

**DESAIN PROGRAM DAKWAH NGOPI MAJIT TV DI MASA  
PANDEMI COVID-19**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
**Jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**(KPI) Konsentrasi Televisi Dakwah**

Disusun Oleh:

**TAHTA RIZKI YUANDRY**

1601026085

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2023**

## NOTA PEMBIMBING

### NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Tahta Rizki Yuandry

NIM : 1601026085

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam / Televisi Dakwah

Judul : DESAIN PROGRAM DAKWAH MAJT TV PADA MASA PANDEMI COVID-19

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 14 Juni 2023

Pembimbing,



**Dr. H. NAJAHAN MUSYAFAK, M. A**  
NIP. 197010201995031001

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

**Desain Program Dakwah NGOPI MAJIT TV Pada Masa Pandemi Covid-19**

Disusun Oleh:

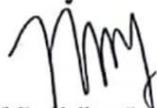
Tahta Rizki Yuandry

1601026085

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Juni 2023  
dan dinyatakan lulus memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

### Susunan Dewan Penguji

**Ketua/ Penguji I**



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003

**Sekretaris/ Penguji II**



Dr. Najahan Musyafak, M.A.

NIP. 19701020199503 1 001

**Penguji III**



Nilnan Ni'mah, MSI

NIP. 19800202200901 2 003

**Penguji IV**



Silvia Riskha Fabrizar, MSI

NIP. 19880229201903 2 013

Mengetahui, Pembimbing



Dr. Najahan Musyafak, M.A.

NIP. 19701020199503 1 001

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada, 2023



Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag  
NIP. 197204102001121003

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 14 Juni 2023



Tahta Rizki Yuandry

NIM: 1601026085

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Desain Program Dakwah NGOPI MAJT TV Pada Masa Pandemi Covid-19**, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Selawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Baginda Rasulullah SAW, dan seluruh keluarga dan para pengikutnya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H.M. Alfandi, M.Ag., dan Nilnan Nikmah, M.Si., selaku kajar dan sekjur KPI UIN Walisongo.
4. Dr. H. Najahan Musyafak, M.A., selaku wali dosen sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa mengarahkan dalam akademik perkuliahan dan dalam proses penulisan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
6. Ibu dan Ayah, Siti Chumaiyah dan Kastono.
7. Kakak dan Adik-adik saya tersayang.
8. Rekan-rekan kru MAJT TV yang telah mengizinkan program NGOPI menjadi objek penelitian.

9. KH. Syamsudin, selaku pengasuh Pondok Darul Ulum beserta keluarga yang telah memberikan penulis tempat tinggal selama proses penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman KPI 2016 khususnya KPI-B atau *Unstoppableclass*.
11. Teman-teman Kos Gendani dan kawan-kawan Kos Al-Karonsiyah.
12. Teman-teman Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang 2016

Penulis selalu memanjatkan do'a semoga kebaikan semua pihak yang selalu mendukung peneliti mendapatkan pahala yang dan semoga skripsi ini dapat memberikan kemanfaat dalam menambah wawasan dalam studi ilmu pertelevisian. Penulis sungguh sadar masih banyak kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai pembelajaran untuk pencapaian yang lebih baik.

Semarang, 14 Juni 2023



Tahta Rizki Yuandry

1601026085

## **PERSEMBAHAN**

Persembahan terbaik mungkin kepada diri sendiri, tapi tak luput selalu ada orang-orang tertentu yang layak diapresiasi, yang keberadaanya menegaskan bahwa kita mampu menepis perasaan jeri sepi dan nyeri sendiri.

Dengan menyebut asma Allah dan memohon syafaat Rasulullah SAW,  
diiringi kerendahan hati maka skripsi ini penulis persembahkan,

kepada keluarga:

Tempat pulang yang sebenarnya dari segala penolakan-penolakan yang saya terima, dari segala pengembaraan saya yang tak seberapa, dan dari kekalahan-kekalahan saya yang berlalu seringnya.

Kedua orang tua tercinta, Ibu Siti Chumaiyah dan Bapak Kastono.

Kakak dan ketiga adik-adik tersayang,

Wawan Nutriyo Aji, Cholida Az Zahro, Arif Rahman Hakim,  
dan Luqman Al Hakim.

Maka, hati yang biru dan perasaan yang haru mengucapkan doa:  
semoga segala persembahan, mengertakan.

## MOTTO

وَجَزَاءُ سَيِّئَةٍ سَيِّئَةٌ مِّثْلُهَا فَمَنْ عَفَا وَأَصْلَحَ فَأَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ

“Dan balasan suatu kejahatan adalah kejahatan yang setimpal, tetapi barangsiapa memaafkan dan berbuat baik (kepada orang yang berbuat jahat) maka pahalanya dari Allah. Sungguh, Dia tidak menyukai orang-orang zalim.”

(QS. Asy-Syura Ayat 40)

## **ABSTRAK**

**Tahta Rizki Yuandry, 1601026085**, “Desain Program Dakwah NGOPI MAJT TV Pada Masa Pandemi Covid-19” Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang.

Perkembangan zaman saat ini selalu mempengaruhi perkembangan teknologi khususnya televisi yang sampai saat ini masih menjadi sarana informasi dan hiburan tak terkecuali mengenai keagamaan. Telah banyak program yang mengangkat tema religi sebagai sumber informasi maupun pendidikan untuk masyarakat, MAJT TV merupakan salah satu televisi yang mempunyai visi dan misi yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam di dalamnya, tentunya program-program yang dibawakan tidak lepas dari unsur dakwah dan Islam. Salah satunya program NGOPI, program mingguan MAJT TV yang digagas karena adanya pandemi Covid-19.

Skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metodologi deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan desain program NGOPI merujuk model tahapan produksi milik Fred Wibowo dan batasan dalam desain program dan proses kreatif menurut Fachruddin. Prosedur pemilahan data yang digunakan adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Strategi analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bersifat bahwa informasi tersebut dinyatakan dalam keadaan yang sebenarnya atau sebagaimana adanya, peneliti mengumpulkan informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian berdasarkan proses produksi menunjukkan bahwa program NGOPI sudah memenuhi kriteria proses produksi pertelevisian yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Dengan proses produksi dapat ditemukan dan diketahui bagian-bagian dalam sebuah desain program. Dalam penelitian ini memiliki batasan program yaitu, hukum, kultur, pasar, tren, budget dan teknis. Program yang diprakarsai kerjasama antara MAJT TV dengan RISMA JT menghasilkan sebuah proses kreatif. Dengan proses kreatif, program NGOPI menjadi salah satu program yang menarik di stasiun MAJT TV. Salah satu bukti NGOPI menarik ialah sampai saat ini program NGOPI berhasil tayang sampai lebih dari 120 episode.

**Kata Kunci : Dakwah, Desain Program, MAJT TV, NGOPI**

## DAFTAR ISI

<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Metode Penelitian .....	7
1. Jenis dan pendekatan penelitian .....	7
2. Definisi Konseptual .....	8
3. Sumber dan jenis data .....	8
4. Teknik pengumpulan data .....	9
5. Teknik Analisis data .....	10
<b>BAB II DESAIN PROGRAM DAKWAH DI TELEVISI PADA MASA PANDEMI COVID-19</b>	
1. Desain Program Dakwah .....	12
2. Dakwah .....	19

3. Televisi-----	24
4. Pandemi Covid-19-----	27
5. Dakwah Televisi Pada Masa Pandemi Covid-19-----	29

### **BAB III MAJT TV DAN PROGRAM DAKWAH ‘NGOPI’**

A. Profil MAJT TV -----	31
1. Sejarah Berdirinya MAJT TV -----	31
2. Visi & Misi MAJT TV -----	32
3. Program Acara MAJT TV -----	32
B. Deskripsi Program NGOPI-----	36
1. Kategori Program -----	36
2. Format Program -----	37
3. Judul Program-----	38
4. Tujuan Program -----	39
5. Target Audiens-----	39
6. Karakteristik Program-----	40
7. Penanggung jawab Program -----	41
8. Kerabat Kerja-----	42
C. Proses Produksi Program NGOPI MAJT TV -----	43
1. Pra Produksi -----	43
2. Produksi -----	44
3. Pasca Produksi-----	45

### **BAB IV ANALISIS DESAIN PROGRAM DAKWAH NGOPI MAJT TV PADA MASA PANDEMI COVID-19**

A. Analisis Batasan Merancang Program -----	46
B. Proses Kreatif Program NGOPI -----	52

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ----- 60

B. Saran ----- 60

C. Penutup ----- 61

**DAFTAR PUSTAKA ----- 62**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN----- 66**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP ----- 69**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan zaman dan perubahan informasi, pengertian tabligh mengalami perluasan makna. Tabligh tidak lagi dipahami sebagai proses “penyampaian pesan dengan lisan” tetapi juga dipahami dalam tiga konteks utama, yakni; *khitobah* (pidato), *kitabah* (tulisan) dan *i’lam* (peragaan). Dua hal pertama terdengar lebih akrab di telinga masyarakat. *Khitobah* (pidato) yakni penyebaran dakwah dengan lisan, *kitabah* (tulisan) adalah penyampaian pesan menggunakan pena sebagai metode penyiaran dakwah dan *i’lam* sebagai sistem tabligh merupakan proses penyiaran dan penyebarluasan ajaran Islam, baik secara lisan maupun tulisan dengan cara menggunakan media yang disampaikan kepada umat. *I’lam* dapat disebut sebagai tabligh, karena penyebarluasan dan penyiaran ajaran Islam melalui media (Ilham Maulana, 2018).

Secara spesifik, bentuk kegiatan penyiaran ini dapat menggunakan media elektronik salah satunya televisi. Televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat dunia dan khususnya Indonesia yang jauh dari budaya baca tulis. Media ini, sebagai media audio-visual tidak membebani banyak syarat bagi yang ingin menikmatinya. Untuk masyarakat Indonesia, yang notabene lebih dekat dengan budaya lisan, media televisi lebih akrab, sehingga pengaruh televisi jauh lebih besar dari pada media massa lain. (Nur Cahyo, 2017). Perkembangan zaman dan teknologi menjadi pengaruh kesenangan masyarakat untuk menonton televisi, tentunya hal itu tidak lepas dengan program yang di tayangkan oleh televisi. Di tahun 2019 rasio yang dicapai oleh televisi mengalahkan web dan media lain, yaitu 89 persen. Kemudian, rekaman *online* seperti *youtube* dan *instagram* berada setelah televisi, yaitu 46 persen. Sementara itu, masyarakat

mendapatkan informasi dan membaca berita dari koran harian 27 persen dibandingkan dengan portal berita yang hanya mendapatkan 7 persen, dan majalah hanya mendapatkan 1 persen. Tak ketinggalan, masyarakat juga memanfaatkan radio 24 persen dan film 8 persen sebagai acuan mereka untuk mendapatkan data dan berita terbaru (IDN research, 2020).

Di setiap stasiun televisi dibutuhkan desain, ide, konsep, rancangan dan naskah guna terwujudnya suatu program. Desain program merupakan sebuah proses pembuatan pola rancangan kegiatan yang disusun hingga menjadi sebuah acara yang ditayangkan di stasiun televisi. Desain memiliki makna sebuah proses untuk membuat atau menciptakan objek baru. Sedangkan program merupakan suatu rancangan kegiatan yang disusun hingga menjadi sebuah acara televisi. Dalam menciptakan sebuah desain program televisi dilakukan dengan cara memperhatikan dan merancangnyanya dengan baik sehingga dampak yang ditimbulkan kepada penonton juga baik. Idealnya, sebuah stasiun televisi mampu mendesain sebuah program acara yang menarik. Oleh karena itu, kekuatan suatu stasiun televisi biasanya dilihat dari keunggulan dalam produksi suatu program. Kreatifitas suatu program televisi berkembang seiring dengan kebutuhan penonton dan keadaan masyarakatnya.

Penyebaran virus corona atau Covid-19 yang meluas di Indonesia mengharuskan seluruh masyarakat untuk tidak bepergian atau keluar rumah untuk melakukan pertemuan atau berkumpul dengan orang lain secara langsung, hal ini juga berdampak pada media massa televisi. Televisi memainkan peranan penting selama masa Covid-19. Televisi menjadi media yang paling banyak diminati warga saat kebijakan tinggal di rumah dan menjadi sumber informasi terpercaya. Selera pemirsa telah meluas karena mereka memiliki lebih banyak waktu untuk menonton dan mencoba konten dan platform baru (Administrator Covid-19 and TV, 2020). Hal tersebut tentunya

membuat stasiun televisi harus mencari ide agar tetap bisa menciptakan program-program yang sesuai keputusan pemerintah.

Dalam situasi pandemi Covid-19, untuk melanjutkan penayangan dan produksi program di televisi, semua televisi diharuskan menerapkan protokol kesehatan demi menghindari penyebaran Covid-19 salah satunya dengan meniadakan penonton di dalam studio, sebab jika dilakukan tatap muka maka akan menimbulkan kluster baru penularan Covid-19. Termasuk apa yang dilakukan stasiun televisi lokal berbasis dakwah di Semarang MAJT TV, dengan adanya pandemi ini produksi di MAJT TV harus menyesuaikan dan mendesain suatu program untuk tetap eksis dalam menayangkan acara-acaranya. Hasilnya MAJT TV mampu tetap produktif dalam memproduksi tayangan-tayangannya, seperti pada program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) salah satu di antara program MAJT TV yang melakukan penyesuaian dari *offline* ke *online*.

NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) merupakan tayangan program mingguan dari MAJT TV yang digagas karena menyebarnya virus Covid-19, berbeda dengan program MAJT TV yang sebagian besar mengkaji dan membedah kitab, tayangan ini mengangkat tema tematik sesuai dengan isu umum yang relevan dengan keadaan zaman dan kebutuhan masyarakat. Program ini target audiensnya adalah anak-anak muda. Pemirsa juga dapat bertanya melalui *line* interaktif sehingga komunikasi dua arah terjadi dan materi yang disampaikan dapat terserap dengan baik. Karena target audiensnya anak muda, *talkshow* ini dikemas dalam pembawaan yang santai. Narasumbernya pun terus berganti setiap minggunya supaya menarik dan fresh di tiap episodenya. Program ini disiarkan langsung di Youtube MAJT TV, Radio DAIS, Live FB RISMA JT dan disiarkan ulang di TVKU.

Dengan demikian MAJT TV mempunyai perkembangan atau keunggulan tersendiri sehingga mampu tetap berproduksi dalam masa pandemi ini. Adanya program NGOPI di MAJT TV dapat dijadikan

alternatif dalam media pembelajaran agama untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman dari berbagai permasalahan masyarakat luas. Munculnya penyebaran virus Covid-19 lantas tidak menjadi hambatan dalam menyerukan syiar Islam namun justru menjadi tantangan bagi kaum muslim untuk tetap teguh menyebarkan dakwah di mana pun dan kapan pun. Upaya perkembangan Islam tergantung pada integritas dakwah yang sistematis, sehingga akan tercipta bila didukung oleh perangkat sarana dan prasarana yang memadai, seperti sarana dakwah termasuk televisi.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang ditulis, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

bagaimana desain program dakwah MAJT TV pada masa pandemi Covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang serta rumusan masalah sebelumnya, terdapat tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah untuk mengetahui desain program dakwah MAJT TV pada masa pandemi Covid-19.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi khususnya kepenyiaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk memperdalam ilmu strategi dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terutama Konsentrasi Televisi Dakwah, serta menambah khazanah kepustakaan dan bisa dijadikan salah satu bahan studi banding oleh peneliti lainnya.

## 2. Manfaat Praktis

Dengan adanya hasil penulisan karya ilmiah (skripsi) ini, diharapkan dapat menumbuhkan rasa semangat bagi peneliti serta pembaca agar selalu berinovasi serta dapat mengembangkan media dakwah. Selain itu, dapat menambah wacana keilmuan di bidang komunikasi penyiaran Islam maupun di bidang media televisi yang dapat dikembangkan dengan inovasi baru.

## E. Tinjauan Pustaka

Peneliti telah menelusuri beberapa pustaka untuk memperkuat penelitian, sehingga penelitian ini mendapatkan hasil yang maksimal serta tidak sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, di antaranya sebagai berikut:

*Pertama*, Penelitian yang disusun oleh Ade Akraman (2018) dengan judul “Proses Produksi Program Siaran Dakwah di Erje TV” latar belakang dari penulisan skripsi tersebut adalah berorientasi pada proses produksi, mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik deskriptif kualitatif, yakni menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu lainnya dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian yang dilakukan di lingkungan Masjid Raudhatul Jannah Islamic Center Pekanbaru ini mengumpulkan sumber data primer dan sekunder, dengan teknik wawancara kepada kru ERJE TV serta pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas yang dilakukan kru produksi ERJE TV dalam memproduksi program siaran dakwah di ERJE TV mulai dari perencanaan, persiapan, dan diteruskan dengan tahap produksi yang diakhiri dengan tahap editing hingga program siap ditayangkan. Ditemukan beberapa hal yang tidak sesuai dengan *standart operational*

*produce* yang dilaksanakan pihak ERJE TV dikarenakan beberapa kondisi baik teknis maupun non teknis.

*Kedua*, Penelitian yang disusun oleh Ahmad Sofyan (2018) dengan judul “Manajemen Produksi Program Inspirasi Islam di Satelit TV Purwokerto” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi yang dilakukan tim kerja dalam program Inspirasi Islam. Fokus penelitian ini adalah pada tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif. Sedangkan analisisnya menggunakan metode analisis deskriptif. Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa produksi yang dilakukan oleh tim kerja Inspirasi Islam adalah pra-produksi yang terdiri dari penemuan ide, perencanaan, dan persiapan, di mana dalam penemuan ide atau tema tidak dilakukan riset terlebih dahulu serta tidak menulis *roundown* acara.

*Ketiga*, Penelitian yang disusun oleh Mokhammad Mahfudz, Rama Kertamukti (2019) dengan judul “Desain Komunikasi Dakwah Visual Animasi 2D untuk Anak” Penelitian ini bertujuan untuk memberikan ruang kreatif untuk mengeksplorasi kehidupan anak-anak dengan tujuan menyediakan bahan ajar di SDN Monggang Pendowoharjo Sewon Bantul. Desain animasi 2D ini diharapkan bisa memberi pesan kepada anak-anak bahwa materi religiusnya tidak rumit tapi menyenangkan. Desain Komunikasi Visual penelitian ini menggunakan Animasi 2d Untuk Anak dengan menggunakan jenis analisis penelitian deskriptif yaitu metode penelitian kualitatif yang menganalisis kata atau kalimat dan memisahkannya dengan kategori untuk kesimpulan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara rinci dan mendalam pengumpulan data yang berfokus pada kualitas daripada kuantitas data.

*Keempat*, Penelitian Ghinary Oryza Sativa Putri (2022), Mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul “Strategi Dakwah

MAJT TV Semarang Melalui Program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi dakwah yang diterapkan MAJT TV Semarang melalui program NGOPI. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menjelaskan bahwa MAJT TV melalui program NGOPI melakukan empat tahapan strategi dakwah yaitu: pemetaan dakwah, menentukan bentuk dakwah, pelaksanaan dakwah dan evaluasi dakwah. Program NGOPI memiliki kelemahan pada penonton yang masih tergolong sedikit.

*Kelima*, Penelitian yang disusun oleh Muhammad Bakhtiar Luthfi (2022), Mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul Manajemen Produksi Program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) di Channel YouTube MAJT TV. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana manajemen produksi program Ngaji Online Perkara Islam (NGOPI) di Channel YouTube MAJT TV. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program NGOPI pada channel YouTube MAJT TV telah menerapkan *manajemen planning, organizing, actuating, dan controlling*. Akan tetapi masih kurang maksimal.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan pendekatan penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kalimat yang tidak disandarkan pada hitungan-hitungan statistik. Hal ini merujuk pada pendapat Bogdan dan Taylor yang menyatakan bahwa metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan (Fachruddin, 2004).

Metode deskriptif kualitatif ialah menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi (instrumennya adalah pedoman observasi). Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variabel (Rakhmat, 2002). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan keilmuan dakwah.

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual ini merupakan usaha peneliti memperjelas ruang lingkup penelitian dengan menguraikan beberapa batasan yang berkaitan dengan penelitian, gunanya untuk menghindari kesalahpahaman pemaknaan.

Dengan demikian definisi konseptual dari “Desain Program Dakwah MAJT TV pada masa Pandemi Covid-19” adalah penyusunan desain program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) dengan batasan merancang program menurut Andi Fachruddin (2012) meliputi hukum, kultur, pasar, tren, teknis dan budget.

## 3. Sumber dan jenis data

Sumber data adalah tempat didapatkannya suatu data. Penggunaan sebuah data merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah penelitian untuk mengetahui sumber data yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian yang dibuat.

### a. Data primer

Data primer adalah data yang digunakan dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber informasi utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan

kegiatan, selebihnya adalah informasi tambahan seperti laporan dan lain-lain (Moloeng, 2004).

Data primer dalam penelitian ini adalah kegiatan wawancara kepada Aldi Candra selaku produser, dan Aniez selaku koordinator program dan tindakan diarahkan pada aspek produksi yang dilakukan pada program NGOPI di MAJT TV.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain seperti buku, artikel, karya ilmiah yang digunakan sebagai bahan yang mendukung dalam melakukan penelitian. (Saefudin, 2001).

Dalam penelitian ini penulis mengarahkan pada data-data pendukung dan data-data tambahan berupa data tertulis yang ada di proses produksi program NGOPI.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah serangkaian pencatatan dan pengamatan terhadap gejala-gejala yang menjadi objek penelitian secara sistematis, sesuai dengan tujuan penelitian. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang validitas datanya dapat dijamin, sebab dengan observasi mat kecil kemungkinan responden memanipulasi jawaban atau tindakan selama kurun waktu penelitian (Syam, 1991: 108).

Hal lain yang menjadi pertimbangan kenapa observasi dipilih sebagai teknik pengumpulan data adalah untuk menangkap fenomena dengan lebih banyak, meninjau fenomena secara langsung di lapangan, dan mendapatkan data sebanyak mungkin terkait dengan penyusunan desain program

yang digunakan oleh MAJT TV Semarang dalam program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam).

b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu. (Hardiansyah, 2012). Penelitian ini membutuhkan informasi yang jelas dan terperinci. Oleh karena itu, upaya dilakukan untuk membangun lokasi wawancara yang nyaman atau di lokasi yang menjadi pilihan mereka (Salama dkk, 2020). Metode ini menggunakan cara pengumpulan data dengan tanya-jawab yang terdiri dari dua narasumber yaitu, Aldi Candra selaku produser, dan Aniez selaku koordinator program. Wawancara dengan produser program dilakukan untuk mengetahui gambaran umum mengenai program NGOPI. Sedangkan wawancara dengan koordinator program mengetahui proses produksi.

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek (Hardiansyah, 2012).

Peneliti mengumpulkan data berkaitan dengan dokumen berupa catatan, file, foto dokumentasi berasal dari yang bersangkutan maupun perpustakaan yang membicarakan atau berkaitan dengan judul.

5. Teknik Analisis data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan

data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016).

Sementara itu, Bogdan & Biklen (2007) menyatakan bahwa analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan (Gunawan, 2013).

Adapun langkah-langkah analisa yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengumpulkan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi
- b. Mengolah seluruh data dan mengedit data yang masuk sesuai kebutuhan.
- c. Menyusun data yang diperoleh
- d. Menganalisis untuk menjawab rumusan masalah.

## **BAB II**

### **DESAIN PROGRAM DAKWAH DI TELEVISI PADA MASA PANDEMI COVID-19**

#### **1. Desain Program Dakwah**

##### **a. Desain Program**

Kata “desain” adalah kata baru yang berasal dari Bahasa Inggris *design*. Sebetulnya kata “rancang” atau “merancang” adalah terjemahan yang dapat digunakan. Namun dalam perkembangannya kata “desain” menggeser makna kata “rancang” karena kata tersebut tidak dapat mewadahi kegiatan, keilmuan, keluasan dan pamor profesi atau kompetensi (Sachari, 2000).

Desain sendiri dapat digunakan pada berbagai kalimat, baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Apabila sebagai kata kerja, istilah “desain” dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan sebuah objek baru. Sedangkan dalam kata benda, istilah “desain” dapat digunakan sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau bentuk karya nyata. (Lia Anggriani S, Kirana Nathalia 2014)

Fachruddin (2012) mengatakan untuk membuat acara (program) televisi, hal pertama yang harus dilakukan adalah penggalan ide atau gagasan kreatif dengan merancang konsep program. Tentunya ide-ide yang akan dilahirkan juga harus mempertimbangkan berbagai hal:

##### a) Hukum

Program harus dibuat seorisinil mungkin untuk menghindari pelanggaran hak cipta dan menaati undang-undang yang berlaku di Indonesia.

b) Kultur

Televisi sebagai media yang mempunyai pengaruh sosiologis yang kuat, tentunya acara-acara yang dihasilkan juga memiliki kewajiban dan tanggung jawab terhadap pembentukan nilai-nilai positif di masyarakat. Para pembuat program juga harus menghormati nilai-nilai budaya yang ada di Indonesia juga menghindari hal yang dapat menyinggung SARA.

c) Pasar (*Market*)

Program yang dibuat untuk tujuan bisnis, para pembuat program harus mengenal pasar yang dituju. Kita tidak dapat membuat acara yang bagus menurut sudut pandang subjektif kita sendiri. Kita juga harus melihat dari sudut pandang calon pemirsa yang akan kita bidik. Untuk membidik calon pemirsa, para pembuat acara televisi biasanya melakukan pengamatan sendiri atau mempelajari data-data yang dibuat oleh AGB Nielsen Media Research, mengenai calon pemirsa yang dituju untuk kemudian menyeleksi pasar potensialnya. Penyeleksian pasar potensial dilakukan dengan penggolongan berdasarkan UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta jenis kelamin, umur, status sosial, ekonomi, gaya hidup, dan sebagainya.

d) Tren

Persaingan program televisi akan memunculkan tren format program, tren content cerita, tren pengisi acara serta orang-orang yang berada di balik layar produksi televisi. Setiap manajemen stasiun televisi, produser, sutradara,

hingga pengisi acara akan fokus untuk menciptakan tren atau mengikuti tren yang sedang diminati pemirsa televisi.

e) *Budget*

Jika untuk tujuan profit, besarnya anggaran yang diperlukan untuk mewujudkan suatu ide program harus sebanding dengan kekuatan program tersebut agar berkualitas dan mendapatkan rating yang tinggi, atau mampu mendapat iklan atau sponsor yang besar walaupun rating sedang saja.

f) *Teknis*

Sebuah ide kreatif juga harus mempertimbangkan apakah ide tersebut mungkin untuk dieksekusi dengan peralatan, sumber daya manusia, dan waktu yang tersedia.

Tahapan produksi program acara tidak sekadar menentukan *content* dan bagaimana mengemas acara. Lebih dari itu, diperlukan sebuah desain produksi agar realisasinya sesuai dengan tujuan sekaligus sebagai pegangan atau panduan dalam tahap produksi. Untuk itulah diperlukan adanya sebuah desain produksi.

Dalam desain produksi tercantum hal-hal sebagai berikut :

- a) Deskripsi program merupakan gambaran umum tentang acara yang akan dibuat. Didalamnya bisa diketahui judul atau nama acaranya, apa formatnya, bagaimana teknis produksinya (*indoor* atau *outdoor*, *live* atau *taping*), kapan ditayangkan, berapa lama acara tersebut tayang, siapa sasarannya, dan apa tema yang diangkat.
- b) Latar belakang berisi tentang alasan atau argumentasi mengapa acara tersebut perlu dibuat. Tujuan pembuatan

acara bisa beragam, mulai dari memberikan pengetahuan atau informasi, memberikan hiburan, memberikan sudut pandang baru, atau memberikan nilai-nilai edukasi.

- c) Sinopsis berupa ringkasan atau sekilas gambaran acara. Seperti apa acara itu akan berjalan, siapa pembawa acaranya dan bagaimana gaya atau cara dia membawakan acara, atau siapa saja yang bisa menjadi narasumber atau bintang tamu. Disamping itu juga diungkapkan kapan dan bagaimana penayangan acaranya (*isi/content*).
- d) *Treatment* berupa garis besar jalannya acara yang berisi adegan-adegan (*visual*) dan durasi setiap adegan tersebut. Mulai dari *color bar* (jika *taping*) atau *opening tune* (jika *live*) hingga *credit title* dan logo produksi. Secara lebih detail *treatment* dituangkan dalam bentuk *rundown* acara yang akan menjadi pegangan setiap *crew* dalam tahap produksi.
- e) Naskah bisa hanya merupakan garis besar (*outline*) tentang apa saja yang nantinya perlu disampaikan atau diucapkan oleh pembawa acara. Hal ini perlu ditulis tidak sekadar disampaikan secara lisan kepada pembawa acara untuk menghindari kesalahan yang tidak perlu. Naskah boleh juga dilengkapi daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan.

#### **b. Pengertian Program**

Kata program berasal dari Bahasa Inggris *Programme* atau Program yang berarti cara atau rencana. Program adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh semua stasiun penyiaran untuk kebutuhan audiensnya. Program siaran/acara adalah satu bagian dari segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang disiarkan atau diudarkan. (Djamal, dkk, 2011).

Program atau acara yang disajikan oleh stasiun penyiaran adalah media penarik audien atau pendengar untuk mengikuti acara yang telah dibuat dan diudarakan oleh stasiun radio maupun televisi. Dengan demikian bagus atau tidaknya sebuah program mempengaruhi rating program itu sendiri. Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya media penyiaran. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari:

a) Perencanaan Program

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting dalam pembuatan sebuah program acara, karena program siaran memiliki pengaruh dan dampak yang sangat besar dan kuat. Perencanaan perlu dibuat secara matang dalam menggunakan data dan fakta yang selengkap-lengkapannya. Perencanaan meliputi: perencanaan produksi, dan pengadaan materi siaran yang disusun menjadi rangkaian acara harian, mingguan, bulanan, perencanaan sarana dan prasarana, serta perencanaan administrasi. (Triartanto, 2008)

Pengelola program harus memperhatikan empat hal berikut ketika akan merencanakan sebuah program siaran: produk, artinya mencari materi program yang disukai pendengar; *price*, artinya memperhatikan biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli sebuah program; *place*, artinya menentukan waktu siaran yang tepat; *promotion*, artinya menentukan bagaimana cara memperkenalkan dan menjual program acara sehingga mendapatkan iklan dan sponsor.

b) Produksi dan pembelian program

Program siaran memiliki beragam kemasan, lima di antaranya adalah: produksi siaran berita dan informasi, iklan, *talk show*, interaktif, info-hiburan. Setiap memproduksi suatu program dibutuhkan unsur-unsur daya tarik. Adapun tiga unsur tersebut adalah: kata-kata lisan (*spoken words*), musik (*music*), efek suara (*sound effect*). Ketiga unsur tersebut sangat berpengaruh terhadap hidupnya suatu acara. (Masduki, 2008).

c) Eksekusi Program

Eksekusi yang dimaksud adalah penayangan program dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana penataan dan penyusunan program yang akan ditayangkan. Menentukan jadwal penayangan suatu program ditentukan berdasarkan perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan pendengar dalam satu hari dan juga kebiasaan mendengarkan radio. Perilaku audien berkaitan dengan: Pertama, jumlah audien. Kedua, audien konstan, yaitu bahwa secara umum orang akan cenderung bertahan pada satu stasiun sampai mendengarkan satu program jika audien/pendengar tertarik. Namun jika audien/pendengar tidak menemukan program yang menurutnya tidak tertarik maka perilaku *audien/pendengar* mengganti dan memilih program yang menarik. Berbagai data yang diperoleh dari lembaga rating menunjukkan bahwa jumlah audien secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, setiap stasiun harus berjuang untuk mendapatkan jumlah audien yang tetap.

d) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle dalam

bukunya Morissan, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut: mempersiapkan standar program stasiun penyiaran, mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar dan peraturan perundangan yang berlaku, memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan, mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf bagian departemen program, memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang dianggarkan. (Morrisan, 2008).

### c. Program Religi

Program religi adalah program acara yang informatif dan edukatif. Pada dasarnya program religi pasti berisi tentang dakwah yang mana dakwah ini mengandung ide progresivitas, yakni sebuah proses yang terus-menerus kepada suatu hal yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah itu sendiri. Oleh karena itu pada dasarnya dalam sebuah dakwah selalu mengandung ide dinamis sesuatu yang terus berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu, dengan begitu maka akan berkonsekuensi pada perubahan pola, pendekatan, metodologi, dan karakteristik dakwah.

Dalam disiplin ilmu dakwah, terutama dalam konsep ilmu tabligh, salah satu unsur penting yang tidak boleh diabaikan adalah *mad'u* atau *audiens* yang merupakan objek dari aktivitas dakwah baik individu ataupun kelompok. Objek dakwah ini (*audien*) selalu berada dalam ruang dan waktu tertentu. Satu kelompok audien pada tempat dan saat tertentu mungkin memiliki karakteristik yang berbeda dengan satu kelompok audien pada tempat dan saat yang lain. Dengan adanya hal tersebut dan perkembangan zaman yang pesat membuat dai tidak hanya berhadapan dengan *mad'u* dengan cara lisan saja, akan tetapi juga dengan cara baru yang mengandalkan media untuk dakwah (Fakhruroji, 2017).

## 2. Dakwah

### a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari etimologinya, kata *dakwah* berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a – yad'u – da'watan*, artinya mengajak, menyeru, dan memanggil. (Samsul Munir Amin, 2013). Warson Munawir menyebutkan, bahwa *dakwah* artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), dan memohon (*to pray*). (Warson Munawir, 1994). Orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut *dai*, yang artinya penyeru atau orang yang menyeru. Tetapi karena menyeru atau memanggil adalah suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya juga dikenal dengan istilah *mubalig*, yang artinya penyampai atau penyeru.

Definisi mengenai *dakwah* telah banyak dibuat oleh para ahli, di antaranya;

- 1) Abu Bakar Zakaria: *dakwah* sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka.
- 2) Hamzah Ya'kub: *dakwah* berarti mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.
- 3) Ali Mahfudz: *dakwah* berarti mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat *ma'ruf* dan mencegah dari perbuatan *munkar* agar mereka memperoleh kebaikan dunia akhirat.
- 4) Ahmad Ghalwasy: *dakwah* sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang

bermacam-macam yang mengacu pada upaya penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia yang mencakup aqidah, syari'ah, akhlaq (Wahyu Ilahi, 2010).

Dari pengertian dakwah di atas dapat didefinisikan, dakwah merupakan kegiatan menyeru atau mengajak kepada sesuatu yang lebih baik dengan cara memberikan bimbingan tentang ajaran-ajaran yang menyeru kepada amar ma'ruf nahi munkar yaitu berbuat baik dan menjauhi segala larangan Allah SWT demi menjaga kemaslahatan hidup di dunia dan akhirat. Seperti pada firman Allah dalam Q.S. Ali Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S Ali Imran : 104).*

#### **b. Unsur-unsur dakwah**

Dalam suatu aktivitas dakwah, paling tidak terdapat beberapa elemen yang harus ada, di antaranya;

##### **1. Dai (Subjek Dakwah)**

Subjek dakwah (*dai* atau *communicator*) adalah pelaku dakwah. Faktor subjek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivitas dakwah. Maka subjek dakwah dalam hal ini *dai* atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional, baik dakwah yang dilakukan secara individu maupun kolektif.

##### **2. Mad'u (Objek Dakwah)**

Objek dakwah (*mad'u*) yaitu siapa saja baik individu maupun kelompok yang menerima seruan dakwah dari *dai*. Objek atau sasaran dakwah dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu muslim maupun non-muslim. Seluruh umat manusia merupakan penerima dakwah tanpa kecuali dan tidak membenarkan status sosial, umur, pekerjaan, asal, dan sebagainya. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahu” (QS. Saba’: 28).

### 3. *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi merupakan bahan tertulis maupun tidak tertulis yang digunakan oleh seseorang untuk membantu proses pembelajaran dalam suatu lingkungan pembelajaran (Ahmadi, Amri & Elisah 2011:208). Materi dakwah (*maddatu da'wah* atau *message*) adalah isi dari pesan-pesan dakwah Islam. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk mengkaji tema-tema Islam yang pada gilirannya objek dakwah akan mengkaji lebih mendalam mengenai materi agama Islam yang disampaikan.

### 4. *Thoriqoh* (Metode Dakwah)

Metode dakwah (*thoriqoh da'wah* atau *method*) adalah cara-cara penyampaian dakwah baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Seorang *dai* dalam memproses perumusan metode dakwah perlu memperhatikan beberapa aspek *mad'u*,

*maddah* maupun *wasilah*. Sebagaimana tertulis dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih menegetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (QS. An-Nahl:125).

Dari ayat di atas, dapat dipahami bahwa terdapat beberapa metode dakwah yang dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Hikmah*, kata hikmah sering diartikan bijaksana, yaitu suatu pendekatan dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan kepada kemampuan mereka, sehingga mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan dalam menerima pesan dakwah.
- 2) *Mau'idzah Hasanah*, yaitu nasihat yang baik, berupa petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati agar nasehat tersebut dapat diterima. Berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat kasih sayang sehingga menyentuh hati *mad'u*.
- 3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, adalah berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau berdiskusi dan membantah dengan cara yang baik dengan tidak memberikan tekanan yang memberatkan sasaran dakwah. Metode ini dilakukan apabila kedua metode di atas tidak mampu diterapkan, dikarenakan sasaran dakwah mempunyai tingkat kekritisian yang tinggi (Pimay, 2006).

## 5. *Washilah* (Media Dakwah)

Media dakwah (*washilah da'wah* atau *media, channel*) adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif (Samsul Munir Amin, 2008:26-29). Hamzah Yaqub membagi media dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlaq. Dalam ilmu komunikasi, media juga dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal:

- 1) Media Terucap (*The Spoon Words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon dan sejenisnya.
- 2) Media Tertulis (*The Printed Writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dsb.

Media Dengar-Pandang (*The Audio-Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar seperti film, video, televisi dan sebagainya. (Aziz, 2004)

## 6. *Atsar* (Efek Dakwah)

Menurut Wahyu Ilahi (2010), *atsar* merupakan efek atau respon yang dirasakan oleh mad'u pada saat menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i. Efek dakwah merupakan umpan balik atau respon mad'u terhadap penyampaian dakwah oleh da'i. Efek ini dapat terjadi berdasarkan tiga aspek, yakni :

### 1) Efek Kognitif

Efek ini didapatkan oleh mad'u melalui proses berfikir. Seseorang yang menyerap isi dakwah dapat memahami pesan dakwah dengan akalanya sehingga mad'u mampu mengubah perspektif atau cara pandang mengenai suatu perkara Islam yang sebetulnya.

### 2) Efek Afektif

Efek afektif bermaksud adanya perubahan sikap mad'u setelah menerima pesan dakwah yang disampaikan da'i. Perubahan sikap tersebut berupa menyetujui atau menaok pesan dakwah tersebut.

### 3) Efek Behavioral

Efek ini timbul dengan adanya perubahan tingkah laku, tindakan, dan perilaku mad'u dengan menjalankan pesan dakwah yang disampaikan oleh dai. Apabila mad'u memberikan efek behavioral maka dapat dikatakan dakwah tersebut berhasil.

## 3. Televisi

### a. Pengertian Televisi

Televisi adalah salah satu media massa paling kuat hingga saat ini. Hampirseluruh rumah tangga di negara maju memiliki setidaknya satu televisi. Keunggulantelevisi dengan sarana audio dan visual menjadikan media massa paling digemari oleh khalayak pada umumnya. Kata televisi berasal dari bahasa Yunani dan Latin, yakni "*tele*" yang berarti jauh dan "*visio*" yang berarti penglihatan.

Televisi adalah media massa yang memancarkan suara dan gambar atau secara mudah dapat disebut dengan radio *with picture*. Televisi merupakan transmisi dari gambar visual yang disertai suara atau bunyi yang dikirimkan oleh gelombang elektromagnetik dari sebuah stasiun televisi. Televisi juga merupakan paduan dari radio (*broadcast*) dan film (*moving picture*) (Effendy, 2000:174).

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang berfungsi dan menerima informasi. Informasi yang diterima berupa *audio-visual* (Jaya, 2016). Televisi sendiri pastinya memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai salah satu media elektronik. Namun kelebihan maupun kekurangan itu tidak menyulitkan pemirsanya dalam mendapatkan dan menangkap informasi yang ada ada siaran televisi.

Banyak bermunculnya televisi di Indonesia, membuat masing-masing televisi berlomba menyajikan program acara yang dapat menarik minat para khalayak. Berbagai televisi berusaha menampilkan acara dakwah Islamiyah yang pemirsanya adalah penduduk Indonesia yang mayoritas muslim. Bentuk tayangan dakwah Islamiyah di Indonesia berupa *indoor*, *outdoor*, bahkan dalam bentuk dokumenter. (Mughtar & Ghalia, 2018).

Dengan sifat televisi yang *audio-visual* ini menjadikan televisi sebagai media massa yang berpengaruh dalam mempengaruhi sikap, perilaku dan tindakan khalayaknya, terutama bagi khalayak yang pasif yang hanya menerima apa yang ia lihat dari program yang ada di televisi. Televisi yang kita tonton ini mengandung program-program yang sangat beragam seperti halnya program berita (*news*), program anak (seperti kartun), kuis, olahraga dan bahkan program-program acara seperti drama sinetron dan terkadang ada pula film. Program-program tersebut tentu saja dikelola oleh lembaga, dalam hal ini tidak lain yaitu stasiun televisi (Permana & Mahameruaji, 2018).

#### **b. Fungsi Televisi**

Dari sekian banyak media massa seperti surat kabar, radio, televisi, dan internet tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi. Fungsi media menurut Effendy (1993) antara lain:

1. Menyiarkan informasi (*to inform*)

Menyiarkan informasi adalah fungsi media massa yang pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal di dunia.

2. Mendidik (*to educate*)

Sebagai sarana pendidikan massa (*mass education*), surat kabar menulis atau menayangkan sesuatu yang mengandung pengetahuan-pengetahuan, sehingga khalayak bertambah

pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita dan dapat pula secara eksplisit jika dalam bentuk artikel atau tajuk rencana.

3. Menghibur (*to entertain*)

Media massa sering memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Televisi biasa memuat film-film kartun dan sebagainya serta acara-acara yang sifatnya tidak terlalu membutuhkan konsentrasi berlebih dalam menikmati tayangan tersebut.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Media massa dijadikan peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit dapat ditemukan pada tajuk wacana, artikel dan opini yang dapat mengkonstruksi pikiran masyarakat lewat permainan bahasa dan tayangan televisi.

Menurut Jurnal Teknodik (2001) media televisi dalam peranannya saling berkesinambungan antara satu fungsi dengan fungsi lain:

- a) Proses penyerapan informasi, tayangan televisi bisa dijadikan sumber belajar. Masyarakat dapat memilih dan menilai informasi apa yang tepat dan cocok bagi dirinya.
- b) Sumber sosialisasi, televisi bisa jadi suatu "*symbolic environment*" karena televisi memiliki pengaruh kuat sebagai sumber sosialisasi.
- c) Pembentuk citra, kemampuan televisi yang mampu menampilkan gambar yang jelas dan berulang-ulang baik berupa budaya, nilai gaya dan norma tertentu sehingga dapat membentuk citra bagi penontonnya.

#### 4. Pandemi Covid-19

*Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Covid 19 adalah nama resmi yang langsung diberikan dan diumumkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia atau World Health Organization (WHO). Covid 19 (*Coronavirus Disease 2019*) adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2, yang pertama kali di Wuhan, China pada Desember 2019 (Kemkes.go.id). Virus corona adalah *zoonosis* (ditularkan antara hewan dan manusia). Berdasarkan bukti ilmiah, Covid-19 dapat menular ke manusia melalui percikan batuk/bersin (droplet), orang yang paling berisiko tertular Covid-19 adalah orang yang kontak langsung dengan pasien Covid-19 termasuk yang merawat pasien Covid-19 (Kemenkes RI, 2020).

Covid 19 ini dapat menimbulkan gejala gangguan pernafasan akut seperti demam diatas 38 derajat celcius, batuk dan sesak nafas bagi manusia. Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak muncul pertama kali di Wuhan Cina, pada Desember 2019 lalu yang kemudian diberi nama Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit Covid 19. SARS-COV2 merupakan salah satu keluarga besar dari coronavirus yang sama dengan penyebab SARS pada 2003, gejalanya mirip tetapi yang berbeda hanya jenis virusnya. Angka kematian SARS (9,6%) lebih tinggi dibandingkan Covid 19 (kurang dari 5%), walaupun jumlah kasus Covid 19 jauh lebih banyak dibanding SARS. Covid 19 juga

memiliki penyebaran yang lebih luas dan cepat ke beberapa negara dibanding SARS. Tanda dan gejala umum infeksi Covid-19 adalah gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas. (Ririn, 2020).

Pada virus corona, mayoritas peneliti menyatakan kelelawar merupakan sumber Covid 19 yang ditularkan melalui hewan ke manusia; meskipun penelitian tentang asal-usul virus ini masih terus dilakukan. Virus SARS-COV-2 penyebab Covid-19 berada di inang kelelawar, kemudian beredar dan berkembang selama beberapa tahun. Sehingga, cukup bermutasi dan dapat menginfeksi manusia. Namun, fakta bahwa virus Covid 19 dapat menginfeksi harimau di kebun binatang New York menunjukkan bahwa virus dapat berpindah antar spesies.

Dalam rangka menanggulangi penyebaran Covid-19, Pemerintah melalui Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto telah mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan (PMK) Nomor 9 Tahun 2020 tentang Penetapan Pembatasan Sosial Berskala Besar. Dalam peraturan ini juga Peliburan Tempat Kerja Pembatasan bekerja di tempat kerja diganti dengan bekerja di rumah/tempat tinggal. Dikecualikan bagi TNI Polri, kebutuhan pangan, BBM, pelayanan kesehatan, perekonomian, keuangan, komunikasi, industri, ekspor-impor, distribusi, logistik, dan kebutuhan dasar lainnya. Kecuali TNI Polri, kantor lain harus bekerja dengan jumlah minimum karyawan (Permenkes No 9, 2020).

Maka menjaga kesehatan, memperhatikan kebersihan, dan memperkuat kekebalan tubuh menjadi antisipasi yang mungkin dapat dilakukan dalam menyikapi wabah corona ini. Namun kita tidak bisa meniadakan peran do'a, bahkan sudah dibuktikan secara ilmiah. Alexis Carel, peraih Nobel bidang Fisiologi atau Kedokteran tahun 1912 dan penulis terkenal *Man the Unknown*, menyatakan bahwa do'a adalah pengaruh dalam agama yang terbesar bagi kehidupan

manusia, karena dalam keadaan itu jiwa manusia terbang kepada Tuhan. Selain itu, Alexis mengungkapkan bahwa do'a merupakan energi yang sangat kuat yang dapat berdampak pada penyembuhan. Dalam hal ini, sains dapat digunakan sebagai pintu gerbang untuk memahami agama, sebaliknya dinding sains dapat sepenuhnya dieksplorasi melalui pintu agama; dan optimalisasi keduanya akan mengarah pada peneguhan tauhid (Abdullah Sidiq dkk, 2020).

### 5. Dakwah Televisi Pada Masa Pandemi Covid-19

Dalam perkembangan sejarah kaum muslimin, persinggungan antara dakwah dengan berbagai permasalahan tidak dapat di hindarkan. Hal ini sesuai dengan salah satu cara dakwah itu sendiri yaitu mengajak umat manusia untuk mengerjakan yang ma'ruf dan menjauhi yang munkar. Firman Allah SWT dalam Q.S Ali Imran: 104, yaitu:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung."

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa semua anggota masyarakat hendaklah menyeru kepada yang ma'ruf. Kalaulah tidak semua anggota masyarakat dapat melaksanakan fungsi dakwah, maka hendaklah ada diantara kamu wahai orang-orang yang beriman segolongan umat, yakni kelompok yang pandangan mengarah kepadanya untuk diteladani dan didengar nasehatnya yang mengajak orang lain secara terus-menerus tanpa bosan dan lelah kepada kebajikan, yakni petunjuk-petunjuk ilahi, menyuruh masyarakat kepada yang ma'ruf, yakni nilai-nilai luhur serta adat istiadat yang

diakui baik oleh masyarakat mereka, selama hal itu tidak bertentangan dengan nilai-nilai ilahiah dan mencegah mereka dari yang munkar; yakni yang dinilai buruk lagi diingkari oleh akal sehat masyarakat. Mereka yang mengindahkan tuntunan ini dan yang sungguh tinggi lagi jauh martabat kedudukannya itulah orang-orang yang beruntung, mendapatkan apa yang mereka dambakan dalam kehidupan dunia khirat (Shihab, 2000).

**BAB III**  
**MAJT TV DAN PROGRAM DAKWAH NGOPI PADA MASA PANDEMI**  
**COVID-19**

**A. Profil MAJT TV**

**1. Sejarah Berdirinya MAJT TV**

Pada 9 Januari 2017 terlaksana penandatanganan kerja sama antara pihak MAJT TV, Udinus, dan TVKU. Naskah kerja sama tersebut ditandatangani oleh Rektor Udinus Prof. Dr. Ir. Edi Noersasongko, Msc, Ketua MAJT Dr H Noor Achmad MA, Dirut TVKU Dr Guruh Fadjar Sidiq, dan Dirut MAJT TV Drs. Agus Fathuddin Yusuf MA. Kemudian menghasilkan buah kesepakatan kerjasama siaran MAJT TV akan dilakukan 2 jam setiap hari di channel TVKU.

Stasiun MAJT TV dilandasi dari semangat menyuarakan *Islam Rahmatan Lil' alamin* yang penuh kedamaian dan keindahan. Kehadiran MAJT TV dengan fokus utama berisikan program-program dakwah yang menambah corak tersendiri bagi stasiun televisi lokal di Jawa Tengah. Kehadiran televisi lokal dengan berfokus pada siaran seruan dakwah diharapkan dapat menyiarkan program-program pilihan yang mendidik masyarakat, meningkatkan keimanan, serta mencerahkan kaum muslim khususnya tentang nilai-nilai keIslaman dalam ajaran Islam sehingga diharapkan mampu diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

MAJT TV Mulai mengudara secara lokal dengan siaran bersama di frekuensi TVKU Semarang Channel 49 UHF pada tanggal 27 Mei 2017 atau 1 Ramadan 1438 H. Dengan studio siaran mandiri yang berlokasi di Lantai 1 Menara Al Husna, MAJT TV memulai siaran setiap harinya pada pukul 04.30–05.30 dan 21.00–22.00 WIB. Kemudian pada 14 Februari 2018 MAJT TV dengan ditandai dengan

pemotongan tumpeng oleh DR KH Noor Achmad MA selaku Ketua DPP MAJT kepada Direktur MAJT TV, Dr Guruh Fajar Shidik S.Kom., M.Cs. Mengusung slogan *Televisi Dakwah Masa Kini*, MAJT TV maju ke tengah-tengah masyarakat sebagai pionir televisi dakwah di Jawa Tengah yang ingin menghadirkan program-program yang informatif, edukatif dan tetap memberikan unsur hiburan.

## **2. Visi & Misi MAJT TV**

### **a. Visi MAJT TV**

Menjadi pionir perkembangan media televisi yang fokus pada dakwah Islam.

### **b. Misi MAJT TV**

1. Memperkokoh misi utama MAJT sebagai pusat peradaban Islam yang moderat atau wasathiyah
2. Menyajikan program yang berkualitas, edukatif, dan berkarakter bernafaskan ajaran Islam yang rahmatan lil' alamin.
3. Menyajikan informasi, hiburan dan kontrol sosial melalui televisi berkarakter yang berbasis pengembangan dakwah Islam.
4. Sebagai media dakwah yang edukatif, ilmiah, rasional dan religius dalam membentuk kepribadian generasi bangsa.
5. Sebagai media syiar Islam dalam menyuarakan *Islam rahmatan lilalamin* yang penuh kedamaian.
6. Sebagai mitra promosi dan pemasaran yang efektif, profesional, dan terpercaya.
7. Memakmurkan Masjid Agung Jawa Tengah. (MAJT TV, 2022).

## **3. Program Acara MAJT TV**

MAJT TV sebagai televisi yang berfokus pada dakwah Islam tentu berusaha mengajak masyarakat untuk senantiasa berada di jalan yang benar dengan menerapkan *amar ma'ruf nahi munkar* dan menjadi wadah untuk menemukan solusi masalah yang masyarakat hadapi,

khususnya umat Islam dengan berpedoman pada Alquran dan Sunnah SAW.

Oleh karena itu, setiap media memiliki tanggung jawab membuat program yang sesuai dengan cita-cita dan semangat yang diusungnya, MAJT TV mewujudkannya dalam beberapa program sebagai berikut:

**a. Radio on TV**

Radio On TV merupakan siaran talkshow program kolaborasi dengan Radio DAIS yang divisualkan menjadi tayangan televisi, saat ini jenis tayangan seperti ini lebih dikenal masyarakat dengan sebutan podcast. Program ini dirancang untuk mendekatkan pendengar dan pemirsa tentang bidang keIslaman, yang diharapkan agar bisa memberikan pencerahan, juga memberikan motivasi dalam mengarungi kehidupan. Dengan narasumber kyai- kyai di Jawa Tengah yang mumpuni di bidangnya masing-masing. Program ini diproduksi secara rutin menjadi program harian yang disiarkan live *streaming youtube* MAJT TV juga Radio DAIS. Program ini juga membuka layanan *line* interaktif melalui telepon dan *Whatsapp* Radio DAIS.

**b. Assalamualaikum Imsyak**

Merupakan program terbaru dari MAJT TV, dengan dikemas ke dalam *talkshow* interaktif, dengan pembahasan tema umum seperti politik, kesehatan, ekonomi, dan sebagainya yang lebih menjangkau target pemirsa yang lebih luas. Icon pada program ini adalah hostnya yaitu Imam Syakur yang akrab disapa dengan sebutan imsyak. Selain nama host, memilih nama Assalamualaikum Imsyak karena katanya terasa cukup dekat dengan nilai-nilai Islam. Imsyak jika pada bulan Ramadhan dianggap sebagai sinyal tanda menjelang adzan subuh, sehingga diharapkan Assalamualaikum Imsyak ini dapat menjadi tayangan yang selalu menyapa dan menjadi sinyal edukasi juga informasi yang mudah dicerna dan menghibur pemirsanya.

**c. Lentera Hikmah**

Pada bulan Ramadan MAJT TV memiliki program khusus yang diproduksi, program ini berisi siraman rohani dengan narasumber yang berbeda tiap episodenya. Program ini berdurasi 3–7 menit yang diproduksi secara *tapping* kemudian disiarkan di youtube MAJT TV.

**d. Kajian Islam**

Merupakan kajian Islami yang membahas studi-studi Islam secara tematik dan komprehensif. Kajian ini berlangsung di Ruang Salat MAJT, dimulai dari ba'da magrib hingga menjelang isya. Program ini biasanya disiarkan secara langsung melalui *live streaming youtube* MAJT TV dan disiarkan ulang di TVKU. Adapun materi kajian dan narasumber pengisi kajian Islam diantaranya, sebagai berikut:

- a) Kajian Hadis, narasumber KH. Habib Ja'far Shodiq
- b) Kajian Tematik, narasumber H.M. Saifudin
- c) Kajian Tafsir Al-Quran, narasumber KH. Hadlor Ikhsan
- d) Kajian Kitab Dorrotun Nasikhin, narasumber KH. Dzikron Abdullah

**e. Liputan Khusus (Lipsus)**

Liputan khusus adalah program khusus yang tidak tayang secara regular sebagaimana program lainnya. Program ini tayang berbarengan dengan event tertentu, entah dalam rangka hari besar Islam, hari besar Nasional, maupun kegiatan yang bersumber dari Masjid Agung Jawa Tengah. Lipsus akan disiarkan baik secara *live* (siaran langsung) ataupun *tapping* (siaran tunda). Seperti Harlah MAJT TV, Harlah MAJT, shalat Idul Fitri, upacara Kemerdekaan RI, shalat Idul Adha, Peringatan Maulid Nabi, Merayakan Tahun Baru Islam, Konser Amal bersama Melly Goeslaw dan Sabyan Gambus, Duta Muda Anti Narkoba Jawa Tengah, MAJT Berbagi, dan lain sebagainya.

**f. NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam)**

Bersama RISMA JT (Remaja Islam Masjid Agung Jawa Tengah), MAJT TV menciptakan tayangan program *talkshow* interaktif yang digags karena adanya pandemi Covid-19. Target audiensnya program

ini adalah anak-anak muda. Hal ini dikarenakan semenjak pandemi maka kajian tatap langsung yang biasanya diadakan jadi tidak bisa berlanjut, maka disiarkan secara *streaming* sehingga bisa mengaji dari rumah. Pemirsa juga dapat bertanya melalui *line* interaktif sehingga komunikasi dua arah dapat terjadi dan pemahasan yang disampaikan dapat terserap dengan baik. Karena target audiencenya anak muda, *talkshow* ini dikemas dalam pembawaan yang santai dan menyenangkan. Narasumbernya pun terus berganti setiap pekannya agar menarik dan *fresh* di setiap episodenya.

**g. Pesan Sesama**

Program yang brerisikan nasihat, perintah, permintaan, amanat, ataupun bentuk sosialisasi yang disampaikan narasumber kepada pemirsa ataupun sesama, ke seluruh masyarakat. Narasumber bisa jadi tokoh masyarakat, tokoh agama, pemerintah, dan berbagai kalangan. Dikemas dalam bentuk video pendek sehingga lebih ringkas dan mudah dimengerti langsung saat menyaksikannya. Program ini ditayangkan untuk konten media sosial MAJT TV dan *youtube* MAJT TV. (Dokumentasi dari Divisi Manajemen Kreatif dan Administrasi MAJT TV Semarang pada 25 Mei 2023).

## **B. Deskripsi Program NGOPI**

Desain program merupakan sebuah proses pembuatan pola rancangan kegiatan yang disusun hingga menjadi sebuah acara yang ditayangkan di stasiun televisi. Desain memiliki makna sebuah proses untuk membuat atau menciptakan objek baru. Sedangkan program merupakan suatu rancangan kegiatan yang disusun hingga menjadi sebuah acara televisi. Dalam menciptakan sebuah desain program televisi sebaiknya dilakukan dengan cara memperhatikan dan merencangkannya dengan baik sehingga dampak yang ditimbulkan kepada penonton juga baik.

### **1. Kategori Program**

Program-program yang ditayangkan di televisi harus memiliki karakteristik tersendiri. Karena tanpa program media televisi tak akan mungkin mampu memberi dampak bagi pemirsa.

Menurut Supriyadi, dkk (2015:23), kategori program terbagi menjadi empat bagian, yaitu;

#### **1. Program pendidikan**

Program pendidikan yaitu program yang tersaji memuat unsur, identitas, serta nilai-nilai yang mengandung edukasi dan pembelajaran yang baik dan benar bagi khalayak.

#### **2. Program informasi**

Program informasi dimaknai sebagai program yang tersaji memuat unsur entitas, serta nilai-nilai informative dan khusus yang baik dan benar bagi khalayak.

#### **3. Program berita**

Program berita menyajikan liputan peristiwa dan berita actual yang perlu dan patut diketahui khalayak.

#### 4. Program hiburan

Program hiburan adalah program yang disajikan memuat unsur, entitas, serta nilai-nilai yang menghibur, menyenangkan, dan membahagiakan secara baik dan benar bagi khalayak.

Sedangkan menurut Morissan (2015:218), menjelaskan berdasarkan jenis program dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

##### 1. Program Informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien.

##### 2. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audience dalam bentuk lagu, cerita, dan permainan.

Berdasarkan pernyataan diatas, program NGOPI adalah kategori program informasi berdasarkan format program yang dibahas mengenai khazanah keislaman (Aldi Candra, 2023).

## 2. Format Program

Menentukan sebuah format program acara televisi harus dengan sasaran dan kreatifitas yang kuat. Sebelumnya sebuah media televisi harus memahami betul pembagian format sebuah program acara. Menurut Naratama, (2015:68), menjelaskan bahwa format program atau biasa disebut dengan format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Menurut Supriyadi, dkk, (2015:28), da beberapa format program yang lazim disajikan televisi yaitu program berita, program dokumenter, program *magazine show*, program *variety show*, program *talk show*, program musik, program kuis, dan *game show*.

Sedangkan menurut Andreas Yulianto dan M. Purnomo Sidik dalam modul Desain Program Televisi 1, yang dimaksud dengan Format adalah suatu bentuk atau rupa yang mempunyai kaidah serta norma-norma tertentu dan yang lazim dipakai. Maka dengan dasar pengertian tersebut, Format acara siaran adalah suatu bentuk yang mempunyai kaidah atau norma tertentu dan yang lazim dipergunakan oleh umum, di mana umum disini adalah organisasi atau lembaga penyiaran.

Setiap format program memiliki karakteristik dan gaya penyajiannya, sehingga rangkaian program oleh stasiun televisi yang ditayangkan dari waktu pagi hingga malam menjadi lebih variatif. Pemilihan program di televisi dilakukan dengan saksama supaya mudah dimengerti oleh khalayak dan pesan dari program tersebut tersampaikan. Format program NGOPI yang dipakai untuk program NGOPI adalah *talk show* dengan genre religi atau keagamaan Islam.

### 3. Judul Program



Gambar 3.2. Logo Program NGOPI

Judul acara merupakan sesuatu yang wajib, dengan alasan agar pemirsa atau penikmat akan terdorong untuk mengikuti atau menonton dengan melihat dan menelaah judul acaranya terlebih dahulu. Judul harus dibuat semenarik mungkin sehingga penonton dapat dengan mudah mengingat dan menangkap pesan yang akan disampaikan dalam program. Judul termasuk bagian terpenting dalam membuat suatu program acara, karena judul mempunyai keterikatan dengan isi dari program itu sendiri. Selain itu, dalam memilih judul harus menarik perhatian yang dapat menimbulkan keingintahuan audiens. NGOPI, adalah judul yang diambil dari akronim Ngobrol Online Seputar Islam. Aniez Muchabak adalah

penggagas nama program ini. Aniez Muchabak pulalah inisiator program NGOPI sekaligus sebagai koordinator program ini. Aniez mengungkapkan alasan memilih nama NGOPI berdasarkan kesukaannya dengan kopi, sehingga kegiatan *ngopi* menjadi rutinitas santai harian yang tidak pernah terlewat. (Aniez Muchabak, 25 Mei 2023).

#### **4. Tujuan Program**

Setiap program TV tentu dibentuk setelah adanya tujuan untuk dikemas dan ditayangkan oleh sebuah televisi. Tujuan inilah yang kemudian menjadi dasar bagaimana tim kerabat kerja dapat membuat konsep dan membuat alur sebuah program yang nantinya bisa bermanfaat untuk penonton. Begitu pula dengan program NGOPI yang mempunyai tujuan dilakukan untuk peningkatan kualitas umat Islam dari segi keimanan dan ketaqwaan, serta untuk meramaikan dunia digital dalam hal-hal yang baik-baik terutama di bidang kajian Islam. Lebih jauh visi program NGOPI dipaparkan oleh produser MAJT TV, Aldi Candra adalah NGOPI dapat menjadi ensiklopedia kajian Islam yang dikaji dalam bahasa yang mudah dipahami *mad'u* (Wawancara Aldi Candra, 25 Mei 2023).

#### **5. Target Audiens**

Keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami audiennya. Dalam hal ini audiens dipahami dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran karena audiens adalah konsumen yang memiliki kebutuhan terhadap program tersebut.

No	Kelompok Usia
1	0 – 14 Tahun
2	15 – 20 Tahun
3	20 – 29 Tahun
4	30 – 39 Tahun
5	40 + Tahun

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan target audiens menurut Morissan, (2008) yaitu usia. Biasanya audiens dibedakan menurut usia, yaitu anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Berikut ini adalah segmentasi usia menurut standar pembagian Biro Pusat Statistik Indonesia.

Program NGOPI ini bisa disaksikan oleh siapa saja, namun sasaran utamanya adalah dewasa (20an-30an tahun). Karena usia tersebut pola berpikir sudah dewasa dan selektif dalam memilih program acara sehingga cukup mudah untuk menyerap informasi yang disajikan sebagai sumber pengetahuan. Untuk jam tayang kami tayangkan di jam prime time pada pukul 20:00-21:00 WIB (Wawancara Aniez Muchabak, 25 Mei 2023).

Berdasarkan pembagian waktu siaran di atas MAJT TV memilih pada bagian *prime time* untuk menyiarkan program NGOPI yang dimulai pada pukul 20.00-21.00 WIB. Pada waktu ini perilaku *audience* sesuai segmentasi yang ditargetkan 20-30an tahun kebanyakan adalah waktu untuk bersantai setelah seharian melakukan aktivitasnya masing-masing pada pagi hingga sore hari. Oleh karena itu, pemilihan waktu siaran ini menjadi strategi agar dapat disaksikan sasaran *mad'u* di waktu yang luang.

## 6. Karakteristik Program

Karakteristik program siaran televisi mempunyai dampak yang sangat luas bagi audiens yang dapat mempengaruhi dalam hal positif maupun hal negatif sikap seseorang. Menurut McLuhan dalam buku

Supriyadi, dkk (2015:45), ide yang baik harus ada pesan yang disampaikan. Menurut Effendy, (2015:68) recording memberi keleluasaan untuk merekam suara. Recording atau merekam adalah proses dokumentasi suatu kegiatan dalam bentuk file atau data kegiatan yang dapat di dokumentasikan seperti suara.

Produksi acara televisi merupakan hasil karya kreatif di antara profesi yang terlibat, dan perpaduan antara kreativitas manusia dengan kemampuan alat yang tersedia, sarana maupun prasarana bersifat teknis atau non-teknis. Awal terciptanya suatu produksi/karya berasal dari ide atau informasi.

Karakteristik produksi program dokumenter televisi yang berjudul NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) ini digunakan proses *multi camera*. Dalam pembuatan program NGOPI ini, MAJT TV menggunakan Sony Pwx X70 MC 2500 untuk pengambilan *shot* dan *clip on sennheiser* untuk *me-record audio* dan masih banyak assesories-assesories yang lain seperti *lighting, tipod, switcher*.

Berdasarkan pernyataan di atas, program NGOPI yang didesain semata-mata untuk menginformasikan, mendidik, dan menyiarkan Islam kepada khalayak umum, khususnya kaum muslimin. Dengan penyampaian yang lebih menarik agar meningkatkan ketertarikan penonton dalam menyaksikan program ini. Informasi yang disampaikan berupa dalil dan contoh yang mudah dimengerti sehingga penonton memahami pesan yang terdapat dalam kajian tersebut.

## **7. Penanggung jawab Program**

Proses produksi program NGOPI tentunya tidak bisa berjalan tanpa adanya kru atau kerabat kerja yang bertugas dari berbagai divisi yang terlibat. Dengan demikian beberapa orang bertanggungjawab penuh atas berjalannya proses produksi program NGOPI dengan adanya permasalahan dalam proses produksi ataupun tidak. Penanggungjawab keseluruhan

program ini adalah pimpinan program, karena pimpinan programlah yang langsung memimpin jalannya proses produksi di lapangan sejak pra produksi hingga pasca produksi. Aldi Candra adalah penanggung jawab program NGOPI, dan Aldi pula yang menjadi produser program NGOPI.

## 8. Kerabat Kerja

Kerabat kerja dalam pembuatan program adalah kelompok yang menangani atau melakukan siklus penciptaan dari awal sampai akhir dengan koordinasi antara divisi yang mampu dengan bidang kerjanya masing-masing, namun memiliki tujuan yang sama, khususnya untuk membuat hasil karya yang berkualitas, memikat dan menarik bagi orang banyak.

Pada program NGOPI dibentuklah suatu susunan atau *jobdesk* guna memenuhi segala hal yang diperlukan pada saat perancangan dan proses produksi agar terciptanya keefektifan dalam pelaksanaannya maka dibentuklah susunan tersebut:

NO.	JOBDESK	NAMA
1.	Produser	Aldi Candra
2.	Program Coordinator	Aniez Muchabak
3.	Camera Person	A. Subhan
4.	Camera Person	Fahriza
5.	Tecnical Support	A. Irfan M.

## C. Proses Produksi Program NGOPI MAJT TV

Menurut Fred Wibowo yang tertulis di dalam bukunya yang berjudul Teknik Produksi Program TV. Dimulai dari tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

### 1. Pra produksi

Pra Produksi adalah tahap sebelum melakukan seluruh rangkaian untuk penciptaan. Dalam pra penciptaan ini, seluruh kelompok atau anggota kerja menyiapkan semua kebutuhan yang akan digunakan selama fase-fase interaksi penciptaan. Dalam tahapan awal ini, akan diputuskan sistem selanjutnya, sepanjang garis ini dalam proses pra-penciptaan semuanya harus siap dan dapat diharapkan.

*“Proses pra produksi diawali dengan membuat rencana seluruh rangkaian produksi terutama dalam penemuan ide. Kemudian dilanjutkan dengan mempersiapkan bahan materi dan narasumber untuk mengisi episodenya. Dalam pra produksi ini setiap divisi mempersiapkan keperluannya masing-masing, kemudian segenap kru mengadakan pertemuan untuk tahap akhir mengecek ulang sebelum produksi”.* (Aldi Candra, 25 Mei 2023)

Tahapan-tahapan tersebut memakan banyak waktu dengan alasan bahwa pada tahap penataan ini memiliki persiapan yang panjang meliputi seluruh siklus yang akan dilakukan dari keseluruhan rangkaian proses penciptaan NGOPI. Dalam proses pra produksi ini pimpinan program membuat rencana jadwal produksi sebagai acuan untuk seluruh kru dalam menjalankan semua tahapan proses produksinya

Tema yang disajikan dalam program NGOPI membahas seputar kajian agama Islam dari segala aspek kehidupan dari fiqih, aqidah, akhlaq dan sebagainya. Karena program NGOPI adalah jenis program *talkshow* dengan genre pendidikan yang bertemakan Islami sehingga tema-tema yang diangkat seputar bulan Ramadhan yang dibawakan oleh host dan da'i sebagai narasumbernya. (Aldi Candra, 25 Mei 2023).

## 2. Produksi

Produksi merupakan proses yang dilakukan setelah seluruh proses pra produksi selesai dilakukan dan seluruh bahan juga materi yang akan digunakan siap untuk dilakukan produksi.

Dalam proses berlangsungnya produksi koordinator program memimpin untuk memulai proses produksi, semua arahan dan suara hanya bersumber dari pengarah lapangan yang di sini diambil alih oleh juru kamera karena keterbatasan sumber daya manusia untuk mengarahkan narasumber dan host. Narasumber dan host harus selalu sadar bahwa pengarah lapangan memberikan arahan untuk berpindah kamera dari kamera satu ke kamera dua begitu seterusnya. Sementara itu sarana-sarana atau media yang digunakan saat produksi berlangsung adalah susunan acara dengan memakai *note-note* kecil penjaga waktu yang merupakan panduan untuk host saat proses berlangsung.

Proses produksi berlangsung selama kurang lebih 60 menit sesuai dengan format produksi, jika dirasa dalam penyampaian materi membutuhkan lebih dalam waktu yang sudah ditentukan maka proses produksi masih tetap berlangsung, dengan catatan penambahan waktu tersebut tidak lebih dari 5 menit. Jika proses produksi dirasa lancar dan sesuai dengan format yang telah ditetapkan maka dapat dihentikan dan melanjutkannya ke tahap selanjutnya yaitu pasca produksi (Aldi Candra, 2023).

### 3. Pasca Produksi

#### a. Evaluasi

Setelah produksi adalah interaksi yang berisi penilaian hasil akhir dari keseluruhan proses presentasi. Siklus penilaian ini penting dilakukan untuk mengatasi semua kesalahan dan kekurangan yang terjadi dalam keseluruhan proses produksi. Penilaian ini juga digunakan sebagai semacam perspektif dalam proses pembuatan selanjutnya agar tidak terjadi kesalahan serupa dalam proses pembuatan yang dihasilkan. Seperti yang dijelaskan Aldi Candra:

*“Proses evaluasi ini dilakukan untuk mengoreksi seluruh proses produksi dari pra produksi dan produksi dengan melibatkan seluruh tim produksi sehingga apa yang menjadi kekurangan dan kesalahan saat proses produksi akan diketahui dan segera dicari solusinya agar proses produksi selanjutnya bisa berjalan dengan baik”.*

Proses evaluasi dilaksanakan dalam sebuah rapat yang melibatkan seluruh anggota tim produksi. Di sini semua tim produksi menyampaikan segala bentuk kekurangan atau kesalahan yang selanjutnya akan dibahas bersama serta dicarikan bagaimana solusi untuk mengatasinya. (Aldi Candra, 25 Mei 2023).

#### b. Editing

Editing dilakukan setelah evaluasi selesai, pada tahap ini editor mendapatkan berkas catatan setelah proses produksi selesai (Aldi Tahap yang terakhir pasca produksi, tahap ini tidak banyak yang dilakukan tim produksi karena program tersebut tayang secara *live*, hanya mengedit rekaman jika ada permintaan dari produser yang nantinya akan ditayangkan di TVKU (AldiCandra, 25 Mei 2023).

**BAB IV**  
**DESAIN PROGRAM DAKWAH NGOPI MAJT TV PADA MASA**  
**PANDEMI COVID-19**

**A. Analisis Batasan Merancang Program**

Dalam analisis desain program maka dilakukan pembatasan pembacaan berdasarkan landasan teori menurut Andi Fachruddin (2012:20) dalam bukunya Dasar-Dasar Produksi Televisi yang menyatakan untuk membuat suatu program acara televisi, hal yang harus dilakukan adalah penggalan ide atau gagasan kreatif dengan merancang konsep program. Ide-ide yang di lahirkan harus mempertimbangkan berbagai hal salah satunya batasan merancang atau mendesain program. Batasan tersebut bertujuan agar dalam desain program lebih signifikan dan tidak terlalu luas mengenai ruang lingkup rancangan program. Berikut batasan-batasan dalam merancang program:

**1. Hukum**

Dalam merancang suatu program pertelevisian harus memiliki hak kepemilikan resmi atau dibuat seorisinil mungkin untuk menghindari pelanggaran hak cipta. Dunia pertelevisian memiliki undang-undang khusus yang berlaku dan harus ditaati di Indonesia.

NGOPI merupakan program yang dibuat atau dibentuk secara sah dan orisinil, tidak ada bentuk-bentuk plagiat atau tiruan di dalamnya. MAJT TV sejak dahulu membentuk program-programnya tidak pernah bermasalah terhadap hukum sebab terbentuknya NGOPI tidak merugikan pihak-pihak lain dengan tujuan sejak awal untuk belajar bersama menggali ilmu-ilmu dunia dan akhirat juga berbagi pengetahuan antar sesama manusia. Dengan latar belakang pengambilan judul program NGOPI juga mempunyai kepanjangan yang dibuat berdasarkan diskusi antara RISMA JT dan MAJT TV. Digagas sebab adanya pandemi Covid-19 dan keputusan pemerintah untuk memenuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan, kegiatan dakwah yang mulia harus tetap dilanjutkan meski ada halangan. Hal ini

disampaikan oleh Koordinator Program NGOPI Aniez Muchabak, beliau menyampaikan:

*”Program NGOPI ini adalah program dakwah yang kami, RISMA JT dan MAJT TV buat sebab adanya pandemi Covid-19. NGOPI sendiri mempunyai kepanjangan “Ngobrol Online Perkara Islam”, di mana itu adalah nama yang kami bentuk sendiri, jadi dan sampai saat ini kami tak bermasalah dalam hukum keaslian ini, dan diharapkan semoga seterusnya ini tetap menjadi karya orisinal dan legal secara hukum di Indonesia.”*

Penerapan itu yang membuat pihak MAJT TV dan RISMA JT tidak bermasalah terhadap hukum, sebab keaslian yang diharapkan pihak MAJT TV ialah rasa cinta terhadap syiar Islam dan tindakan untuk belajar bersama bukan mengharapkan pihak-pihak lain yang mengajak untuk berbisnis kepentingan materiil semata atau transaksi yang lainnya. Keberlangsungan program NGOPI yang berlanjut sampai sekarang menjadi bukti.

## **2. Kultur**

Dunia pertelevisian memiliki pengaruh yang kuat untuk masyarakat. Program acara yang dihasilkan memiliki kewajiban dan tanggungjawab untuk membentuk nilai-nilai positif. Dengan latar belakang televisi Islam, maka kultur yang melekat pada program NGOPI dan pada program-program MAJT TV yang lain adalah menganut kultur keIslaman. Program NGOPI merupakan program yang diharapkan memiliki pengaruh dalam masyarakat, khususnya anak-anak muda. Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah pemeluk agama Islam, sehingga pengetahuan tentang khazanah keIslaman dapat diperoleh dari berbagai media. Seperti dengan melihat televisi, mencari rujukan dari buku-buku, dari internet. Hal ini disampaikan oleh Aniez Muchabak dalam wawancara:

*“Untuk kultur sebenarnya kami adalah televisi Islam, serta televisi lokal Semarang jadi kultur yang ada di stasiun televisi ini adalah kultur agama Islam. Maka dari itu diharapkan program NGOPI ini khususnya menjadi tambahan referensi keIslaman bagi semua kaum muslimin, di samping dapat diakses diberbagai media entah cetak ataupun non-cetak. Namun tak menutup kemungkinan kultur keIslaman kami mampu masuk ke dalam lapisan masyarakat*

*karena kami berusaha tetap menjaga toleransi sesama umat beragama.*

Program acara *talk show* NGOPI ini, bisa dijadikan bahan informasi atau rujukan atau artikel yang sangat tepat bagi masyarakat muslim apalagi anak-anak muda, mahasiswi/mahasiswa yang kurang mengenal atau memperluas pengetahuan mengenai agama Islam. Cara penyampaian dalam program NGOPI yang santai dan ringan didukung dengan banyak faktor pendukung membuat program ini memiliki ciri tersendiri dibanding program-program MAJT TV yang lain yang cenderung formal.

### **3. Pasar**

Program televisi yang dibuat biasanya memiliki banyak tujuan bisnis, mengenal pasar mana yang harus dituju merupakan tugas dari para pembuat program. MAJT TV terletak di Kota Semarang, Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah. MAJT TV berada di Kota Semarang yang demografinya sangat heterogen di mana terdapat perpaduan beberapa etnis, Jawa, Cina, Arab yang menetap, menuntut ilmu sebagai perantauan, maupun berkarir. Mayoritas penduduknya memeluk Islam, namun toleransi kehidupan umat beragama dijunjung tinggi. Sehingga, kehidupan sosial masyarakat Kota Semarang relatif damai. Oleh karena itu, sasaran ideal dari program NGOPI ditargetkan untuk kaum Islam dengan segmentasi usia 25–35 tahun. Mayoritas masyarakat beragama Islam, namun hidup damai beriringan dengan lintas agama. Oleh karena itu, sasaran dari program NGOPI yang ditargetkan adalah kepada masyarakat muslim khususnya dengan pilihan segmentasi usia 20-30an tahun. Pemilihan nama NGOPI merupakan akronim dari “Ngaji Online Perkara Islam” merupakan program kerjasama MAJT TV dengan RISMA JT terbentuk tidak ada erat kaitannya dengan sebuah bisnis.

Meski tujuan pemirsanya diutamakan anak muda namun tak menutup kemungkinan program ini dapat dinikmati dan dilihat oleh segala usia, karena dengan tatanan bahasa yang sangat mudah dicerna oleh segala umur sehingga program NGOPI mampu dinikmati oleh semua kalangan.

Petani, pedagang, PNS, Pejabat Negara, mahasiswa/mahasiswi, pengangguran bahkan anak-anak dapat menikmati acara ini. Jenis pekerjaan atau status sosial tidak dijadikan patokan untuk menentukan target audiens bagi MAJT TV. Segala status sosial, ekonomi, gaya hidup, jenis kelamin, umur menjadi penikmat program NGOPI.

*“Sebenarnya pasar atau segmentasi program NGOPI ini kami sasar kepada kaum muda. Ya antara umur 20an sampai 30 an lah. Namun tak menutup kemungkinan NGOPI ini masih bisa dinikmati oleh segala umur. Anak-anak, remaja, dan dewasa. Pria-wanita. semua lapisan masyarakat dari petani hingga pejabat. Semua golongan diharapkan mampu menikmatinya bersama”.* (Aniez Muchabak, 25 Mei 2023).

#### 4. Tren

Persaingan program televisi yang saat ini banyak bermunculan dalam tren format program, tren cerita, tren pengisi acara membuat management stasiun televisi memfokuskan untuk menciptakan tren yang sedang digandrungi masyarakat. Dalam NGOPI yang merupakan sebuah program *talk show*, di dalamnya menggunakan bahasa Indonesia dan dengan selingan bahasa Jawa agar mudah untuk mendekati diri kepada *mad'u* masyarakat Jawa Tengah khususnya. NGOPI format dialog atau diskusi ringan dan santai sehingga berbeda dengan program-program MAJT TV lain yang cenderung formal.

NGOPI tayang di MAJT TV memiliki format yang variatif agar tidak monoton dan *fresh* di setiap episodenya. Dengan *host* Aniez Muchabak dan *co-host* yang diisi Aldi Candra. Sedangkan untuk narasumber atau bintang tamu selalu mengalami perubahan dan bahkan yang sudah pernah hadir bisa kembali lagi hadir menjadi bintang tamu. Narasumber yang datang dalam NGOPI beragam, sesuai dengan kemampuan beliau dalam berdakwah dan memahami keilmuan Islam yang baik. Tren dalam program NGOPI lebih mengacu pada topik yang dibahas atau yang dijadikan sebagai bahan untuk diskusi. Suatu berita yang sedang digandrungi oleh masyarakat yang dijadikan sebagai bahan dan bahan

diskusi sebagai tambahan ilmu, mencari bersama pokok permasalahan, dan mencari solusi secara bersama.

Tren erat kaitannya dengan lingkungan pertelevisian tetapi program acara NGOPI ini tidak mengutamakan tren atau artis atau tokoh. Program NGOPI itu semuanya sama tidak ada tokoh atau hal-hal khusus yang dibandingkan hanya ada proses edukasi, proses pelajaran satu sama lainnya, keakraban dan belajar mengenai persoalan masa sekarang, masa depan dan proses kehidupan.

*“Kami menentukan tren pada program ini dengan mengambil tema atau pembahasan yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat, sehingga diharapkan ikut memberikan pandangan dari sudut Islam. Narasumber yang kami undang ke sini sebelumnya sudah kami pilih dan diskusikan pada saat rapat mingguan, di mana narasumbernya dipilih sesuai dengan kapasitasnya mengenai pembahasan yang sesuai. Kami tak berpatok pada tren, hanya saja tren apa yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat menjadi sumber tema yang kami bahas di program ini, tentunya dengan mengambil sudut pandang Islam, karena tujuannya adalah saling berbagi pengetahuan”.*

Program NGOPI tidak sama dengan program *talk show* yang tayang di televisi lain, sebab program ini tidak bergantung pada tren di mana terdapat kata kiasan yang dijadikan sebagai pengingat program tersebut atau yel-yel sebagai aturan khusus program. Penggunaan seragam khusus tidak ada di dalamnya, hanya pakaian sopan.

## **5. Teknis**

Sebuah ide kreatif juga harus mempertimbangkan peralatan apa saja yang dibutuhkan dan berapa jumlah kru yang dibutuhkan. Seorang perancang program yang tidak mengerti teknis, nantinya akan membuat perencanaan yang buruk. Secara teknis program NGOPI memiliki 2 tim teknis yaitu dari MAJT TV dan RISMA JT. Dalam program NGOPI secara keseluruhan apabila dibandingkan seperti desain program lain yang dibuat oleh pertelevisian bisa dikatakan belum memenuhi standar operasional prosedur, di mana tidak ada *rundown* secara rinci di dalamnya. Pelaksanaan program NGOPI dengan total berdurasi 60 menit. Meskipun pada kenyataan

di lapangan tidak semua tayangan pas 60 menit, karena NGOPI ditayangkan secara *live* sehingga obrolan yang terjadi mengalir dengan patokan 60 menit program selesai. Aniez Muchabak menjelaskan:

*“Program NGOPI ini kan terbentuk berkat kerjasama antara pihak MAJT TV dan RISMA JT. Untuk hal teknisnya, kami serahkan kepada pihak teman-teman MAJT TV, sedang yang lainnya atau non-teknisnya misal konsumsi dan sebagainya dapat ditangani kawan-kawan RISMA JT. Alat-alat alhamdulillah kami sudah punya semua, dari kamera sampai tripod. Jadi tak perlu menyewa ke luar dan meminimalisir biaya pengeluaran.”*

Namun secara teknis MAJT TV memiliki standar operasional prosedur mengenai alat-alat yang digunakan. MAJT TV memiliki alat-alat yang mumpuni dalam bidang broadcasting seperti kamera, tripod, *switcher*, *lighting*, *wireless clip on*, komputer, dan akses internet sehingga mampu memproduksi program NGOPI dengan baik. MAJT TV memiliki alat yang cukup untuk digunakan proses perekaman NGOPI dengan kondisi yang baik dan layak digunakan.

## **6. Budget**

Kualitas suatu program dapat ditentukan dengan berbagai faktor salah satunya dengan besar anggaran yang diperlukan. Meski diprakarsai oleh dua belah pihak, mengenai budget atau anggaran yang ada pada program NGOPI ialah tidak ada transaksi atau pembayaran yang dilakukan oleh MAJT TV ke RISMA JT dan juga tidak ada transaksi pembayaran dari pihak RISMA JT untuk MAJT TV. Pihak MAJT TV tidak mempublikasi rincian anggarannya namun anggaran secara keseluruhan untuk program NGOPI ini berkisar Rp. 500.000 setiap episodenya yang dihasilkan dari kas produksi dan sponsor jika ada. Sedangkan untuk anggaran alat tidak ada sebab alat yang digunakan sudah dimiliki oleh MAJT TV, sehingga tidak ada anggaran penyewaan alat.

*“Dalam setiap pertemuan atau episodenya, kami kurang lebih mengeluarkan biaya sebaesar lima ratus ribu rupiah. Hal itu sudah menjadi tanggungan yang harus dikeluarkan oleh pihak kami, yang mana kami ambil dari kas dan sponsor jika ada yang masuk. Untuk fee para narsum kami berikan fee sesuai dengan*

*kemampuan kami, mengingat keterbatasan kami. Berkat alat-alat yang sudah majt tv miliki jadi tak perlu lagi mengeluarkan anggaran biaya lagi.” (Aniez Muchabak, 25 Mei 2023)*

Pihak MAJT TV juga memberikan *profesional fee* sesuai dengan kemampuan finansial MAJT TV, karena program ini berafiliasi pada semangat menyebarkan syiar Islam.

## **B. Proses Kreatif Program NGOPI**

Proses kreatif merupakan sebuah proses berfikir untuk menciptakan atau mengkreasikan ide-ide baru yang berbeda dengan yang lainnya. Dalam dunia pertelevisian proses kreatif dijadikan sebagai sumber pertama yang mampu menciptakan keunggulan, inspirasi, dan informasi baru. Dengan adanya proses kreatif maka terbentuklah hal-hal baru yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur minat penonton. Proses kreatif salah satu proses penting yang ada dalam sebuah desain program. Dengan melihat proses kreatif maka dapat diketahui sejauh mana dalam program tersebut menciptakan inovasi-inovasi baru yang memberikan insprasi bagi dunia pertelevisian itu sendiri dan khalayak umum. Sesuai dengan teori yang sebelumnya pernah dijelaskan menurut Andi Fachruddin proses kreatif dalam buku Dasar-Dasar Produksi Televisi :

### **a) Proses Produksi Program NGOPI**

Dalam pelaksanaannya, program NGOPI ini memiliki 3 tahapan yaitu, pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1. Pra produksi, Pada tahapan pra produksi NGOPI mulai mencari ide atau materi yang akan ditayangkan. Setelah itu dilanjutkan dengan tahap perencanaan. Tahap perencanaan disini adalah menghubungi narasumber yang bersangkutan, diikuti dengan tahap persiapan sebelum melakukan produksi.
2. Produksi, Proses produksi terbagi dua tahapan, yang pertama persiapan produksi. Di dalam persiapan produksi dimulai dengan mempersiapkan kru dan menyiapkan

peralatan yang akan digunakan. Tahapan kedua melaksanakan produksi dengan melakukan *shooting* program.

3. Pasca Produksi, Program NGOPI tidak banyak melakukan melakukan tahapan ini, karena program ini disiarkan secara langsung. Yang di-*shot* oleh kamera langsung ditayangkan melalui aplikasi siaran, tahap *editing* dilakukan untuk siaran yang akan ditayangkan tunda pada channel TVKU.

#### **b) Desain Program NGOPI**

Program yang kami buat berupa *Talk Show* dengan nama NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam). Program yang lahir dan tumbuh dengan latar belakang pandemi Covid-19. Program *talk show* ini bertujuan meramaikan dunia dakwah di era digital serta diharapkan mampu memberikan pandangan, pengetahuan dan inspirasi kepada khalayak tentang berbagai macam sudut tentang Islam. Dengan mendatangkan narasumber terkait, program ini akan mengupas usaha dari pada narasumber untuk mewujudkan Islam yang sesuai ajaran Rasulullah melalui nash dan sunnah. Dalam penyampaiannya akan disampaikan secara santai dan ringan, sesuai target audiens. Dalam penyampaian berita akan disampaikan secara semi-formal, sesuai target audience. Adapun tempat yang digunakan untuk menyiarkan program acara tersebut yaitu di Studio MAJT TV Semarang, dengan dekorasi panggung berlatar belakang hitam dengan sorot cahaya hijau dan biru. Bernuansa santai yang menonjolkan *lighting* dan *angle camera* dalam penggambaran visualnya.

Maka dari hasil analisis dapat diuraikan desain NGOPI sebagai berikut:

1. Stasiun Televisi : MAJT TV
2. Lokasi : Studio MAJT TV Semarang

- 3. Format Program : *Talk Show*
- 4. Kategori Program : Informasi Pendidikan
- 5. Nama Program : NGOPI
- 6. Durasi Program : 60 menit
- 7. Jam Tayang : 20.00 – 21.00
- 8. Segmen : 2 Segmen (60 Menit :2)
- 9. Target Audience
  - a. Umur : Dewasa (20 – 35 tahun)
  - b. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
  - c. Status Sosial : Semua Golongan

#### 10. Equipment List

<b>NO</b>	<b>Nama Alat</b>	<b>Jumlah</b>
<b>1</b>	Kamera Sony Pwx X70 MC 2500	3
<b>2</b>	Lighting	4
<b>3</b>	Tripod	2
<b>4</b>	Switcher Sony mcx 500	1
<b>5</b>	Clip On Wireless Saramonix	2
<b>6</b>	Komputer/Laptop	2
<b>7</b>	Receiver	1

#### 11. Naskah NGOPI

- Judul : Pendidikan Masa Kini
- Narasumber : Habib Musthofa Al Muhdor
- Host : Anis Muchabak
- Co-Host : Aldi
- Durasi : 60 menit

NO	KET	VIDEO	DURASI
1		SEGMENT 1	25 Menit
2		OPENING	2 Menit
3		<p><b>Anis:</b> Assalamualaikum wr.wb, para pemirsa kembali lagi bersama kami di acara Ngopi (Ngobrol Online Perkara Islam), semoga para pemirsa dalam keadaan sehat dan terlimpah keberkahan dari Allah. Mas Aldi bagaimana kabarnya ?</p> <p><b>Aldi:</b> Alhamdulillah sehat mas Anis. Mas Anis sendiri gimana ni kabarnya ?</p> <p><b>Anis:</b> Alhamdulillah sehat juga mas Aldi.</p> <p><b>Aldi :</b> Memang pada masa sekarang ini ya mas Anis, yang sering disebut sebagai zaman ketidakpastian, kita ini harus cerdas untuk menjaga kesehatan fisik maupun mental kita agar tetap waras. Karena manusia itu kan terdiri dari jasad dan ruh, antara keduanya ini berhubungan. Bahkan kalau dalam kedokteran itu ada yang namanya Psikosomatik, semacam gangguan fisik yang diperparah oleh faktor mental atau kejiwaan seseorang. Nah mengelola dualitas antara jasmani dan ruhani ini butuh kecerdasan mas Anis.</p> <p><b>Anis:</b> Kalau bicara kecerdasan berarti kita bicara juga soal pendidikan. Karena kecerdasan itu kan termasuk tujuan dari pendidikan. Ada 4 kan sifat wajib Rasul, yaitu shiddiq, amanah, tabligh dan puncaknya fathonah atau cerdas. Seseorang itu dikatakan cerdas kan kalau memenuhi indikator sifat-sifat ini mas, misalnya orang tidak bisa dikatakan cerdas kalau dia tidak shiddiq, tidak sungguh-sungguh. Juga tidak bisa dikatakan cerdas kalau dalam hidupnya dia tidak amanah, apalagi tidak tabligh.</p> <p><b>Aldi:</b> Bener mas Anis, makanya Ngopi kali ini itu narasumbernya juga spesial ni. Seorang durriyah Rasul, yang sudah pasti sedikit banyak</p>	

mewarisi kecerdasan dari Rasulullah juga. Sebentar tak telpon dulu ya mas Anis, kita ajak bareng-bareng Ngopi disini.

*(Aldi sebagai co-Host menelpon Habib Musthofa untuk hadir)*

*(Habib Musthofa masuk dan dipersilakan duduk di tengah sebagai Narasumber)*

Aldi: Nah, Mas Anis, Habib ini selain cerdas juga seorang pendidik. Jadi pas ini kalau kita bahas pendidikan. Pendidikan itu kan luas ya mas, tidak hanya sekolah. Kalau selama ini kan kita mikirnya urusan pendidikan itu ya urusan sekolah, padahal pengaruh terbesar yang membentuk karakter manusia itu justru lingkungannya. Bener nda Habib?

*Habib Menjawab : (.....)*

**Anis:** Baik Habib, mungkin ratusan penelitian, diskusi, artikel tertulis dan sebagainya yang membahas berbagai masalah pendidikan kita. Tapi mungkin kita perlu mendiskusikan hal yang cukup mendasar ni Bib, tentang tujuan dari pendidikan itu apa sih? Kenapa kok manusia itu butuh yang namanya pendidikan? Terutama pendidikan dalam Islam Bib.

*Habib Menjawab: (.....)*

Aldi: Nah Habib, pendidikan itu sendiri harusnya berlangsung seperti apa sih? Apakah secara diktatorial, satu arah, dimana kebenaran hanya dimonopoli oleh guru/pendidik, atau secara dialektis, dua arah gitu Habib?

*Habib Menjawab: (.....)*

	<p>Anis: Sekarang ini kan ada yang namanya AI atau kecerdasan buatan, Bib, katanya adanya AI ini akan membuat punah manusia karena banyak pekerjaan yang tidak lagi mengandalkan manusia. Tapi apakah benar AI (Artificial Intelligence) yang kemungkinan semakin lama semakin canggih ini bisa mengalahkan kecerdasan manusia? atau justru ada potensi kecerdasan manusia lain yang sampai kapanpun tidak akan bisa dicapai oleh AI, karena mungkin hanya manusia yang punya kecerdasan itu?</p> <p><i>Habib Menjawab : (.....)</i> <i>(Host menjeda sejenak untuk Iklan)</i></p>	
<b>4</b>	<b>IKLAN</b>	<b>2 Menit</b>
<b>5</b>	<b>SEGMENT 2</b>	<b>25 Menit</b>
	<p>Aldi: Kembali lagi bersama kami di NGOPI</p> <p>Aldi: Yang utama dalam pendidikan itu, mendidik anak agar pintar atau mendidik anak agar bahagia?</p> <p><i>Habib Menjawab : (.....)</i> <i>(Dilanjutkan layanan interaktif)</i></p>	
<b>6</b>	<b>KESIMPULAN</b>	<b>5 Menit</b>
<b>7</b>	<b>PENUTUP</b>	<b>1 Menit</b>

### c) Jenis Produksi

#### 1. Produksi Dibuat Sendiri (*In House Production*)

Dalam penayangannya, program NGOPI lebih banyak dilaksanakan di Studio MAJT TV. Namun ada beberapa episode yang bertempat di perpustakaan MAJT.

## 2. *Live on Tape*

Produksi berlangsung tanpa berhenti sampai berakhirnya acara. Sehingga pihak MAJT TV melakukan perekaman secara terus-menerus.

## 3. Sumber Daya Manusia

Karena terbatasnya sumber daya manusia, pada proses praproduksi, produksi dan pascaproduksi seluruh kru program NGOPI ikut serta dalam setiap prosesnya maka dibutuhkan kerja sama yang baik, saling percaya satu sama lain dan rasa tanggung jawab pada sebuah pemerintahan maka jadilah sebuah program yang baik pula. Dalam NGOPI tidak ada kru *wardrobe* dan *make up*. Semua orang yang tampak di layar baik itu host, co-host dan narasumber, tampil apa adanya di depan layar.

Peralatan yang digunakan oleh MAJT TV sesuai dengan Standar Operasional Prosedur pertelevisian. Hanya saja ada beberapa alat yang masih secara analog, tetapi hal itu tidak menjadikan program NGOPI menjadi tidak berkualitas didukung dengan pembawaan yang santai dan tak monoton mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton. Panggung yang secara sederhana sengaja didesain menyesuaikan tema *ngopi* pada umumnya. Tanpa panggung yang tinggi dan besar ditambah dengan properti-properti lain, NGOPI mampu ikut meramaikan dunia pertelevisian dan memiliki minat masyarakat. Sesuatu yang tampak apa adanya, tidak ada rekayasa berlebihan di dalamnya menjadikan NGOPI sebagai inspirasi untuk program sejenis yang saat ini ada di televisi lokal lain, khususnya di Semarang.

Melalui produksi program dari proses praproduksi, produksi, dan Pascaproduksi dapat diketahui desain program yang dibuat oleh MAJT TV. Sebuah desain program dibuat sejak awal atau pada masa praproduksi. Dengan melakukan observasi langsung

mengikuti proses produksi dapat mengetahui bagian-bagian yang dilakukan. Desain program dibuat atau dikonstruksi mencakup pada non teknis dan teknis. Non teknis yang dilakukan oleh tim NGOPI ialah permulaan ide atau gagasan, menentukan tema atau topik yang akan dibicarakan, dan menentukan narasumber yang akan dihadirkan. Begitu dengan segmen yang akan dijalankan pada saat produksi berlangsung. Penentuan durasi pada saat berlangsung juga ditentukan. Pada proses praproduksi selain itu, yang dilakukan adalah dalam hal teknis ialah persiapan lokasi *shooting*, melalui *background*, sofa, meja, *lihting* dan penataan kamera. Penentuan syarat-syarat khusus atau sesuai dengan standar dalam pertelevisian dilakukan oleh tim NGOPI MAJT TV seperti durasi, waktu siar, target audiens, segmentasi dan karakteristik produksi.

Desain program yang dilakukan berdasarkan kerjasama oleh dua pihak yang berbeda sangat jarang dilakukan pada suatu program televisi. Biasanya stasiun televisi itu sendiri yang membuat sebuah desain program. Para kru bekerja sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Jadwal tidak dicantumkan secara tertulis. Kerjasama yang terjadi biasanya saling berkomunikasi baik via media atau secara langsung. Sejauh ini kendala yang terjadi pasti bisa ditangani.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui desain program NGOPI di MAJT TV dan sejauh mana program NGOPI menghasilkan program yang menarik, maka dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama bahwa desain program NGOPI dibuat atau dikonstruksi oleh kerjasama MAJT TV dan RISMA JT. Melalui proses produksi program dapat diketahui bagaimana kerabat kerja bekerja bersama-sama dari proses praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Bentuk kerjasama dari MAJT TV dan RISMA JT menghasilkan sebuah proses kreatif yang dilakukan dengan cara kolaborasi antar keduanya. Tanpa adanya *rundown* dan dengan jumlah kru yang terbatas mampu menjalankan suatu produksi yang secara langsung berdurasi cukup lama. Dengan adanya program NGOPI dapat menjadi contoh dengan kerjasama yang baik dari dua pihak yang berbeda mampu menciptakan sebuah desain program. Desain program yang dibuat pun berkualitas dan mampu menarik perhatian penonton. Program NGOPI mampu menjadi program yang menarik sesuai dengan kemampuan sumber daya manusia yang tersedia.

#### **B. Saran**

Menurut hasil penelitian, maka penulis menyampaikan beberapa saran terkait desain yang dilakukan oleh Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) TV Semarang dalam memproduksi Program NGOPI antara lain:

1. Mengingat Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di program NGOPI minim dan sangat terbatas, penulis berharap Pimpinan MAJT TV dapat menambah sumber daya manusia khususnya dalam program NGOPI di agar tak adanya rangkap kerja yang akhirnya menambah beban kerja. Karena hal itu sangat penting demi terciptanya dunia televisi yang sehat.

2. Melakukan evaluasi secara menyeluruh kepada seluruh aspek yang terkait dengan proses produksi secara detail, baik dari segi persiapan, pelaksanaan dan hasil akhir agar proses produksi tersebut dapat berjalan lebih baik lagi, khususnya pada pembuatan *rundown* program NGOPI.
3. Selalu memaksimalkan penerapan strategi kreatif dalam mengemas program-program dakwah MAJT TV.

### **C. Penutup**

Demikian paparan hasil penelitian perihal “Desain Program Dakwah MAJT TV Pada Masa Pandemi Covid 19” yang dapat penulis sampaikan. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Adapun satu dua hal kekurangan dalam pembahasan adalah murni dari keterbatasan kemampuan juga wawasan dari penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca sangat diharapkan demi terwujudnya hasil penelitian yang lebih baik. Di balik kelemahan dan kekurangan karya ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Sidiq Notonegoro dkk. 2020. Agama, Sains, dan Covid-19: Mendialogkan Nalar Agama dan Sains Modern, Maarif Institute for Culture and Humanity, Jurnal Maarif, Edisi-35, Vol. 15, No. 1, Juni.
- Alfandi, M. 2005. *Format Dakwah Melalui Media Televisi*. Jurnal Ilmu Dakwah. 25.1 (2005): 43-56.
- Aziz, Moh Ali. 2017. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta. AMZAH
- Amri, S, Jauhari, A. dan Elisah, T. 2011. *Implementasi Pendidikan Karakter*
- Anggraini S, Lia dan Natalia Kirana. 2014. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung. Penerbit Nuansa Cendekia
- Anwar, Saifudin. 2001. *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Burton, Graeme dan Laily Rachmawati. 2007. *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi*. Yogyakarta. Jalasutra.
- Cahyo Hendro Wibowo, Nur. 2017. *Pengembangan Manajemen Penyiaran Walisongo TV*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
- COVID-19 and TV. 2020. Thinkbox. <https://www.thinkbox.tv/news-and-opinion/opinion/Covid-19-and-tv/> diakses pada tanggal 21 Mei 2021.
- Effendy, Heru. 2015. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Erlangga.
- Effendy, O.U. *Televisi Siaran, Teori dan Praktik*. Bandung. Mandar Maju. 1993
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-dasar Produksi Televisi*. Jakarta. Kencana Prenada.

- Fakhruroji, Moh. 2017. *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Gunawan, I. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara: Jakarta
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta:
- Hadi, S. 1983. *Metode Penelitian Research, Jilid I*. Yogyakarta: UGM Press
- Hardiansyah, Haris. 2012. *Metodolgi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Herdiansyah, H. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 8.
- Hidayanto Jamal dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- IDN Research Institute. 2020. *Televisi, Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia*. <https://www.idntimes.com/tech/trend/bayu/survei-ims-2019-5-fakta-perubahan-pola-konsumsi-media-millennial/5> (diakses tanggal 20 Mei 2023)
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung. PT. Remaja Rosada Karya Offset
- Jurnal Academia. Andreas Yulianto dan M. Purnomo Sidik [https://www.academia.edu/44591853/DESAIN\\_PROGRAM\\_TELEVISI\\_1](https://www.academia.edu/44591853/DESAIN_PROGRAM_TELEVISI_1)
- Jurnal TEKNODIK. 2006. Pendidikan dan Informasi Pendidikan Departemen Pendidikan Nasional. NO.9/V.
- MAJT TV. <https://majt.tv/sejarah/> diakses pada 10 Juni 2023
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Edisi VI. BPFU-UII Yogyakarta
- Masduki. 2008. *Media, Jurnalisme dan Budaya Populer*. Yogyakarta: UII Press.
- Maulana, Ilham. 2018. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Islam*. Vol 3, No 3.
- Moleong, L. J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarta.

- Morrison. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta. Prenamedia Group.
- Morrison. 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Naratama. 2015. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi-Kamera*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Nurhayati, Afi. 2004. *Dasar Desain*. Jakarta: Gunung Agung.
- Permenkes. 2020. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Peraturan Menteri Kesehatan: Jakarta.
- Piliang, Yasraf Amir. 2008. *Multiflisitas dan Diferensi, Redefinisi Desain, Teknologi dan Humanitas*. Yogyakarta. Jalasutra.
- Pimay, A, Mutiara Savitri, F. *Dinamika Dakwah Islam di Era Modern*. 2021. Faculty of Dakwah and Communication, Walisongo State Islamic University. Vol 41, No 1 (2021)
- Pimay, A. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang: Rasail. PT Bumi Aksara.
- Sahari, Agus dan Yan Yan Sunarya. 2001. *Pengantar Tinjauan Desain*. Bandung. Institut Teknologi Bandung.
- Salama, N., El-Rahman, M., & Sholihin, M. 2020. *Investigation Into Obedience In The Face Of Ubethical Behavior*. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 207-218
- Suharismi, Arikunto. 1995. *Dasar-Dasar Research*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya
- Supriyadi, Nina, Irwanto, Yudo Triartanto. 2015. *Broadcasting Televisi 2 Teori dan Praktik*. Jakarta: Graha Cendekia.
- Suryabrata, Sumadi. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Raja Graha Persada
- Syam, N. 1991. *Metodologi Penelitian Dakwah*. Solo: CV. Ramadhani.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras

Triartato, A. Ius Y. 2008. *Broadcasting Radio*. Yogyakarta: Pustaka Book.

Warson Munawir, Ahmad. 1984. *Kamus Al-Munawir*. Yogyakarta. Pondok Pesantren Al-Munawir.

Wawancara dengan produser dan koordinator program tanggal 25 Mei 2023  
pukul 21.00 WIB

Zoebazary, Ilham. 2015. *Kamus Istilah Televisi & Film*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran Pedoman Wawancara

#### Wawancara dengan Produser program NGOPI



1. Bisa diperkenalkan dahulu anda siapa dan bertugas sebagai apa?
2. Apa saja program yang ada di MAJT TV?
3. Bagaimana proses mendesain pada program NGOPI?
4. Apa tujuan dari NGOPI?
5. Bagaimana proses produksi NGOPI pada program MAJT TV?
6. Bagaimana penentuan tema dan narasumber?
7. Program ini merupakan kolaborasi antara MAJT TV dengan RISMAJT, bagaimana pembagian tugasnya?
8. Apa tujuan diproduksi program NGOPI?

## Wawancara dengan Koordinator program NGOPI



1. Bisa diperkenalkan dahulu anda siapa dan bertugas sebagai apa?
2. Mengapa program ini diberi nama NGOPI ?
3. Siapa pencetus nama NGOPI dan apa latar belakangnya?
4. Program ini merupakan kolaborasi antara MAJT TV dengan RISMAJT, bagaimana pembagian tugasnya?
5. Bisa diceritakan proses produksi dari awal?
6. Bagaimana batasan dalam mendesain dari segi budget, dan pasar?
7. Bagaimana batasan dalam mendesain dari segi hukum, kultur dan teknis?

**Gambar observasi proses produksi NGOPI**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Tahta Rizki Yuandry  
Alamat : Ds. Bantengmati RT 03/RW 02,  
Kec.Mijen, Kab. Demak, Jawa Tengah, 59584  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
E-mail : [tahtayuandry@gmail.com](mailto:tahtayuandry@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan:

1. TK Pancasila 1 Jleper, Mijen, Demak
2. SD Bantengmati 1, Mijen, Demak
3. MTs Muhammadiyah Kudus, Jawa Tengah
4. PMDG 1 Ponorogo, Jawa Timur

Semarang, 14 Juni 2023 ...



**Tahta Rizki Yuandry**

NIM. 16010260