

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Manajemen Produksi

a) Pengertian Manajemen Produksi

Manajemen merupakan salah satu bentuk usaha untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan beberapa langkah tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, serta pengawasan,¹ yang mana tindakan-tindakan tersebut dapat mengupayakan runtutan proses yang teratur dalam proses produksi. Pengertian manajemen produksi dalam operasional stasiun penyiaran yaitu mempersiapkan program-program yang akan diproduksi. Oleh karena itu, setiap stasiun televisi memiliki bagian yang disebut bagian produksi. Kegiatan produksi stasiun penyiaran perlu dikelola dengan baik melalui tahap-tahap yang ada dalam manajemen. Dalam memerankan peran dan fungsinya, manajemen produksi memiliki sifat perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Menurut Morissan menyatakan bahwa manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan berbagai usaha para tim anggota serta kontribusi organisasi lainnya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.² Dalam pandangan Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara teratur, sistematis, dan tertib. Berbagai proses atau tahapan yang berlangsung harus diikuti dengan baik, sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat dengan tepat dan terarah dalam bingkai manajemen.

Dalam sudut pandang Islam manajemen diistilahkan dengan menggunakan kata *al-tadbir* (pengaturan). Kata ini merupakan derivasi dari kata *dabbora* (mengatur) yang terdapat pada Al-Qur'an seperti firman Allah Swt:

¹Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Gunung Agung, 1986), 3.

²Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Strategi Mengelola Radio & Televisi), (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 138.

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ
أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: "Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu." (As Sajdah: 05)

Pada dasarnya ajaran Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah mengajarkan tentang kehidupan yang serba terarah dan teratur. Contoh sederhana seperti puasa, haji, dan amaliyah lainnya merupakan pelaksanaan dari manajemen.

Mengelola Lembaga penyiaran televisi sebagai sebuah industri berbeda dengan mengelola perusahaan pada umumnya. Lebih-lebih jika televisi tersebut menghadirkan program acara dakwah. Mengelola televisi membutuhkan strategi khusus yang disebut manajemen industri media penyiaran. Manajemen media penyiaran bukanlah ilmu yang hanya bisa diaplikasikan terhadap Lembaga penyiaran televisi yang mempunyai visi dan segmentasi umum, melainkan juga terhadap televisi yang memiliki program acara dengan segmentasi misi dakwah. Konsep-konsep manajemen media massa apabila diterapkan akan mampu memberikan kerangka acuan kerja dan perencanaan yang mendetil demi mencapai tujuan perusahaan media.³

Manajemen bertujuan untuk menciptakan mutu program yang lebih baik, melancarkan proses produksi, mempermudah dan mengoordinasi kerja tim. Efektivitas manajerial yang bisa didapatkan adalah dapat menentukan visi misi, dan sasaran jangka panjang program, membuat perencanaan pelaksanaan program dalam tahapan realitas dengan pengukuran kualitas berkesinambungan, mengembangkan kreativitas dan daya inovasi, peningkatan motivasi, kualitas kerja, peningkatan kualitas Sumber Daya

³Mochammad Dawud, "Menerapkan Manajemen Strategi Penyiaran untuk Penyiaran Dakwah," *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (2019): 96, diakses pada 4 April, 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/345872-penerapan-manajemen-strategi-penyiaran-d-834844ca.pdf>.

Manusia (SDM), dan proses pengambilan keputusan ditentukan oleh aspirasi masyarakat terhadap program acara.

Proses analisis penerapan manajemen produksi pada program acara televisi melalui sebuah tahap, yaitu Tahapan Pelaksanaan Produksi atau yang biasa disebut *Standart Operation Procedure* yaitu tahapan Praproduksi, Produksi, dan Pascaproduksi.

1) Praproduksi

Praproduksi disebut sebagai tahap perencanaan, yang terdiri dari penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Produksi program acara memiliki alur yang berawal dari sebuah ide atau gagasan baik dari perseorangan atau kelompok (*teamwork*), yang diteruskan dengan proses saling bertukar pendapat. Melalui proses penyaluran gagasan dan ide inilah profil program akan terbentuk, dari tema program, jadwal produksi, waktu tayang, komunikator, perencanaan biaya produksi, hingga *teamwork* yang akan bertugas sesuai dengan pembagian divisi. Tahapan praproduksi ini akan memengaruhi proses produksi selanjutnya.

Pencetusan ide menjadi dasar awal produksi program, ide bisa datang dari produser ataupun dari orang lain.⁴ Naskah menjadi wadah penuangan ide, gagasan, dan acuan penyampaian materi, sehingga pesan yang disampaikan terarah dan sesuai dengan target. Naskah dapat dijadikan oleh kru sebagai acuan saat proses produksi. Garis besar isi program haruslah sesuai dengan format acara, agar tidak terjadi penyimpangan informasi dengan tema yang telah ditentukan.

Televisi memiliki berbagai acara yang bertujuan memberikan informasi atau hiburan untuk *audiens*. Dalam produksi program harus ada tujuan yang ingin dicapai saat penayangan program tersebut. Apabila program yang diproduksi tidak memiliki tujuan, maka selama produksi program berlangsung tidak akan terarah dan tidak berkembang sesuai dengan harapan.

Target *audiens* dalam produksi program acara menjadi salah satu pertimbangan penting. Hal tersebut

⁴Herry Kuswita, "Mengenal Dasar-Dasar Program Televisi," *Jurnal Komunikologi* 6, no.1 (2009): 1-2, diakses pada 3 Februari, 2022, <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/67>.

memengaruhi bagaimana tim produksi memiliki pandangan bagaimana mengemas program acara, dan membuat target *audiens* tertarik untuk menikmati program tayangan.⁵

Tim produksi/kerabat kerja adalah komponen yang terlibat dari awal hingga akhir produksi program. Jumlah kerabat kerja ketika membuat sebuah program televisi bervariasi, tergantung dari jenis program televisi yang dibuat. Bisa hanya dua atau bahkan bisa mencapai ratusan orang.⁶ Dalam tahap praproduksi, tim produksi juga mempersiapkan peralatan-peralatan yang akan digunakan saat proses *taping*, karena kesiapan peralatan menjadi salah satu faktor penting berjalannya proses produksi acara.

Rundown adalah susunan isi dan alur cerita dari sebuah program acara yang dibatasi oleh durasi waktu dan pembagian segmen.⁷ *Rundown* acara menjadi acuan selama proses *taping* berlangsung. Tidak hanya sebatas *rundown*, pentingnya *rundown* sebagai menjadi pedoman para kru dalam melaksanakan tugasnya. Dengan adanya *rundown*, tim produksi dapat menentukan visualisasi, *angle* kamera, dan dapat memperkirakan waktu *taping*. *Taping* biasa disebut dengan rekaman, di mana hasil rekaman tersebut masih melalui proses pengeditan sebelum ditayangkan.

2) Produksi

Dalam tahap inilah, produser dan *teamwork* yang telah dibentuk untuk merealisasikan perencanaan dan persiapan pembentukan program acara yang telah dibuat. Proses produksi membutuhkan persiapan ekstra, karena pada proses inilah kualitas program akan ditunjukkan. Saat proses produksi berlangsung, persiapan seperti *setting* tempat, *lighting*, kamera, *clip on*, *memory card*, harus dicek dan dipastikan aman. Produksi siaran televisi

⁵A. Munanjar, Achmad Haikal, dkk., “Memilih Segmentasi Penonton Dalam Perencanaan Program Televisi,” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 1, no. 3 (2018): 586, diakses pada 11 Desember 2021, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4165/2561>.

⁶Herry Kuswita, “Mengenal Dasar-Dasar Program Televisi,” *Jurnal Komunikologi* 6, no. 1 (2009): 2.

⁷Rusman Latief dan Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama (Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan)*, (Jakarta: Kencana, 2015), 149.

terdapat tiga unsur pokok yang selalu ada dan saling berkaitan satu sama lainnya, yaitu *cameraman*, audio, dan *lighting*. Jika salah satu unsur ini bermasalah, maka sulit untuk memaksimalkan hasil produksi program siaran.

Terdapat dua teknik dalam proses produksi program siaran televisi, yaitu secara *live (on air)* dan *taping* (siaran tunda). Siaran *live* merupakan jenis tayangan yang ditayangkan secara langsung dari awal hingga akhir acara tanpa melalui proses *editing*. Biasanya jenis tayangan *live* ini berupa berita *update* yang harus langsung disampaikan karena menyangkut kepentingan khalayak umum. Program *talk show*, olahraga, dan berita kenegaraan, merupakan beberapa program yang biasanya ditayangkan secara *live*.

Produksi program *taping* (rekaman) merupakan kegiatan merekam adegan menjadi bentuk audio video. Proses produksi dilakukan dari awal hingga akhir acara, dengan materi hasil rekaman akan ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan waktu peristiwa atau waktu *taping*. Penayangannya harus melalui proses *editing* sebelum ditayangkan. Proses *editing*, membantu memilah bagian-bagian gambar atau video yang tidak dapat/layak ditayangkan karena tidak sesuai dengan naskah, atau terdapat kesalahan selama proses produksi berlangsung.⁸ Adapun perelatan yang secara umum digunakan untuk memproduksi program diantaranya sebagai berikut.

- a) Kamera, alat elektronik yang menggabungkan video dan merekam audio video ke dalam satu unit, yang fungsi utamanya sebagai perekam gambar dan audio.
- b) *Clip ono*, alat yang berfungsi merekam audio yang biasanya terhubung langsung dengan kamera.
- c) *Lighting*, sumber pencahayaan apabila produksi program berada didalam ruangan/studio.
- d) *Tripod*, alat penyangga yang membantu menyangga badan kamera agar dapat berdiri tegak.

3) Pascaproduksi

⁸Rusman Latief, Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non-Drama (Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan)* (Jakarta: Kencana, 2015), 152.

Tahap pascaproduksi merupakan tahapan terakhir dari serangkaian persiapan hingga proses produksi acara. Dalam tahap ini segala bahan hasil *taping* akan melalui tahapan *editing* dari segi penataan gambar dan audio, melengkapi dengan *template* nama, gelar, ilustrasi, narasi, dan lain-lain. *Editing* televisi adalah seni menggabungkan gambar dan audio memiliki alur cerita yang sinkron dan dapat dinikmati *audiens*. Semua aspek di dalam pembuatan program terdapat keunikan tersendiri karena memiliki unsur-unsur fotografi, audio, dan visualisasi. Penyuntingan gambar pada dasarnya harus memiliki tujuan pasti. Tujuan tersebut nantinya akan memberikan gambaran seorang editor ke sebuah hasil yang baik. Adapun tujuan dalam penyuntingan gambar adalah menghilangkan audio atau klip yang tidak digunakan, memilih audio dan klip terbaik, menghasilkan alur program yang selaras, menambahkan efek dan musik tertentu, serta merubah gaya dari video.⁹ Selanjutnya adalah evaluasi terhadap hasil produksi program, tahap ini akan menentukan apakah hasil produksi layak untuk disiarkan atau belum.

b) Fungsi Manajemen Produksi

Terry mengemukakan pendapatnya mengenai empat fungsi manajemen yaitu: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan). Yang mana keempat fungsi tersebut dikenal dengan istilah POAC.¹⁰

1) *Planning* / perencanaan

Perencanaan adalah proses mempersiapkan berbagai putusan bagi sebuah perbuatan di masa datang. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa perencanaan harus mampu mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan organisasi ke arah tujuan dan maksud yang ditetapkan. Mengurangi perbuatan untung-untungan atau disfungsi yang tidak mendukung tujuan organisasi, sehingga dapat menghambat jalannya rancangan program. Perencanaan membuat pergerakan tim

⁹Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Produksi Televisi (Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan teknik Editing)* (Jakarta: PRANADAMEDIA GROUP, 2012), 396.

¹⁰George R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), 9.

dilaksanakan secara nyata dan teratur dalam mengelola tahapan yang akan dijalankan.¹¹ Fungsi manajemen sebagai perencanaan ini, meliputi perencana produksi program, materi siaran, sumber daya manusia sebagai komunikator, perencanaan sarana dan prasarana.

2) *Organizing* / Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah divisi dan pembagian tugas kerja. Divisi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja agar kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama.

Organisasi adalah tempat atau wahana proses kegiatan kumpulan orang-orang yang berkerja sama memiliki fungsi dan wewenang untuk mengerjakan usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan. Ajaran Islam senantiasa mendorong para pemeluknya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir, sehingga terbentuk kesatuan dalam segala tindakan yang membantu untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian dilaksanakan untuk mengatur seluruh komponen manajemen termasuk manusia yang terlibat di dalam sebuah organisasi, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakannya kepadamu, sedang kamu mengetahui”*. (QS. Al-Anfal [8] : 27).¹²

¹¹Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2007), 33.

¹²Sri Harmonika, “Hadits-Hadits tentang Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM),” *Jurnal At-Tadair* 1, no. 1 (2017):6, diakses pada 29 Desember, 2021, <https://media.neliti.com/media/publications/225007-hadits-hadits-tentang-manajemen-sumber-d-cba04f5f.pdf>.

Organisasi merupakan wadah berkumpulnya sekelompok orang yang memiliki visi dan misi yang sama, kemudian membagi pekerjaan/ divisi /tugas yang dijalankan bersama untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan.¹³ Sekelompok orang yang tergabung dalam organisasi bekerja dan berhubungan satu sama lain untuk mengkoordinir bagian kinerja divisi.

Pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk melaksanakan sekumpulan tugas yang terbatas. Struktur organisasi stasiun penyiaran pada umumnya memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda-beda satu dengan lainnya. Biasanya hal tersebut dipengaruhi oleh perbedaan skala usaha besar atau kecilnya stasiun penyiaran. Biasanya stasiun penyiaran yang memiliki skala besar, lebih memiliki kepengurusan organisasi yang lebih kompleks. Sedangkan stasiun yang lebih kecil hanya memiliki lebih sedikit sumber daya manusia sebagai pengelola.

Tanggung jawab dalam menjalankan stasiun penyiaran pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua yaitu, manajemen penyiaran dan pelaksanaan operasional penyiaran. Fungsi manajemen pada stasiun penyiaran akan berurutan dari atas sampai ke bawah. Mereka yang menempati pada posisi tersebut harus bertanggung jawab terhadap bidang-bidang yang mewujudkan suatu stasiun penyiaran. Pelaksanaan operasional ialah mereka yang menjadi bagian dari organisasi penyiaran, yang terlibat dalam kerja penyiaran antara lain seperti para perancang program, kru produksi, kru MCR (*master control room*), wartawan untuk kegiatan liputan, reporter, dan lainnya. Setiap divisi harus memiliki paparan kerja (*job description*) yang jelas. Hal ini penting untuk memahami batas wewenang dan tanggung jawab.¹⁴

Stasiun penyiaran akan berjalan baik secara operasional jika yang menjalankannya adalah orang yang berkompoten dalam bidangnya. Menjalankan suatu

¹³Sesra Budio, "Komunikasi Organisasi: Konsep Dasar Organisasi," Jurnal 1, no. 2 (2018): 23, diakses pada 9 Desember, 2021, <https://jurnal.stai-yaptip.ac.id/index.php/menata/article/view/69>.

¹⁴Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Strategi Mengelola Radio & Televisi), (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 150-153.

stasiun penyiaran merupakan pekerjaan yang penuh dengan tuntutan dan membutuhkan kemampuan dan keahlian. Sekalipun peralatan produksi siaran merupakan yang bagus dan lengkap, tanpa anggota yang memiliki *skill*, peralatan tersebut tidak akan berguna dengan baik.

Pembagian divisi produksi dan siaran melalui pola-pola manajemen diperlukan agar:

- a) Tercapai tujuan. Tujuan produksi program harus diraih sesuai dengan prioritas-prioritas yang telah ditentukan di awal. Di sinilah diperlukan adanya manajemen agar tujuan-tujuan tersebut bisa dicapai melalui tahapan-tahapan yang sudah disepakati atau diputuskan oleh manajemen perusahaan.
- b) Terjaga keseimbangan. Diterapkannya manajemen dalam perusahaan akan bisa menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasara-sasaran dan kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi.
- c) Tercapai Efisiensi dan Efektivitas. Kesuksesan sebuah organisasi bisa diukur dengan berbagai macam cara. Namun hal yang paling mudah dijadikan indikator dalam keberhasilan organisasi adalah patokan efisiensi dan efektivitas.¹⁵ Yang dimaksud efektivitas adalah melakukan pekerjaan yang benar, sedangkan efisiensi adalah melakukan pekerjaan dengan benar.

Pada tahapan pengorganisasian, semua kegiatan dari proses praproduksi hingga pascaproduksi saling berhubungan. *Teamwork* atau kru produksi di stasiun penyiaran televisi biasa disebut dengan kerabat kerja. Kerabat kerja inilah yang akan mengkoordinir tugas-tugas mereka sesuai dengan arahan yang telah ditetapkan melalui tahap perencanaan sebelumnya. Melalui fungsi manajemen pengorganisasian, komunikasi menjadi komponen terpenting dalam mengarahkan dan memberi informasi. Adapun kerabat kerja pada produksi program acara televisi terdapat beberapa bagian di antaranya:

¹⁵Mochammad Dawud, "Menerapkan Manajemen Strategi Penyiaran untuk Penyiaran Dakwah," *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (2019): 98, diakses pada 4 April, 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/345872-penerapan-manajemen-strategi-penyiaran-d-834844ca.pdf>

a) Manajer Produksi

Manajer produksi adalah seseorang yang bertanggung jawab atas detail produksi, sehingga seorang manajer produksi harus mengetahui dan memantau segala progress tahapan produksi program. Tanggung jawab utama seorang manajer produksi adalah mencakup penjadwalan, pengaturan penayangan program, sehingga tujuan dari penayangan program dapat tercapai.¹⁶

b) Produser

Produser adalah orang yang memimpin serta memiliki tanggungjawab produksi dari tahap praproduksi hingga tahap pascaproduksi. Selain itu produser juga bertanggung jawab kepada eksekutif produser. Seorang produser memiliki wewenang untuk memberikan perintah pada tim produksi. Produser memiliki tanggungjawab untuk mengarahkan *cameraman*, *audioman*, dan penggunaan *lighting* saat proses produksi.

c) *Cameraman*

Hasil rekaman gambar merupakan salah satu hal terpenting dari hasil produksi program. Dalam proses produksi program acara, tentunya tidak terlepas dari keahlian seorang *cameraman* untuk mengoperasikan kamera. Seorang *cameraman* harus memahami *lay out set design* gambar, agar dalam penyusunannya sesuai dengan yang telah direncanakan.

d) *Audioman*

Sama seperti hasil gambar, audio juga menjadi salah satu hasil terpenting hasil rekaman. *Audioman* berperan untuk mengatur audio, agar audio yang dihasilkan jernih dan sesuai. Sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

e) Asisten Produser

Asisten produser akan sering melakukan komunikasi dengan produser. Keberadaannya akan membantu tim produksi untuk melaksanakan tugas sesuai dengan arahan dan permintaan produser.

¹⁶Morissan, *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio & Televisi)*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2008), 308.

f) Penulis Naskah

Penulis naskah merupakan orang yang memiliki tanggung jawab membuat sebuah cerita dalam produksi sebuah program. Biasanya ini adalah sosok yang sangat penting, karena perannya membawa dampak untuk konsep acara yang akan dibahas. Karena konsep harus sesuai dengan format acara.

g) Penata Rias

Penata rias memiliki tugas mempercantik atau memperindah penampilan pengisi acara. Selain itu juga meng *make over* pengisi acara untuk mendukung peran yang akan dimainkan.

h) Penata Cahaya

Penata cahaya adalah orang yang bertugas mendesain dan menentukan pencahayaan produksi baik dalam studio maupun di luar studio agar cahaya yang dihasilkan sesuai dengan rencana.

i) Editor

Editor atau penyunting gambar adalah sebutan bagi orang yang bertanggung jawab memotong gambar dan suara yang dihasilkan dari *taping* yang kemudian diedit dan digabungkan menjadi satu.

3) *Actualizing*/Penggerakan

Actuating adalah penggerakan disertai pengarahan kepada segenap karyawan/tim produksi yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi. Fungsi penggerakan merupakan awal dari pelaksanaan fungsi perencanaan dan pengorganisasian yang telah direncanakan dan dibentuk untuk kemudian diterapkan selama proses produksi program acara. Tahapan penggerakan ini menyangkut hubungan antara individu satu dengan individu yang lain agar dapat bekerja sama sesuai dengan pembagian divisi yang telah ditetapkan.

Untuk dapat mengimplementasikan fungsi penggerakan manajemen selama produksi program, maka diperlukan beberapa keahlian setiap orang yang terlibat dalam kegiatan. Keahlian tersebut meliputi :

a) Keahlian teknis, yaitu keahlian yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan spesifik tertentu, seperti mengoperasikan kamera, mengoperasikan komputer,

edit video, membuat *bumper* program, dan lain sebagainya.

- b) Keahlian berkomunikasi dan berinteraksi dengan pimpinan dan anggota, yaitu keahlian dalam menerima dan memahami informasi yang telah diberikan.
- c) Keahlian Konseptual, yaitu keahlian dalam berfikir secara abstrak, sistematis, termasuk di dalamnya mendiagnosa dan menganalisis berbagai masalah dalam situasi yang berbeda-beda, bahkan keahlian untuk memprediksi di masa yang akan datang.¹⁷

Pada fungsi ini, semua sarana, prasarana, dan sumber daya manusia berusaha untuk dimaksimalkan segala perannya pada saat proses produksi, karena komponen-komponen tersebut yang akan memengaruhi kualitas program. Seorang produser mempunyai wewenang untuk memberikan perintah dan arahan, namun perintah tersebut haruslah jelas dan diberikan kepada orang yang tepat sehingga membawa ke arah yang positif.

4) *Controlling* / Pengawasan

Controlling merupakan langkah sistematis untuk menetapkan standar-standar pelaksanaan dengan melakukan pengamatan dari tahap produksi hingga pascaproduksi. *Controlling* atau pengawasan dalam manajemen produksi program televisi merupakan proses untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan berbagai pelaksanaan proses produksi agar sesuai target yang telah ditetapkan, meskipun pasti melalui berbagai hambatan yang mungkin saja terjadi pada sebuah kondisi tertentu.¹⁸ Membandingkan perencanaan dengan realitas yang terjadi di lapangan, serta mengoreksi kendala-kendala untuk kemudian akan dilakukan evaluasi untuk membenahi berbagai kendala tersebut.

¹⁷Mochammad Dawud, "Menerapkan Manajemen Strategi Penyiaran untuk Penyiaran Dakwah," *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 1 (2019): 99, diakses pada 4 April, 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/345872-penerapan-manajemen-strategi-penyiaran-d-834844ca.pdf>

¹⁸Fredy Masahengke, "Manajemen Produksi dan Komunikasi Program Komedi Baelang," *Jurnal Komunikasi dan Manajemen* 5, no. 1, 2018: 146-147, diakses pada 29 Desember, 2021, <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/alkalam/article/view/1339/0>.

Fungsi pengawasan juga berfungsi mengamati pemaksimalan sumber daya perusahaan agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan sebuah organisasi atau perusahaan telah tercapai atau belum. Hal ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan yang sesuai dengan perencanaan. Pengertian tersebut menunjukkan harus adanya kesinambungan antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan memiliki fungsi untuk menilai apakah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, divisi dan karyawan. Kegiatan evaluasi yang dilakukan secara berkala pada masing-masing anggota dan divisi memungkinkan untuk membandingkan kinerja sebenarnya dan kinerja yang direncanakan. Apabila kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Misalnya, isi dari program acara berbeda dengan tema awal yang telah ditentukan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan dalam analisis masalah dan memberi pengarahan untuk dilakukan diskusi agar mendapat solusi.¹⁹

2. Media Massa Televisi

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung tersebut masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai pada 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara Asian Games keempat. Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Baru pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha

¹⁹Morissan, Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio & Televisi), (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 167-169.

untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia.

Media atau *wasilah* secara bahasa berasal dari bahasa Arab, *al-wuslab*, *al-ittisal*, yaitu segala sesuatu yang dapat mengantarkan tercapainya kepada sebuah sasaran yang dimaksud. Media secara istilah diartikan sebagai alat perantara, penghubung, atau alat komunikasi. Media massa pada umumnya dibagi menjadi dua, yakni media cetak (koran, majalah, tabloid, dan lain-lain), dan media elektronik (radio, televisi, dan media *online*).²⁰ Alur dari proses komunikasi massa dimulai dari adanya suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi di masyarakat yang kemudian diolah oleh komunikator menjadi sebuah ide atau konsep menjadi sebuah pesan atau informasi yang disampaikan melalui media massa kepada komunikan dan khalayak.

Media massa menjadi salah satu faktor pendukung terpenuhinya kebutuhan informasi *audiens*, seperti media mengetahui berbagai kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh *audiens*. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika media dapat menghadirkan kebutuhan informasi yang dibutuhkan *audiens*, maka media tersebut dianggap berhasil memenuhi kebutuhan informasi *audiens*.²¹

Menurut McQuail terdapat enam perspektif melihat peran media massa dalam kehidupan sosial, antara lain sebagai berikut.

- a) Media massa dianggap sebagai jendela yang memungkinkan khalayak bebas mengetahui informasi dan menelusuri berbagai peristiwa yang terjadi.
- b) Media massa sebagai cerminan berbagai peristiwa. Pengelolaan media yang kurang tepat, memunculkan berbagai informasi bebas tersebar, tanpa peduli informasi tersebut mengandung konten kekerasan, pornografi, konflik, dan konten buruk lainnya.
- c) Memandang media sebagai filter untuk memilih berbagai informasi yang perlu diperhatikan atau tidak. Media senantiasa memilih informasi atau isu tertentu sesuai standar pengelolanya.

²⁰A. Rafik, Pesan Dakwah Melalui Media Massa (Studi Pendekatan Televisi sebagai Da'i), *Jurnal Al-Muttaqin* 4, no. 1 (2016): 3, diakses pada 5 Desember, 2021, <http://jurnal.iainsambas.ac.id/wp-content/uploads/2018/10/1.-A.RAFIK-MEDIA-MASA-SEBAGAI-GURU-PERBAIKAN.pdf>.

²¹Romdhi Fatkur Rozi, "Distribusi Konten Tayangan Televisi Swasta Lokal di Kota Jember Melalui Media Online," *Jurnal Literasi* 5, no. 2 (2015): 210, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/LIT/article/view/6101>.

- d) Media massa dianggap sebagai penunjuk arah, hal tersebut disebabkan media massa memberikan akses informasi yang luas.
- e) Media massa sebagai sarana mempresentasikan informasi dan menuangkan berbagai ide-ide menjadi sebuah karya.
- f) Media massa memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.²²

Penggunaan media massa dalam skala global merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Secara istilah komunikasi massa ini merupakan alat komunikasi yang dioperasikan secara skala besar, menjangkau dan mempengaruhi secara virtual masyarakat luas. Hal ini mengacu pada beberapa media massa yang sekarang telah familiar seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, dan beberapa lainnya.

Televisi berasal dari kata *tele* yang berarti jauh dan *vision* yang berarti tampak, yang kemudian dapat diartikan televisi itu dapat dilihat (melihat) dari jarak jauh. Penyampaian informasi kepada publik dapat melalui program acara, iklan, dan laporan reportase wartawan. Televisi merupakan salah satu media massa yang mengalami perkembangan pesat dan memiliki pengaruh yang besar bagi kehidupan masyarakat sebagai perantara penyebar informasi. Pengemasan tayangan program yang menarik merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam penyampaian informasi di dunia penyiaran televisi.

Sebagai salah satu media massa yang digunakan dalam proses komunikasi, televisi memiliki kelebihan karena sifatnya yang langsung, tidak mengenal jarak dan memiliki daya tarik yang kuat. Pesan yang disampaikan pada khalayak dapat langsung diterima oleh khalayak itu sendiri. Tidak mengenal jarak karena jangkauan televisi umumnya tidak terbatas kecuali adanya faktor alam yang mempengaruhi teknis seperti daerah yang bergunung-gunung. Isi pesan dalam televisi juga tersaji dalam bentuk audiovisual. Paduan inilah yang kemudian menjadi daya tarik yang kuat dari televisi. Karena selain unsur kata-kata, musik dan *sound effect* seperti radio, televisi juga memiliki unsur visual berupa gambar hidup yang menimbulkan kesan mendalam bagi penontonnya.

Komunikasi massa media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan melalui

²²Denis McQuail, *Mass Communication Theory* (London: Sage Publication, 2000), 66.

perantara media massa (televisi). Proses komunikasi tersebut, melibatkan banyak orang (tim) yang ikut berkontribusi selama proses produksi program. Pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi media massa bersifat satu arah, yang mana *audiens* tidak dapat secara langsung memberikan *feedback* mengenai program acara.

Akibat dari perkembangan teknologi komunikasi massa Televisi, akan memberikan pengaruh dalam banyak aspek kehidupan manusia. Pengaruh tersebut bisa dalam politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan pertahanan dan keamanan negara. Dengan teknologi televisi yang ada sekarang ini, batas-batas negara pun tidak lagi menjadi hal yang sulit ditembus. Karena itu, bila informasi media televisi dari belahan dunia tidak terkontrol maka akan menimbulkan efek yang cukup luas, misalnya penjajahan budaya hingga membawa dampak terhadap identitas suatu bangsa tersebut.

Efek media masa kepada masyarakat bukanlah kecil melainkan sangat luas cakupannya, hal ini menandakan eksistensi media masa yang sangat kuat di kalangan masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat, membuat berbagai perubahan dalam media terjadi. Berbagai perubahan tersebut di antaranya banyaknya format acara dan jenis program acara baru yang diproduksi. Sehingga ada beberapa program acara yang memiliki kesamaan konsep program.²³ Kemudian karena hal tersebut sebagian orang memanfaatkan media massa untuk berinovasi, dan salah satunya adalah inovasi mengenai cara penyampaian dakwah melalui jalur media massa.

Dakwah di era globalisasi memudahkan berbagai informasi tersebar luas dengan memaksimalkan peran media massa, yaitu elektronik (televisi, film, dan radio) dan cetak (surat kabar, tabloid, majalah, dan lain-lain). Bahkan *mad'u* begitu akrab dengan berbagai media sosial yang sedang populer.²⁴ Untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah di era modern seperti sekarang ini, menjadi keharusan para dai memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi massa untuk berdakwah,

²³Abdul Karim, "Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang," *Jurnal At-Tabayir* 4, No. 1 (2016): 165, diakses pada 5 Desember, 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2911/2082>.

²⁴Encep Dulwahab, "Rebranding Dakwah di Media Televisi," *ANIDA Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah* 15, No. 2 (2016): 299-300, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida/article/download/1173/860>.

sehingga dapat mempermudah mencapai tujuan dakwah dan target sasaran dakwah.²⁵

3. Program Acara Televisi

Program secara etimologis berasal dari bahasa Inggris yaitu *programme* yang berarti acara atau rencana. Dalam pengertian luas, Program adalah segala hal yang ditayangkan oleh stasiun penyiaran yang di antaranya adalah radio dan televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi *audiens*.²⁶

Undang-undang Penyiaran Indonesia lebih sering menggunakan istilah “siaran” daripada program. Istilah siaran didefinisikan sebagai pesan atau serangkaian informasi yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun istilah “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia. Program diartikan sebagai segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran dengan tujuan berusaha memenuhi kebutuhan informasi *audiens*.²⁷ Biasanya usulan produksi sebuah program bukanlah ide baru, namun ide tersebut diadaptasi dari program lain sehingga terdapat perbedaan dalam pengemasan latar tempat, narasumber, *host*, dan waktu penayangan.²⁸

Televisi tidak dapat terpisahkan dari program siaran. Penyiaran merupakan keseluruhan penyampain materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, dan pemancaran sampai penerimaan siaran kepada pendengar atau pemirsa di suatu tempat. Setiap televisi memiliki program yang berbeda dengan televisi satu dengan yang lainnya. Program siaran dirancang dengan membuka hubungan seluas-luasnya dengan *audiens*. Televisi adalah medua massa yang paling sering dianggap memberikan efek paling besar bagi *audiens*. *Audiens* memusatkan

²⁵Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Televisi,” *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3, No.1 (2015): 16, diakses pada 29 Desember, 2021, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/1642/1478>.

²⁶Tine Agustin Wulandari, “Mendongkrak Keberhasilan Program televisi di Indonesia Melalui Akun Pada Situs Jejaring Sosial *Twitter*,” *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 5, no 2 (2015): 14, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/223>.

²⁷Ilona V. Oisina Situmeang, “Pengaruh Program Acara Mata Najwa Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta),” *Jurnal Komunikasi* 13, no. 1 (2016): 32, diakses pada 30 Oktober 2021, <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Kom/article/view/1449>.

²⁸Muhammad Gafar Yoedtadi, Muhammad Adi Pribadi, dkk, “Proses Produksi Acara Siaran Langsung Televisi Untuk Menghasilkan Acara Yang Layak Tonton,” *Jurnal Wacana* 16, no. 1 (2017): 160, diakses pada 15 November, 2021 <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/4/0>.

perhatian dan penggunaan isi media massa untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan informasi.

Program acara televisi merupakan sebuah tayangan yang dihasilkan dari kegiatan liputan, mengedepankan kualitas gambar dan audio yang kemudian disusun menjadi sebuah program audiovisual yang disebarluaskan kepada masyarakat luas dalam bentuk tayangan program acara televisi.²⁹ Program acara televisi akrab dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Program-program tersebut menyajikan berbagai informasi serta hiburan. Tayangan-tayangan tersebut dapat memengaruhi dan mengubah pandangan masyarakat.

Karena itulah acara-acara siaran televisi selalu diupayakan agar menjadi suguhan yang menarik dan menyegarkan. Bukan saja menjadikan penonton betah duduk berlama-lama di depan televisi, tetapi tontonan yang disaksikan dapat menjadi tuntunan dan penghibur untuk *audies*. Televisi akan membawa pengaruh positif apabila dapat dikonsumsi dengan bijak dan memanfaatkannya untuk memperluas wawasan.

Media massa televisi memiliki beberapa fungsi, berikut penjabarannya.

- a) Fungsi Informasi, yaitu untuk memberikan atau menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, atau fenomena yang saat itu sedang terjadi di sekitar masyarakat. Masyarakat sebagai makhluk sosial tentunya akan membutuhkan informasi yang ada di sekitarnya.
- b) Fungsi Pendidikan, dalam media massa tentunya sangat membawa pengaruh besar. Selain memberikan informasi yang menarik, media massa juga menyajikan hal-hal yang sifatnya menarik. Salah satu cara untuk mendidik yang dilakukan media massa yaitu melalui pengajaran nilai, etika, moral, adab, serta aturan-aturan yang berlaku pada khalayak. Melalui program acara drama, diskusi, *talk show*, dan lain sebagainya.
- c) Fungsi Hiburan, selain menjadi sumber informasi dan pendidikan, media massa juga berfungsi sebagai sarana hiburan, dengan tujuan untuk mengurangi ketegangan dari pikiran *audiens*. Hal ini membuat pikiran masyarakat menjadi segar kembali. Televisi merupakan media massa yang identik

²⁹Santi Susanti dan Reksa Anggia Ratmita, "Manajemen Produksi Program Berita di iNews TV Bandung," *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 10, no. 2 (2020): 3, diakses pada 30 Oktober 2021, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jipsi/article/view/3867>.

dengan banyak program hiburan yang disukai banyak *audiens*. Jadi tidak heran jika stasiun televisi banyak menayangkan program acara hiburan.

Terdapat dua jenis program acara, yaitu program acara hiburan (*entertainment*) dan program acara informasi (berita). Program informasi adalah segala jenis siaran yang memiliki tujuan untuk memberi tambahan informasi kepada *audiens*.

a) Program Informasi/Berita

Berita diambil dari peristiwa yang sedang terjadi kemudian diliput dan kemudian dikemas menjadi suatu program acara pemberitaan dalam program acara yang akurat, tajam, dan terpercaya. Biasanya pemberitaan perkembangan politik, sosial, ekonomi masyarakat dapat membuat dunia pengetahuan masyarakat lebih luas. Program berita dibagi menjadi dua yaitu *hard news* dan *soft news*.

1) *Hard News*

Hard News berita berisi kejadian yang terkini, dan memiliki pembahasan yang mendalam, berat, dan serius. Jenis berita ini harus segera ditayangkan karena sifatnya yang penting untuk segera diketahui oleh *audiens*. Biasanya berita dengan jenis *hard news* bisa ditayangkan beberapa kali dalam satu hari, misalnya pada pagi, siang, petang, dan tengah malam. *Hard News* dibagi lagi dalam beberapa bentuk berita yaitu *straight news*, *features*, *investigation news*, dan *infotainment*.

- a. *Straight News*, merupakan berita langsung yang disampaikan apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Menyajikan informasi terpenting yang mencakup *5W+1H*. Jenis berita ini sangat terikat oleh waktu karena informasinya bersifat *ter-update* dan cepat basi apabila terlambat disampaikan.
- b. *Investigation News*, merupakan berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Berita jenis ini merupakan berita mendalam yang melalui proses wawancara secara bertahap kepada narasumber untuk menemukan informasi secara terinci.
- c. *Feature*, jenis berita ini menyajikan informasi ringan namun menarik, yang membuat *audiens* penasaran. Walaupun *feature* identik dengan pengemasan beritanya yang ringan, ada kalanya *feature* terkait

dengan peristiwa penting yang harus segera ditayangkan.

- d. *Infotainment*, merupakan berita yang menyajikan kehidupan tokoh atau orang yang dikenal secara luas oleh masyarakat (*celebrity*). Karena orang-orang tersebut adalah *celebrity* banyak masyarakat yang tertarik dan ingin mengetahui sisi lain kehidupan para *celebrity* tersebut. Informasi seputar *celebrity* ini banyak menjadi perbincangan hangat masyarakat, oleh karena itu berita *infotainment* harus segera ditayangkan.

2) *Soft News*

Soft News berita berisi pembahasan yang ringan dan menghibur, di dalamnya sering memuat berita *human interest*, walaupun berita jenis ini juga memberi sebuah informasi penting, namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk ke dalam kategori *soft news* ini adalah *current affair*, *magazine*, *documenter*, dan *talkshow*.

- a. *Current Affair* adalah program yang menyajikan informasi terkait dengan suatu berita penting. Menayangkan informasi yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lebih lengkap dan mendalam. Bisa dikatakan berita jenis ini masih terikat dengan waktu, namun tidak seketat *hard news* batasannya adalah selama isu yang dibahas masih menjadi pembahasan luas oleh *audiens*.
- b. *Magazine* adalah program yang hampir sama dengan *feature*, namun memiliki durasi penayangan yang lebih panjang. *Magazine* ditayangkan pada program tersendiri yang terpisah dari program berita.
- c. Dokumenter merupakan program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan secara menarik. Dokumenter memiliki nilai-nilai sinematografi yang cukup melekat. Contoh program dokumenter adalah kehidupan social dan budaya sebuah masyarakat.
- d. *Talk Show* adalah program yang cukup populer di kalangan *audiens*. Program ini menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh pembawa acara (*host*). Narasumber adalah orang-orang yang terlibat dalam

sebuah peristiwa ataupun orang yang berpengalaman pada topik dan bidang tertentu.

b) Program Hiburan

Segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audiens* dalam beberapa bentuk format acara adalah program acara. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, sinetron, film, musik, *quiz*, *reality show*, dan sebagainya.³⁰

Berbagai stasiun televisi berusaha menyajikan program acara yang menarik dan edukatif, salah satunya adalah program acara yang mengusung kegiatan dakwah. Dengan adanya kegiatan dakwah melalui televisi menjadi salah satu alternatif *audiens* mendapatkan berbagai informasi. Program tayangan tersebut tentunya akan berfokus pada penyampaian materi/pesan dakwah yang mengedukasi dan bermanfaat sehingga memengaruhi kualitas program acara.³¹ Oleh karena itu, saat perencanaan produksi sebuah program, seorang pengelola harus memperhatikan beberapa faktor penonton, waktu, durasi, dan metode penayangan atau penyajian program.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat program acara adalah sebagai berikut.

1. Pemirsa, pada faktor ini program acara dituntut untuk dapat mengetahui kebutuhan informasi pemirsanya, serta seorang komunikator dapat menyampaikan dengan baik berbagai informasi baik kategori anak-anak, remaja, maupun dewasa.
2. Waktu, faktor waktu penayangan program menjadi bahasan pertimbangan, agar setiap jadwal penayangan program, faktor waktu dapat secara efisien menyesuaikan dan diterima oleh sasaran *audiens* yang dituju.
3. Durasi, setiap program acara memiliki waktu penayangan yang berbeda yang disesuaikan dengan jenis acara dan tuntutan skrip, agar tujuan dari penayangan program dapat tercapai.

³⁰Morissan, *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio & Televisi)* (Jakarta: PRANADAMEDIA GROUP, 2008), 218-223.

³¹Azwar, Alifia Pradyanti, dkk, "Etika Dalam Program Hiburan Televisi: Analisis Program Hiburan Waktu Indonesia Bercanda Net TV," *Jurnal Of Digital Education, Communication, and Arts* 1, no. 2 (2018): 96-97, diakses pada 30 Oktober, 2021, <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/DECA/article/view/792>.

4. Metode Penyajian, pengemasan program acara yang sesuai dibutuhkan, terlebih untuk pesan program acara nonhiburan agar dapat menarik minat *audiens* untuk menyaksikan program tayangan.³²

Media memiliki cara pandang tersendiri untuk memproduksi sebuah program acara, sedangkan *audiens* memiliki cara tersendiri dalam menyikapi berbagai terpaan informasi dari berbagai media. Dalam sebuah tayangan program acara televisi tidak sepenuhnya bergantung dari ide tim kreatif saja, namun semua *teamwork* sesuai dengan kemampuan *profesionalisme* dapat berkontribusi memberikan arahan dan saran.

4. Program Acara “Cahaya Masa Kini” Cahaya TV Pati

a) Cahaya TV Pati

Stasiun penyiaran dan televisi lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten.³³ Televisi lokal lebih memperhatikan kehidupan sosial dan budaya daerah setempat dengan upaya yang lebih interaktif dengan *audiens* melalui program-program siaran yang telah disusun. Kekuatan televisi lokal sejatinya terdapat pada bagaimana manajemen televisi lokal tersebut dapat membentuk identitas lokal dan mewujudkan program-program siaran sesuai dengan kebutuhan dan minat masyarakat daerah setempat yang menjadi target *audiens*.³⁴ Kehadiran televisi lokal berusaha memenuhi kebutuhan khalayak dengan mengenali masyarakat lokal sesuai dengan ciri khas kultural masyarakatnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti, program tayangan berita di Cahaya TV Pati mengedepankan reportase berita dari daerah lokal dan sekitarnya di Pati, walaupun ada beberapa reportase dari daerah lainnya seperti Kudus dan sekitarnya. Reportase informasi di Cahaya TV Pati tidak hanya terbatas

³²Ilona V. Oisina Situmeang, “Pengaruh Program Acara Mata Najwa Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta),” *Jurnal Komunikasi* 13, no. 1 (2016): 32, 30 Oktober, 2021, <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Kom/article/view/1449>

³³Morissan, *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio & Televisi)*, (Jakarta: PRANADAMEDIA GROUP, 2008), 113.

³⁴Putu Arina Hermarani dan Ni Made Ras Amanda Gelgel, “Strategi Bisnis Penyiaran Lokal PT Bali Ranandha Televisi (Bali TV),” *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 4 (2021): 373, diakses pada 15 November, 2021, <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/3883>.

pada berita terkait kegiatan agama dan budaya, tetapi juga meliputi berita terkait dengan politik, sosial, hukum, dan pendidikan. Dengan adanya berbagai jenis topik bahasan berita diharapkan akan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Media massa lokal memiliki beberapa ciri di antaranya adalah:

- 1) Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat.
 - 2) Dari isi program, secara umum media lokal mengacu dan menyesuaikan dengan kebutuhan informasi masyarakat setempat. Program-program yang dihadirkan akan mengangkat kehidupan sosial, budaya, seniman lokal setempat, dan seputar informasi kemasyarakatan lainnya.
 - 3) Sisi keragaman masyarakat lokal akan lebih ditonjolkan, sisi keragaman ini akan menunjukkan identitas kelompok.³⁵
- b) Program Acara “Cahaya Masa Kini”

Dakwah kontemporer merupakan kegiatan dakwah yang dilakukan dengan cara menggunakan teknologi modern yang sedang berkembang, misalnya televisi, radio, media cetak, media masa, dan lainnya. Perkembangan kegiatan dakwah kontemporer dilakukan dengan cara mengikuti perkembangan teknologi yang sedang terjadi saat ini.

Dakwah ialah aktivitas keislaman dimana dai memberikan motivasi, contoh kesadaran yang baik, melalui aktivitas lisan, tulisan ataupun aktivitas perbuatan untuk merealisasikan ajaran-ajaran Islam yang nantinya dikerjakan oleh setiap muslim dengan kemampuannya masing-masing untuk mencapai ridha Allah.³⁶ Dakwah merupakan rangkaian kegiatan yang di dalamnya terdapat beberapa unsur. Dimana unsur-unsur tersebut membentuk sebuah kesatuan yang saling berhubungan dengan penyampaian materi dakwah kepada *audiens* melalui perantara media. Adapun unsur-unsur dakwah yaitu, dai (pelaku dakwah), *mad'u* (penerima

³⁵Christiany Judhita, “Televisi Lokal Dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di Sindo Tv Kediri),” *Jurnal Komunikasi dan pembangunan* 16, no. 1 (2015): 53, diakses pada 30 Oktober 2021, <https://www.neliti.com/id/publications/231017/televisi-lokal-dan-konten-kearifan-lokal-studi-kasus-di-sindo-tv-kendari>.

³⁶Aliyudin, dan Enjang AS. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), 52-53.

dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan efek dakwah.

Pesan dakwah atau materi dakwah merupakan salah satu bagian terpenting dari proses dakwah yang mana isinya merupakan ajaran Islam yang disampaikan oleh dai kepada *mad'u*. Pesan dakwah dapat berupa aqidah, syariah dan ahlak semua materi tersebut bersumber dari Alquran, Hadis, dan sumber lainnya. Materi dakwah yang disampaikan menyesuaikan keadaan sosial suatu masyarakatnya (*mad'u*). Masyarakat saat ini kebanyakan dikenal dengan masyarakat modern, yaitu masyarakat yang telah mengalami transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi yaitu masyarakat yang mampu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi era yang dihadapinya. Masyarakat atau kelompok warga masyarakat perlu saling mendukung dalam membangun sistem atau pola komunikasi yang sesuai dengan kondisi kekinian. Dimana media dikembangkan sebagai cara untuk menggugah kesadaran, pengetahuan, dengan mengembangkan sistem komunikasi yang baik bersama-sama di masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi media, segala bentuk problem terus bermunculan, seperti konten-konten pornografi, kekerasan dalam media, hedonisme, dan lain-lain. Hal ini menjadi pembahasan serius mengingat sulitnya menampik konten-konten tersebut karena bebasnya akses masuk ke media massa. Kegiatan dakwah kontemporer muncul untuk mengisi konten-konten dengan ajakan-ajakan kebaikan, dan tentunya mengurangi munculnya problem-problem dari konten yang kurang baik. Di era seperti ini kita tentunya sebagai masyarakat informasi, yaitu masyarakat yang selalu diterpa oleh berbagai macam informasi melalui media massa, maupun dari sumber lainnya, harus dapat mengontrol penerimaan informasi, dan jeli terhadap sajian konten media, karena setiap informasi yang dihadirkan bertujuan untuk mempengaruhi khalayak pada umumnya.

Kegiatan dakwah kontemporer dituntut untuk menghasilkann konten-konten dakwah yang dapat membangun sikap amar ma'ruf nahi munkar. Inilah tantangan sebenarnya, dimana menyampaikan sebuah dakwah dalam konten media tidak semerta-merta mudah, banyak proses yang harus dilalui. Penguasaan materi untuk pesan, keahlian beretorika, harus dikuasai oleh seorang komunikator (Dai). Di dalam media yang mudah adalah proses persebaran informai, namun untuk

mempengaruhi masyarakat khalayak di perlukan sebuah proses yang berkala, karena masyarakat yang dirundung berbagai macam informasi dari media massa maupun dari sumber lainnya.

Saat ini banyak stasiun televisi yang berlomba-lomba membuat program untuk menarik penonton. Semakin bagus programnya dan banyak diminati maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap masyarakat, juga menambah rating pada program tersebut. Program televisi ialah salah satu bagian dari televisi yang tidak bisa dipisahkan, program televisi merupakan segala sesuatu yang ditampilkan atau disiarkan oleh televisi untuk memenuhi kebutuhan penonton. Pemanfaatan televisi sebagai media dakwah telah banyak dilakukan oleh beberapa stasiun televisi baik pemerintah maupun swasta, itu dibuktikan dengan adanya program-program acara yang bernuansa Islam.³⁷

Program acara “Cahaya Masa Kini” merupakan salah satu program acara penyampaian informasi seputar Islam yang memiliki berbagai informasi untuk disampaikan ke khalayak umum. Dalam proses produksinya, program acara tersebut melibatkan berbagai komponen masyarakat dalam proses produksinya.

Selain untuk menyampaikan informasi, dalam program acara “Cahaya Masa Kini” diharapkan dapat mengajak dan memengaruhi *audiens* menuju hal yang positif. Hal ini berkaitan dengan fungsi televisi sebagai media perantara dakwah, serta peran program acara dakwah.³⁸ Melalui program “Cahaya Masa Kini”, informasi seputar keislaman dalam kehidupan sehari-hari akan dibahas berbagai permasalahan akan dikaji melalui pesan-pesan dakwah yang disampaikan secara ringan oleh dai. Program acara “Cahaya Masa Kini” diproduksi dalam studio Cahaya TV Pati, dengan jenis penayangan siaran tunda (*video taping*), dengan menggunakan *single camera setting* saat proses produksi.

³⁷Muhammad Deni Wijaya, “Pesan Dakwah dalam Program Televisi Muslim Travelers NET,” *Journal Of Islamic Communication and Broadcasting* 5, no. 1 (2019): 99-102.

³⁸Arif Arif, Samsinas Samsinas, dkk, “Televisi Sebagai Media Dakwah,” *Jurnal Al-Mishbah* 12, no. 2 (2017): 247-248, diakses pada 5 Desember, 2021, <https://almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/88>.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan dan acuan dalam penelitian. Selain digunakan sebagai acuan, penelitian terdahulu juga digunakan untuk menghindari kesamaan penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut di antaranya Masahengke (2018), Noviady (2018), Setiawati (2018), dan Tyas (2020), berikut penjabarannya.

Pertama, jurnal penelitian Masahengke, (2018) dengan judul “Manajemen Produksi dan Komunikasi Program Komedi Baelang (Studi Kasus di LPP TVRI Kalimantan Timur)”. Dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Fredy Masahengke selain membahas bagaimana penerapan manajemen produksi program, dalam penelitiannya juga membahas pentingnya komunikasi. Dengan komunikasi inilah tim produksi akan mengetahui apa saja yang perlu untuk dibahas mengenai kebutuhan dan kendala yang dihadapi, sehingga adanya kerjasama yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan yang terjadi.³⁹ Pembahasan komunikasi adalah bagaimana pada tahapan produksi sebuah program acara dapat meliputi komunikasi antar pribadi menyangkut pimpinan dan bawahan, komunikasi kelompok menyangkut komunikasi antar tim produksi inti, dan yang terakhir komunikasi organisasi yang meliputi komunikasi antara pimpinan seluruh anggota yang terlibat dalam organisasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Masahengke yaitu, sama-sama melakukan penelitian mengenai penerapan manajemen produksi program acara. Namun pada penelitian Masahengke juga berfokus pada penerapan dan peran komunikasi. Sedangkan perbedaannya terletak di instansi, program yang dipilih, dan waktu penelitian. Jenis program acara yang dipilih pun berbeda, Masahengke menggunakan program acara komedi, sedangkan penelitian ini menggunakan program acara dakwah.

Kedua, skripsi Noviady, (2018) dengan judul “Manajemen Produksi Program Acara Televisi Lokal (Studi Pada Unit Program Acara “Ustadz dan Jama’ah” di Jambi TV)”. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Dalam penelitiannya, Noviady meneliti bagaimana penerapan kegiatan manajemen produksi disalah satu stasiun televisi lokal yaitu Jambi TV. Program acara yang diteliti adalah program “Ustad dan Jama’ah” yang merupakan salah satu program acara religi.

³⁹Fredy Masahengke, Manajemen Produksi dan Komunikasi Program Komedi Baelang, Jurnal Komunikasi dan manajemen 5, no. 1, (2018) : 150-152, diakses pada 29 Desember, 2021, <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/alkalam/article/view/1339/0>.

Pokok bahasan terdiri dari, tahap praproduksi, tahap produksi, dan pascaproduksi. Tahapan manajemen digunakan untuk fokus terhadap jalannya kegiatan selama proses produksi berlangsung. Hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah bahwa dalam penelitian yang dilakukan Noviady adalah instansi stasiun penyiaran, waktu penelitian. Persamaan penelitian Masahengke dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan program acara dakwah sebagai objek penelitian.

Ketiga, skripsi karya Setiawati, (2018) yang merupakan salah satu mahasiswi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dimana penelitian tersebut berjudul "*Produksi Program Talkshow Ustadz (Ngobraz) di TVRI Lampung*". Dalam penelitiannya Setiawati membahas tahapan produksi program acara di televisi. Dalam penelitiannya Setiawati meneliti tahapan proses produksi program acara yang dijabarkan melalui serangkaian proses praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Kemudian Setiawati juga menjelaskan berbagai komponen-komponen yang terlibat dalam proses produksi program, seperti jenis siaran, sarana dan prasarana yang digunakan, hingga kru yang bertugas pada divisi masing-masing. Penelitian Setiawati, menjelaskan secara detail bagaimana tahapan perencanaan, pengajuan gagasan, hingga produksi acara dapat dilaksanakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Setiawati yaitu, sama-sama melakukan penelitian mengenai penerapan manajemen produksi program acara dakwah stasiun penyiaran televisi. Perbedaannya terletak di instansi, program yang dipilih, dan waktu penelitian.

Keempat, skripsi Tyas, (2020) dengan judul penelitian "Manajemen Produksi Program Acara "Guyon Gayeng" ADITV Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton", Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Penelitian yang dilakukan oleh Tyas, membahas mengenai penerapan manajemen produksi pada sebuah program acara Guyon Gayeng di ADiTV Yogyakarta. Program acara tersebut merupakan salah satu program acara *talk show* lawak yang dipadukan dengan musik campursari masa kini dipandu dengan dua host yang menggunakan bahasa jawa sebagai bahasa utama. Dalam acara tersebut akan membahas berbagai topik atau isu hangat yang penting dan perlu diketahui oleh khalayak umum. Dalam penelitiannya Tyas menjelaskan bahwa ADiTV sebagai salah satu televisi lokal ikut mengambil peran dalam melestarikan kebudayaan lokal ditengah banyaknya budaya asing yang masuk melalui perantara

media massa. Dalam tahapan produksi acara tersebut penerapan manajemen produksi dimulai dari fungsi utama kegiatan manajemen yaitu, *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), *controlling* (pengawasan). Dari penerapan kegiatan manajemen tersebutlah difokuskan untuk mencapai tujuan dari program acara “Guyon Gayeng” yaitu untuk menarik minat penonton sehingga tertarik untuk menonton acara tersebut. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Tyas yaitu, sama-sama melakukan penelitian mengenai penerapan manajemen produksi program acara dakwah stasiun penyiaran televisi lokal. Sedangkan perbedaannya terletak di instansi, program yang dipilih, dan waktu penelitian.

C. Kerangka Berpikir

Manajemen merupakan salah satu perencanaan dan pelaksanaan dari suatu gagasan, dengan adanya manajemen pengelolaan yang baik diharapkan akan membantu mengkoordinir tugas setiap divisi di Cahaya TV Pati. Manajemen bertujuan untuk menciptakan mutu program yang lebih baik, melancarkan proses produksi, mempermudah, dan mengoordinasi kerja tim. Efektivitas manajerial yang bisa didapatkan adalah dapat menentukan visi dan misi program, sasaran jangka panjang program, dan membuat perencanaan pelaksanaan produksi program.

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis bagaimana penerapan manajemen produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati, dan menganalisis hambatan-hambatan yang dialami selama proses produksi berlangsung. Penelitian ini menggunakan teori fungsi manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry. Teori tersebut mengemukakan bahwa manajemen dengan fungsinya sebagai sistem perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode triangulasi, dimulai dari melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperkuat hasil dari penelitian ini. Melihat rumusan masalah pada penelitian ini akan menghasilkan sebuah penelitian terkait dengan penerapan manajemen produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV Pati. Dari beberapa hasil tersebut diharapkan nantinya bisa ditarik sebuah kesimpulan pemahaman mengenai bagaimana manajemen produksi yang telah diterapkan selama produksi program acara “Cahaya Masa Kini” di Cahaya TV.

Kerangka berpikir pada penelitian ini seperti gambar di bawah:

Gambar/Bagan 2.1 Kerangka Berpikir

