Soeharto pada hari Rabu, 23 Januari 1991 di Studio XII TVRI Stasiun Pusat Jakarta. Pada tanggal 30 Januari 1993 lahir televisi swasta ANTV berdasarkan izin dari Dirjen RTF Nomor 207/RTF/K/I/1993 tentang izin Siaran Nasional bagi PT. Cakrawala Andalas Telvisi. Selanjutnya PT. Indosiar Visual Mandiri (Indosiar) merupakan televisi swasta yang lahir pada 18 Juni 1992 berdasarkan izin prinsip Departemen Penerangan c.q. Dirjen RTF Nomor 208/RTF/K/I/1993 sebagai penyesuaian terhadap Izin Prinsip Pendirian Nomor 1340/RTF/K/VI/1992. Jadi keputusan Menpen Nomor 111/1990 ini telah memungkinkan lahirnya lembaga-lembaga penyiaran swasta antara lain RCTI, SCTV, TPI, ANTV, dan Indosiar.

Setelah lahirnya ANTV, terjadi peralihan kekuasaan di Indonesia dengan lengsernya Presiden Soeharto dan digantikan oleh Presiden Habibie. Dari pemerintahan Habibie inilah mulai bermunculan penghapusan pembatasan sebuah aturan di bidang pengelola informasi dan komunikasi. Dan mengalami puncak pada pemerintahan presiden Gus Dur Departemen Penerangan dilikuidasi serta berdirilah dengan beberapa jumlah televisi swasta baru yakni Metro-TV, Trans-TV, TV-7, Lativi serta Global TV.⁵⁶

c. Televisi Lokal

Sementara perkembangan sebuah stasiun Televisi lokal komersial ialah salah satu perubahan dalam bentuk sistem pertelevisian di Indonesia yang sangat terlihat ialah pada sejak diberlakukannya UU Penyiaran nomor 32 tahun 2002. Menurut undang-undang ini, penyelenggaraan siaran swasta hanya boleh diterima di wilayah yang terbatas. Stasiun-stasiun lokal ini diperbolehkan membentuk jaringannya yang berjangkau maksimum 75% dari total jumlah provinsi di Indonesia. Dengan kelahiran stasiun televisi lokal

⁵⁶ Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2016),23-26

swasta ini dianggap oleh banyak pihak sebagai langkah utama untuk menuju sebuah sistem penyiaran demokratis, yang ditandai oleh keragaman pemilikan serta isi siaran. Stasiun televisi lokal diharapkan mampu menjadi jalan alternatif untuk menstabilkan dominasi oleh televisi swasta nasional yang berbasis di kota Jakarta.⁵⁷

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan peneliti untuk menyelesaikan sebuah skripsi. Oleh karena itu dalam rangka untuk menggali suatu informasi sebelumnya sekalipun untuk menjadi bahan perbandingan. Penelitian terdahulu yang dapat peneliti rangkum ialah sebagai berikut:

1. Jurnal yang memiliki judul Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI karya dari Andi Fachrudin asal Pontianak. Penelitian ini memiliki tujuan menerapkan strategi untuk mencapai tujuan. Dalam jurnal ini mempunyai kesamaan yakni mengenakan strategi programnya serta mempunyai perbedaan yakni terletak pada bagian dari objeknya.⁵⁸
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sydney W. Head pada program Acara Dakwah Adi TV karya mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Ponorogo Ahmad Fachruddin dan Nur Aini Shofia Ay'ari tahun 2019. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana teori strategi programming Sydney W. Head diterapkan pada sebuah program acara dakwah di Adi TV. Dalam penelitian metode yang digunakan ialah metode kualitatif dan menganalisa terhadap data-data yang dikumpulkan dengan cara wawancara, observasi serta dokumentasi. Didalam jurnal ini mempunyai kesamaan dengan peneliti yaitu bagian objeknya yang sama yakni menerapkan suatu strategi program dakwah Islam. Sedang dalam perbedaannya yang menonjol ialah terdapat pada

⁵⁷ Braham Andriawan, *Televisi Lokal Antar Kepentingan Korporat dan Fungsi Sosial*, Jurnal Komunikasi Indonesia 2, no.1 (3013), 5-6

⁵⁸ Andi Fachruddin, "Strategi Program Tayangan *Infotainment* di RCTI", *Jurnal Visi Komunikasi Volume* 13, no. 1 (2014): 137

sudut pandang jika penelitian ini sudut padangnya adalah teori strategi programming Sydney, sedangkan peneliti ialah strategi program

Jurnal yang berjudul Strategi Program Tayangan Infotainment di RCTI karya Andi Fachrudin dari Pontianak. Penelitian ini bertujuan menerapkan strategi untuk mencapai tujuan. Dalam jurnal ini memiliki kesamaan yakni menerapkan strategi programnya dan memiliki perbedaan yakni terletak pada bagian objeknya.⁵⁹

3. Skripsi yang memiliki judul Strategi Programming MNCTV didalam mempertahankan Program Dakwah, karya Isyana Tungga Dewi dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada Tahun 2014. Skripsi memiliki isi mengenai strategi programming yang dikemukakan Sydney W. Head. Dan Skripsi ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan sebuah strategi dalam mempertahankan suatu program dakwah Islam. Jenis metode yang digunakan ialah metode kualitatif dan metode yang dilakukan dengan analisis deskripsi.⁶⁰ Dari skripsi ini memiliki kesamaan dari peneliti yaitu metode dalam meneliti. Dan yang membedakannya terletak pada strategi untuk peneliti lebih melihat pada strategi program yang dikemukakan oleh Morissan.

C. Kerangka Berfikir

Strategi program ialah suatu taktik maupun cara untuk menciptakan sebuah program acara yang sesuai dengan kebutuhan pemirsa. Dalam merencanakan suatu program stasiun penyiaran Televisi wajib mengerti betul bagaimana strategi yang tepat. Dan stasiun penyiaran Televisi wajib mamastikan strategi program supaya tujuannya dapat tercapai. Didalam menjalankan suatu strategi program meliputi perencanaan sebuah program, produksi program, serta

⁵⁹ Ahmad Fahrudin dan Nur Aini Shofiya, "Kajian Teori Strategi Programming Sydney W Head Pada Program Dakwah ADiTV", *ProTV 03*, no. 1 (2019): 1

⁶⁰ Isyana Tungga Dewi, "Strategi Programming MNCTV dalam mempertahankan Program Dakwah", Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), I.

pembelian sebuah program dan eksekusi pengawasan program dan juga akan timbul beberapa faktor yang mempengaruhinya.

Sedang penyiaran program dakwah Islam mempunyai arti sebuah siaran yang dihadirkan stasiun penyiaran Televisi yang berhubungan dengan agama/Islam. Penyiaran program dakwah Islam ialah jenis program yang memberikan sebuah informasi mengenai wawasan agama Islami. Penyiaran program dakwah Islam memiliki tujuan untuk memberikan sebuah informasi mengenai syariat dan ajaran agama Islami. Agar peneliti bisa mengetahui bagaimana penerapan strategi sebuah program dan bisa berjalan dengan lancar dibutuhkan yang namanya kerangka berfikir yakni untuk memecahkan penelitian ini. Adapun bagan kerangka berfikir pada penelitian ini ialah sebagai berikut

