

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia selalu membutuhkan informasi selayaknya kebutuhan sehari-hari dalam kehidupan. Komunikasi menjadi salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam mendapatkan sebuah informasi. Kehadiran berbagai jenis teknologi, memudahkan masyarakat untuk saling terhubung satu sama lain, baik antardaerah, antarnegeri, bahkan dengan seseorang yang belum dikenal. Segala macam bentuk informasi dapat diterima atau diakses dengan mudah melalui komunikasi langsung maupun tidak langsung melalui perantara media massa. Media massa dapat menjangkau sasaran *audiens* relatif banyak, dan informasi dapat diterima dalam waktu bersamaan.

Fenomena komunikasi massa menunjukkan perkembangan teknologi komunikasi yang sudah berkembang dengan pesat. Komunikasi massa merupakan bentuk kegiatan komunikasi yang memungkinkan individu ataupun kelompok memperoleh informasi melalui perantara media massa. Adanya bentuk komunikasi massa yang bersifat terbuka dan bebas mengakibatkan adanya kebebasan pertukaran informasi dalam bentuk teks, audio, maupun video. Dari berbagai bentuk informasi tersebut terdapat berbagai fakta dan opini, yang saling tumpang tindih.<sup>1</sup>

Media massa menjadi salah satu perantara terjadinya sebuah komunikasi, walaupun proses penerimaan informasi maupun pesannya tidak terjadi secara langsung atau (*face to face*). Efek media massa kepada masyarakat sangat luas cakupannya. Hal ini menandakan eksistensi media massa yang sangat kuat di kalangan masyarakat. Hal tersebut membuat sebagian orang memanfaatkan media massa untuk berinovasi, dan salah satunya adalah inovasi mengenai cara penyampaian dakwah melalui media massa.

Sesuai dengan fungsinya, media massa berfungsi sebagai *to inform* (memberikan informasi), di mana berbagai informasi bagi khalayak umum telah terangkum dalam program acara yang telah ditayangkan. *To educate* (mendidik), program acara televisi berfungsi sebagai salah satu wadah penyampaian berbagai materi atau bahan yang mampu mendukung dan memberikan pengetahuan baru kepada

---

<sup>1</sup>Hasyim Ali Imran, "Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 16, no. 1 (2012): 48, diakses pada 15 Januari 2022, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/160103/11>.

khalayak umum. *To entertain* (menghibur), program yang ditayangkan dapat menghibur khalayak umum dengan kemasan program yang menarik.

Perkembangan media massa saat ini dengan mudah menarik perhatian masyarakat. Dengan segala keunggulannya media massa leluasa menyebarkan pesan-pesan dalam kegiatan dakwah. Hal tersebut dapat kita amati bagaimana sejumlah media massa seperti televisi terdapat berbagai program-program kajian Islam ataupun kegiatan dakwah berupa kultum maupun *tausyiah*. Program-program acara dakwah tersebut dihadirkan sekiranya untuk memenuhi berbagai kebutuhan *mad'u* terhadap informasi seputar agama Islam.

Televisi menjadi salah satu bentuk media massa yang digemari kebanyakan masyarakat. Televisi mampu menghadirkan efek audiovisual yang dapat diterima langsung oleh indra penglihatan. Selain menyuguhkan berbagai informasi, televisi juga menyuguhkan berbagai macam program hiburan. Program hiburan bukan hanya sekadar program *talkshow* ataupun *infotainment*, melainkan juga dapat berupa program acara kesehatan, pendidikan, ekonomi, budaya, maupun kaitannya dengan kegiatan dakwah.

Televisi dikenal dengan salah satu lembaga penyiaran yang perannya untuk menyampaikan informasi kepada khalayak umum dengan lingkup yang luas. Media penyiaran berperan sebagai komunikator dalam kegiatan komunikasi massa. Setiap televisi memiliki ide dan kreativitas tersendiri dalam memproduksi berbagai program acara. Selain digemari oleh *audiens*, yang terpenting dari sebuah program acara adalah bagaimana berbagai tayangan tersebut dapat diterima dengan baik *audiens* sesuai dengan kebutuhan informasi, agar dapat bermanfaat bagi masyarakat luas. Untuk memproduksi berbagai program acara yang menarik tentunya dibutuhkan berbagai persiapan dari proses praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Persiapan dari tema program acara, *setting* tempat, waktu, target *budget*, hingga menentukan narasumber yang berperan menyampaikan materi harus dapat menggugah minat penonton untuk menikmati tayangan program.

Setiap program acara memiliki target *audiens* tersendiri dan keunggulan tersendiri entah dari sisi isi program, hingga pengemasan program acara. Saat suatu program akan diproduksi perlu ada pemaksimalan persiapan pengelolaan manajemen. Kegiatan produksi dalam stasiun penyiaran perlu dikelola dengan baik. Oleh karena itu, manajemen produksi memiliki kewenangan untuk merencanakan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Televisi lokal memiliki salah satu peran sebagai salah satu perantara pengenalan eksistensi wilayah lokal mengenai berbagai daya tarik dari sisi sosial, budaya, perekonomian, pendidikan, dan pariwisata yang membantu mengeksplorasi berbagai wilayah lokal untuk mengalami perkembangan di berbagai sektor.<sup>2</sup> Televisi lokal telah berkembang jauh dan terus mengalami peningkatan dalam memproduksi berbagai program acara. Setiap program acara yang diproduksi dan ditayangkan mempunyai tujuan dan target *audiens* tersendiri. Televisi lokal identik dengan kedaerahan atau daerah sekitarnya, yang berarti setiap televisi lokal memiliki representasi tersendiri terhadap pengemasan tayangan yang akan disajikan.

Salah satu stasiun televisi lokal yang ada di Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah adalah Cahaya TV Pati. Stasiun televisi ini tengah dibangun dan dikembangkan dengan pangsa di wilayah Kabupaten Pati dan sekitarnya. Cahaya TV sebenarnya bukan stasiun televisi lokal Pati sepenuhnya, tetapi merupakan jaringan stasiun televisi Cahaya TV (CTV) yang tersebar di seluruh Indonesia. PT. Kudus Televisi Indonesia (Cahaya TV) beralamatkan di Jln. Pati-Kudus km 6.3 Desa Soko Kulon, Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Kantor pusatnya berada di Jln. Utama No. 7 Karang Tengah, Tangerang, Banten, Indonesia dengan beberapa jaringan, seperti CTV Banten, CTV Manado, CTV Bandung, Carlita TV, Mahakam TV, Singer TV, dan Molluca TV.

Hal yang membedakan Cahaya TV dengan televisi lokal lain di Kabupaten Pati adalah karena Cahaya TV mengedepankan kearifan budaya lokal, serta masih eksis untuk fokus memberikan informasi terkait kegiatan atau pemberitaan di tingkat Kabupaten Pati. Bukan hanya di Pati saja, melainkan sudah meluas termasuk di daerah Kudus dan sekitarnya. Berbagai program acara yang disajikan Cahaya TV Pati terdiri dari jenis tayangan sosial, budaya, berita, musik, hiburan, kartun, kesenian, kesehatan, dan jenis materi program lainnya. Program “Cahaya Masa Kini” merupakan salah satu program acara di Cahaya TV, yang merupakan salah satu acara yang menghadirkan berbagai informasi dan pengetahuan seputar agama Islam. Program ditayangkan setiap sore hari pada pukul 16.00 WIB.

Program tersebut termasuk salah satu bentuk kegiatan dakwah kontemporer, karena materi disampaikan oleh seorang dai

---

<sup>2</sup>Christiany Judhita, “Televisi Lokal Dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di Sindo Tv Kendari),” *Jurnal Komunikasi dan pembangunan* 16, no. 1 (2015): 50, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkp/article/view/1337>.

(komunikator) melalui perantara media massa.<sup>3</sup> Format program acara ini berfokus pada penyampaian pesan dakwah melalui *education entertainment*. Tema pesan dakwah yang disampaikan pun bermacam-macam dari segi akidah, akhlak, fikih, beserta amalan *ma'ruf nahi munkar* lainnya.

Aktivitas dakwah melalui perantara media massa terutama televisi diharapkan mampu menyebarkan berbagai pesan/informasi seputar agama Islam dengan isi pesan yang berkualitas sehingga dapat membentuk komunikasi secara tidak langsung yang bersifat persuasif. Untuk memaksimalkan produksi program tayangan “Cahaya Masa Kini”, perlu adanya penerapan manajemen selama proses produksi berlangsung karena berkaitan dengan kualitas acara.<sup>4</sup> Proses produksi program televisi merupakan proses panjang yang melewati banyak tahapan. Melibatkan banyak sumber daya manusia dengan keahlian di antaranya seperti kru TV yang memiliki berbagai keahlian, komunikator yang dapat menyampaikan informasi atau pesan dengan baik, serta persiapan berbagai peralatan serta dukungan biaya.<sup>5</sup>

Dalam mengelola sebuah program, membutuhkan sistem manajerial yang dapat membantu memudahkan pembagian tugas dan pekerjaannya masing-masing, karena produksi program acara televisi merupakan kerja tim. Kegiatan tersebut tidak dapat dilakukan perorangan. Tentunya kerja sama antara kerabat kerja yang baik merupakan salah satu kunci lancarnya berbagai proses produksi program acara. Maka dari itu, manajemen merupakan salah satu perencanaan dasar dari suatu gagasan mengenai sebuah program tayangan di televisi. Melihat pentingnya penerapan manajemen dalam produksi program acara televisi, membuat peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Manajemen Produksi Program Acara ‘Cahaya Masa Kini’ di Cahaya TV Pati.”

---

<sup>3</sup>Fatmawati, “Paradigma Baru Mengemas Dakwah Melalui Media Televisi di Era Globalisasi,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 3, no. 2 (2009): 184-194, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/148909-ID-paradigma-baru-mengemas-dakwah-melalui-m.pdf>.

<sup>4</sup>Santi Susanti dan Reksa Anggia Ratmita, “Manajemen Produksi Program Berita di iNews TV Bandung,” *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 9, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://ojs.uinikom.ac.id/index.php/iipsi/article/view/3867>.

<sup>5</sup>Kemal Aqwan Maulana dan Fatmawati Fatmawati, “Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News And Entertainment Television,” *Profetik Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 61, diakses pada 22 Oktober, 2021, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1423>.

### **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif identik dengan batasan masalah yang bertujuan supaya peneliti lebih terfokus kepada masalah penelitian. Penelitian ini berfokus pada penerapan manajemen produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati.

### **D. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah pelaksanaan manajemen produksi yang diterapkan pada program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati?
2. Bagaimanakah hambatan-hambatan yang dialami selama proses pelaksanaan manajemen produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Mengetahui dan menganalisis penerapan manajemen produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati.
2. Mengetahui dan menganalisis hambatan yang dialami selama proses pelaksanaan manajemen produksi program acara “Cahaya Masa Kini” berlangsung.

### **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai penerapan manajemen dalam produksi program acara di televisi. Serta dapat dijadikan sebagai referensi sumber dan bacaan dalam pengelolaan manajemen produksi di televisi terutama bagi mahasiswa KPI di IAIN Kudus.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa, betapa pentingnya sistem manajerial terhadap suatu proses produksi di televisi. Penerapan sistem manajemen yang baik akan membantu perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan produksi berjalan dengan lancar, dan meminimalisir berbagai kendala selama berbagai tahap produksi dilaksanakan. Dari penerapan manajemen yang baik, akan menghasilkan sebuah karya dengan hasil maksimal dengan kualitas informasi yang baik.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memaparkan rumusan jalan pemikiran peneliti dalam menuangkan ide penulisan, selain itu juga mempermudah pembaca dalam menelaah isi kandungan yang ada dalam penelitian. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang digunakan.

### 1. Bagian Depan

Pada bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, motto, halaman persembahan, halaman pengesahan, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi.

### 2. Bagian isi, terdiri dari:

**BAB I**  
**PENDAHULUAN**

Berisi pendahuluan meliputi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

**BAB II**  
**LANDASAN TEORI**

Berisikan kajian pustaka yang meliputi uraian teori untuk melengkapi penelitian ini. Pada bab ini memuat teori penerapan manajemen produksi, program acara televisi, yang terfokus pada program acara “Cahaya Masa Kini” di cahaya TV. Selain itu dalam bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu dan menyuguhkan kerangka berfikir yang di sampaikan oleh penulis.

**BAB III**  
**METODE**  
**PENELITIAN**

Berisikan metode penelitian yaitu meliputi jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV  
HASIL PENELITIAN  
DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang pemaparan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan manajemen produksi produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati, serta hambatan-hambatan yang dialami selama proses produksi program dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini bagian penutup yang berisikan simpulan dan saran yang menjadi inti dari penelitian yang sudah dilakukan sekaligus menjadi penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini terdiri dari: daftar pustaka, daftar lampiran, dan daftar riwayat pendidikan penulis.