

**PENGEMBANGAN DAKWAH MELALUI PRODUKSI PROGRAM
TALKSHOW “SEKITAR KITA” DI WALISONGO TV**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah**

Oleh :

Haresti Asysy Amrihani

1501026055

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

2019

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN DAKWAH MELALUI PRODUKSI
PROGRAM TALKSHOW “SEKITAR KITA” DI WALISONGO TV**

Disusun Oleh:
Haresti Asysy Amrihani
1501026055

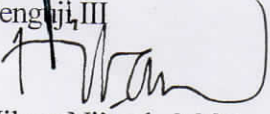
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 25 Juli 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I


Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag.
NIP. 19610727 200003 1 001

Penguji III


Nilnan Ni'mah, M.S.I.
NIP. 19800202 200901 2 003


Pembimbing I


Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

Sekretaris/Penguji II


Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

Penguji IV


Nur Cahyo Hendro W, S.T., M.Kom
NIP. 19731222 200604 1 001

Mengetahui

Pembimbing II


Khotibul Umam, M.Kom.
NIP. 19790827 201101 1 007

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal, 26 Juli 2019



Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag.
NIP. 19610727 200003 1 001

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, Juli 2019

Tanda tangan

Haresti Asysy Amrihani
NIM: 1501026055

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaniirahim

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam yang selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada setiap hamba-Nya. Sholawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di hari akhir nanti.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pengembangan Dakwah melalui Produksi Program *Talkshow* “Sekitar Kita” di Walisongo TV” tidak terlepas dari bantuan, semangat, dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak. Skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa adanya dukungan dan bantuan oleh semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis sampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc. M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan izin dalam pembahasan skripsi ini.
3. Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A., selaku Kepala Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) sekaligus pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga serta pemikiran untuk memberikan pengarahan dalam proses bimbingan skripsi ini.
4. Khotibul Umam, M. Kom selaku Dosen Wali Studi sekaligus pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan selama menjalani masa studi hingga proses skripsi ini selesai.

5. Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak Kumardi dan Ibu Suratmi. Terima kasih tak terhingga, atas doa, semangat, biaya, dan dukungannya sehingga skripsi ini bisa selesai, Allah pasti balas kebaikan Bapak dan Ibu. Terima kasih sekali lagi, selalu menguatkan dan mengajarkan ilmu kehidupan.
6. Nilnan Ni'mah, M.S.I selaku sekretaris jurusan yang telah memberikan dukungan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Drs. KH. Anasom, M.Hum., selaku Ketua PCNU Kota Semarang atas ketersediaan waktunya untuk menjadi narasumber pada acara *talkshow* yang diproduksi oleh peneliti.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membimbing dan memotivasi serta mengajarkan ilmunya selama di bangku perkuliahan.
9. Kakak dan Adik tercinta: Eka Rahma Wati, Yudi Haryo dan Lia Neri Khumaeroh yang selalu memberikan semangat agar skripsi ini segera selesai.
10. Kakak Ipar: Abdul Wakhid, yang sekaligus guru spiritual penulis yang membantu membiayai masa studi ini dan selalu memberi motivasi agar skripsi ini segera selesai.
11. Pakar Media: H. M. Alfandi, M.Ag dan Agung Cahyono, ST, atas ketersediaan waktunya telah menilai produk yang dikembangkan peneliti.
12. Sahabat M Syamsul Ma'arif (Arief Baladewa) atas ketersediaan waktunya memberikan ilmu tentang pertelevisian dalam penelitian dan pengembangan ini.
13. Dosen Produksi Program Dakwah, Drs. Aunur Rochim (Pak Nung) atas ilmu praktik yang diberikan ketika duduk di bangku perkuliahan.
14. Sahabat-sahabat seperjuangan kelas KPI-B 2015 dan angkatan 2015 yang selalu memotivasi agar segera lulus, terkhusus Sukna, Elok, Sisti, Fatika, Muslihatun (Forum Keributan Perskripsian), Genk Nyipriz (Pai-Rozlen).

15. Sahabat dari SMP: Eti Eliza Choirunnisak dan Ita Eliza Choirunnisak yang selalu memberikan dukungan.
16. Sahabat tasmania yang selalu menemani mengerjakan skripsi: Lukman Al Hakim, Kak Taqy, Mbak Ana dan Ferry Banyu Bening (Srontol).
17. Keluarga besar Remaja Islam Masjid Agung Jawa Tengah (RISMAJT) yang telah memberikan inspirasi untuk berproses dan memberikan banyak pengalaman.
18. Segenap kru Walisongo TV, terkhusus Direktur Walisongo TV (Nur Alif Ma'luf), Kintan (Sekretaris), Nisvia O (Produser), Adit, Hans, Latifah yang telah memberikan izin penelitian serta memberikan kemudahan dan membantu kelancaran penelitian.
19. Guru-guru dari TK-SMA, terkhusus guru ngaji di kampung halaman, Dhe Kasman yang telah memberikan ilmunya, telah mengajarkan cara membaca Al-Qur'an.
20. Senior-senior wartawan tempat saya belajar dan bekerja di suarabaru.id, Pak Widi (Pimpinan Redaksi), Pak Solikun, Mbah Mul, Pak Amir Machmud (Ketua PWI Jateng), dan senior lainnya.
21. Kawan KKN Posko 60 Desa Jatisono Kecamatan Gajah Kabupaten Demak yang memberikan dukungan.
22. Maulida Amma (Owner Maurali Hijab) yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan masa studi.
23. Bapak Iwan (Komisioner KPID Jateng) yang telah memberikan kemudahan dalam kelancaran penelitian.
24. Sahabat Tahta Alfina, yang telah mengajarkan tentang tata tulis dan selalu memotivasi penulis.
25. Sahabat Abrori Shobarnas, presenter yang telah membantu untuk program acara *talkshow* Sekitar Kita ini, semoga semakin sukses di TVRI.
26. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.

Harapan dan doa penulis semoga Allah SWT memberikan pahala atas semua kebaikan mereka. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Semarang, Juli 2019

Penulis,

Haresti Asysy Amrihani

NIM. 1501026055

PERSEMBAHAN

Syukur *alhamdulillah*, setelah melalui proses yang panjang, dengan mencurahkan segala ide dan pengaktualisasian keilmuan selama proses perkuliahan akhirnya menghasilkan sebuah karya tulis. Dengan ketulusan hati, karya ini dengan iringan doa saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang penulis sayangi, Bapak Kumardi dan Ibu Suratmi.
2. Keluarga tercinta.
3. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

خير اليناس ان يفهم ليلناس

(Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lain)

ABSTRAK

Data biro statistik menunjukkan bahwasanya masyarakat Indonesia banyak yang memilih untuk menyaksikan televisi secara rutin dibandingkan dengan membaca koran, majalah, atau mendengarkan radio. Seiring bertambahnya jumlah penonton televisi dan stasiun televisi lokal, program informasi dan hiburan dikembangkan guna meningkatkan produksi program siaran di televisi, salah satunya yaitu program *talkshow* dakwah “Sekitar Kita” oleh Walisongo TV. Program *talkshow* yang dijadwalkan bisa produksi setiap satu bulan sekali ini tidak produksi sebagaimana mestinya. Program ini bertujuan mengembangkan program *talkshow* “Sekitar Kita” dan mengukur kelayakan program yang dikembangkan serta diterapkan di Walisongo TV.

Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian dan pengembangan atau *Research and Development (R&D)* menggunakan model ADDIE (*Analysis, Design, Development and Implementation, Evaluation*). Populasi penelitian adalah pemirsa Walisongo TV berjumlah 50 orang ditentukan dengan metode *random* dan penilaian dua pakar media. Data dikumpulkan dengan observasi, wawancara dan angket. Analisis data dilakukan dengan analisis kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian dan pengembangan menghasilkan produk program *talkshow* dakwah yang layak ditayangkan. Kelayakan program *talkshow* yang telah dikembangkan dan diterapkan berdasarkan pertimbangan penilaian oleh dua pakar media yang didapatkan rerata skor total dari empat aspek penilaian (tampilan, manfaat, narasi dan suara, dan materi) dengan skor 66,5 dengan kategori layak. Adapun rerata skor respon penilaian penonton dari dua aspek penilaian (tampilan dan materi) adalah 54,14 dengan kategori baik.

Kata Kunci: Pengembangan Dakwah, Produksi Program TV, *Talkshow*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Pengembangan	3
D. Manfaat Pengembangan	3
E. Spesifikasi Produk yang Diharapkan	3
F. Kajian Pustaka	6
G. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
A. Kajian Tentang Pengembangan Dakwah	11
1. Pengertian Pengembangan	11
2. Pengertian Dakwah	12
3. Pengertian Pengembangan Dakwah	14
B. Produksi Program Televisi	16
1. Pelaksanaan Produksi	16
C. <i>Talkshow</i>	19

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	22
A. Profil Walisongo TV	22
B. Program Dakwah	27
BAB IV METODE PENGEMBANGAN	29
A. Model Pengembangan	29
B. Prosedur Pengembangan.....	30
C. Uji Coba Produk	31
D. Instrumen Pengumpulan Data	31
E. Teknik Analisis Data	37
BAB V HASIL PENGEMBANGAN	40
A. Penyajian Data Hasil Uji Coba	40
B. Analisis Data	51
C. Revisi Produk	57
BAB VI PENUTUP	62
A. Kajian tentang Produk yang Telah Direvisi	62
B. Saran Pemanfaatan Produk	63
C. Diseminasi Produk	63
D. Pengembangan Penelitian Lanjutan	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA PENELITI

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Tahapan Pengumpulan Data
- Tabel 2. Pembobotan Skor Instrumen Kelayakan Program Oleh Ahli Media Menggunakan Skala Likert
- Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Kelayakan Program Ditinjau Oleh Pendapat Ahli Media
- Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Untuk Penonton
- Tabel 5. Konversi Skor Skala Likert 4 Jawaban
- Tabel 6. Data Perancangan Program
- Tabel 7. Biaya Produksi
- Tabel 8. Data Hasil Penilaian Pakar Media dan Konversi Klasifikasi Program
- Tabel 9. Data Hasil Penilaian Ahli Media dan Konversi Klasifikasi Kategori
- Tabel 10. Data Komentar atau Saran Perbaikan Produk Ahli Media
- Tabel 11. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Respon Penilaian Penonton
- Tabel 12. Data Rerata Skor Hasil Respon Penilaian Penonton dan Konversi Klasifikasi Kategori
- Tabel 13. Data Hasil Respon Penilaian Penonton dan Konversi Klasifikasi Kategori
- Tabel 14. Data Komentar dan Saran Perbaikan Produk dari Penonton
- Tabel 15. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Evaluasi Produk Ahli Media
- Tabel 16. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Tampilan Hasil Evaluasi Ahli Media
- Tabel 17. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Manfaat Hasil Evaluasi Ahli Media
- Tabel 18. Hasil Konversi Nilai Rerata Skor Aspek Suara dan Narasi Hasil Evaluasi Produk Oleh Ahli Media
- Tabel 19. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Materi Hasil Evaluasi Produk Oleh Ahli Media

- Tabel 20. Data Hasil Respon Penilaian Penonton
- Tabel 21. Hasil Konversi Nilai Rerata Skor Aspek Tampilan, Manfaat, Suara dan Narasi, dan Materi Hasil Evaluasi Produk Oleh Ahli Media
- Tabel 22. Data Revisi Berdasarkan Saran Perbaikan Pakar Media
- Tabel 23. Data Revisi Saran Perbaikan dari Penonton
- Tabel 24. Data Hasil Penilaian Kelayakan Oleh 2 Ahli Media
- Tabel 25. Frekuensi Respon Penonton

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Walisongo TV

Gambar 2. Struktur Pengurus Walisongo TV Masa Bakti 2018-2019

Gambar 3. Tahap Pengembangan Model ADDIE

Gambar 4. Distribusi Kurva Normal

Gambar 5. Tampilan Program

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Lampiran 2. Surat Pernyataan Judgement Validasi 1 Instrumen

Lampiran 3. Surat Pernyataan Judgement Validasi 2 Instrumen

Lampiran 4. Kelayakan Ahli Media 1

Lampiran 5. Kelayakan Ahli Media 2

Lampiran 6. Angket Penilaian Penonton

Lampiran 7. *Script* Segmen 1

Lampiran 8. Keterangan Telah Melakukan Penelitian di Walisongo TV

Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan Penelitian (Proses Produksi)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan media yang paling cepat berkembang di era 1980-an. Selama dekade tersebut jumlah televisi maupun penontonnya mengalami peningkatan yang signifikan. Data biro statistik menunjukkan bahwasanya masyarakat Indonesia banyak yang memilih untuk menyaksikan televisi secara rutin dibandingkan dengan membaca koran, majalah atau mendengarkan radio (Mufid, 2005: 55).

Seiring dengan jumlah penonton yang meningkat, stasiun televisi lokal mulai bermunculan di daerah. Program informasi dan hiburan banyak dikembangkan sehingga semangat untuk meningkatkan produksi program siaran televisi yang menarik perhatian masyarakat menjadi sebuah tujuan (Fadhilah, 2016: 86). Salah satu stasiun televisi lokal tersebut adalah Walisongo TV Semarang.

Walisongo TV merupakan stasiun televisi lokal yang didirikan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Sebagai televisi yang berbasis kampus dan masyarakat, Walisongo TV memiliki visi yaitu “Menjadi Televisi Kampus yang Terdepan dalam Dakwah, Edukasi dan Hiburan” (Ulinuha, dkk, 2012: 38). Kemasan acara yang berisi informasi, pendidikan, dan hiburan diproduksi untuk memenuhi kebutuhan warga kampus dan warga sekitar. Program acara tersebut ialah program *talkshow*.

Salah satu program *talkshow* yang diproduksi Walisongo TV adalah program “Sekitar Kita”. Program *talkshow* ini bernuansa dakwah yang hadir dan mengangkat lebih mendalam mengenai problematika yang sedang hangat diperbincangkan di tengah masyarakat serta menghadirkan narasumber yang kompeten di bidangnya. Dalam perkembangannya program *talkshow* ini tidak produksi sebagaimana mestinya. Fatmawati (2009: 184) menuliskan, dengan

adanya program *talkshow* dakwah diharapkan mampu menyumbangkan peran dan ikut serta dalam mencerdaskan bangsa, khususnya pada tayangan yang memuat nilai pendidikan dan agama di era globalisasi ini. Keberadaan tayangan dakwah di media televisi dirasa semakin penting dan diharapkan dapat menjawab serta merespon berbagai persoalan yang timbul di masyarakat, seperti persoalan: teologis, politeisme, okultisme, penyalahgunaan wewenang, korupsi yang semakin meluas, tindakan kriminal, dan lain sebagainya.

Di sisi lain, keberhasilan sebuah program di televisi bergantung pada kemampuan untuk memproduksi program yang memiliki daya tarik audien, penayangan pada waktu yang tepat dilihat audien yang menjadi sasaran, dan membangun sejumlah program individu ke dalam jadwal yang dapat mendorong audien untuk menentukan stasiun dan tetap berada di salurannya dari satu program ke program berikutnya (Morissan: 2008: 361). Selain itu, program *talkshow* yang dikemas dengan suasana santai dan menghibur lebih diminati dan diterima oleh audien (Irawan, 2013: 785). Oleh sebab itu diperlukan jadwal penayangan yang konsisten dari sebuah program.

Penyajian *talkshow* yang dikemas dengan suasana santai dan menghibur berdampak positif terhadap suatu program acara. Ditambah lagi dengan isinya yang informatif, berimbang, memuat isu kekinian (terbaru), tema sesuai kebutuhan audien, serta kemasan yang kreatif (di ruangan *outdoor/ public space*) merupakan tayangan yang ditunggu-tunggu oleh pemirsa. Oleh sebab itu dalam skripsi ini, peneliti ingin mengembangkan kembali program acara *talkshow* “Sekitar Kita” di Walisongo TV sehingga tayangan tersebut layak ditonton oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian dan pengembangan ini ialah, bagaimana kelayakan program *talkshow* “Sekitar Kita” yang dikembangkan dan diterapkan di Walisongo TV?

C. Tujuan Pengembangan

Mengembangkan program *talkshow* “Sekitar Kita” dan mengukur kelayakan program yang dikembangkan serta diterapkan di Walisongo TV.

D. Manfaat Pengembangan

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang produksi program *talkshow* dakwah dalam bentuk video.
- b. Sebagai perbandingan antara teori yang didapat pada bangku kuliah dengan penerapan yang sebenarnya di lapangan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi, referensi, dan komunikasi serta dokumentasi ilmiah dalam bidang studi komunikasi dan dakwah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, sebagai pedoman untuk menerapkan pembuatan produksi program *talkshow* yang bermuatan dakwah.
- b. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan dalam aplikasi ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah serta memotivasi untuk melakukan penelitian berikutnya.
- c. Bagi institusi, menambah ketersediaan sumber referensi khususnya bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

E. Spesifikasi Produk yang Diharapkan

Komponen dalam spesifikasi produk yang diharapkan meliputi: ketentuan performa, ketentuan fabrikasi, standar penerimaan, penguraian dan ketentuan operasi (Sugiyono, 2015: 401).

1. Ketentuan Performa

Pada ketentuan performa perlu mempertimbangkan hal-hal berikut:

a) Pertimbangan kefungsian

Pertimbangan kefungsian digunakan untuk menentukan fungsi dari produk tersebut dirancang. Fungsi yang ada di dalam rancangan

produk harus dapat memecahkan permasalahan yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2015: 402). Pertimbangan fungsi dalam hal ini ialah menambah wawasan dan pengetahuan untuk pemirsa serta tentang produksi program *talkshow* dakwah sehingga dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa untuk menerapkan pembuatan produksi program *talkshow* yang bermuatan dakwah.

b) Pertimbangan penampilan

Penampilan produk yang baik dapat memberikan kesan yang menarik kepada para kostumer (penonton) ketika akan melihat fisik produk secara visual langsung (Sugiyono, 2015: 403). Penampilan produk harus didesain futuristik dan elegan. Ini artinya desain tampilan produk disesuaikan dengan kebutuhan pasar saat ini maupun yang akan datang. Dalam hal ini kemasan *talkshow* dakwah “Sekitar Kita” juga harus dikemas futuristik dan elegan supaya penonton tertarik untuk menyaksikan.

c) Pertimbangan biaya produksi

Pertimbangan biaya merupakan bagian yang perlu diperhatikan ketika membuat sebuah produk (Sugiyono, 2015: 404). Dalam proses produksi program *talkshow* ini maka harus disesuaikan dengan jumlah alat atau kebutuhan yang akan digunakan untuk produksi.

2. Ketentuan Fabrikasi

Pada ketentuan fabrikasi perlu mempertimbangkan hal-hal berikut:

a) Pertimbangan proses

Seorang produser dalam membuat produk perlu mempertimbangkan kemampuan proses pembuatan produk itu sendiri. Pertimbangan proses ini akan menentukan biaya produksi yang akan dikeluarkan dalam menentukan harga suatu produk pada akhirnya.

b) Pertimbangan material

Material yang digunakan dalam membuat produk sangat penting diperhatikan. Hal ini dikarenakan material merupakan bagian yang mendasar dalam menentukan kemampuan proses produksi, kualitas

produk, dan *maintenance* produk. Seperti pertimbangan memilih kamera dan alat-alat lainnya.

c) Pertimbangan tanggal penyerahan

Pertimbangan tanggal penyerahan bertujuan untuk menentukan tanggal yang tepat terkait dengan manajemen waktu proses produksi. Tanggal penyerahan menjadi tanggal batas setiap tahapan pada desain. Dengan adanya tanggal penyerahan, segala proses perencanaan dapat berjalan sesuai jadwal (Sugiyono, 2015: 407).

3. Standar Penerimaan

Pada standar penerimaan perlu mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

a) Pengujian

Pengujian terhadap material atau alat yang digunakan dalam produksi penting untuk diperhatikan demi mencegah terjadinya hal-hal yang dapat mengganggu dan menghambat (Sugiyono, 2015: 407). Pengujian kamera, komputer, tripod, listrik dan lain sebagainya perlu diperhatikan dalam proses produksi.

b) Standar-standar

Penonton yang cerdas akan memperhatikan kualitas dari setiap material dan fungsi kerja dari setiap komponen. Penonton tersebut bisa saja mempertanyakan mengenai standar yang digunakan dalam setiap material dan fungsi setiap komponen.

4. Penguraian

Pada ketentuan penguraian perlu mempertimbangkan hal-hal berikut:

a) Kebijakan perusahaan atau organisasi atau komunitas

Kebijakan komunitas dalam menekan dampak negatif dari penguraian produk dapat memberikan surplus yang tinggi dalam hal pemasaran. Produk yang mampu diuraikan dengan baik dapat membantu perusahaan atau komunitas dalam mempromosikan produk yang akan dipasarkan (Sugiyono, 2015: 409).

b) Bahaya

Potensi-potensi yang dapat menimbulkan bahaya pada produk perlu diperhatikan dengan benar dengan cara diidentifikasi sejak dini sampai dampak yang akan ditimbulkan (Sugiyono, 2015: 409). Dalam hal ini peralatan yang digunakan untuk produksi seperti kamera, tripod, komputer dan lain sebagainya perlu diperhatikan.

5. Ketentuan Operasi

a) Penggunaan

Biaya operasional yang dikeluarkan ketika proses pembuatan menyebabkan perlu diminimalisir dengan tepat. Penekanan ini dapat mencegah terjadinya pembengkakan biaya yang diakibatkan: pengoperasian alat-alat, jumlah kru, konsumsi yang dibutuhkan dan lain-lain. Jika biaya tersebut dapat ditekan, maka efisiensi harga yang akan ditawarkan menjadi rendah namun tetap memperhatikan fungsi dan kegunaan dari setiap komponen yang bekerja (Sugiyono, 2015: 409-410).

b) Keamanan

Potensi-potensi yang dapat menimbulkan bahaya pada produk perlu diidentifikasi sejak dini sehingga kecelakaan kerja dari pemakaian alat tersebut dapat segera dicegah (Sugiyono, 2015: 410). Keamanan produk dapat merujuk pada standar dan peraturan yang telah disepakati oleh perusahaan atau organisasi/komunitas. Salah satu contoh, keamanan kamera jika tiba-tiba hujan saat sedang produksi.

F. Kajian Pustaka

Terkait dengan penelitian terdahulu, peneliti telah melacak beberapa penelitian sebelumnya seperti skripsi, tesis, jurnal, artikel maupun penelitian lainnya tentang pengembangan media dakwah melalui program *talkshow* yang ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti akan menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang ada relevansinya dengan judul di atas, antara lain:

1. Skripsi yang ditulis oleh Dewi Setiawati (2018) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul *Produksi Program Talkshow Ngobrol Bareng Ustadz (Ngobraz) di TVRI Lampung*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dari awal persiapan sebelum produksi dan mengetahui hambatan apa saja yang ditemui dalam proses produksi program acara *talkshow* Ngobrol Bareng Ustadz (Ngobraz). Sedangkan tujuan peneliti adalah mengembangkan program *talkshow* dakwah pada televisi kampus yaitu Walisongo TV. Pada skripsi ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sedangkan peneliti akan menggunakan metode *Research and Development (R&D)* dengan model ADDIE serta analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitiannya yaitu dalam proses produksi tidak jarang terjadi hambatan di dalamnya, seperti di antaranya masalah kedisiplinan maupun gangguan peralatan.
2. Skripsi yang ditulis oleh Zumaro (2017) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul *Format Talkshow Dakwah dalam Program Cerita Hati di Kompas TV pada Bulan April 2016*. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana format *talkshow* dakwah dalam program Cerita Hati di Kompas TV. Tujuan penelitian ini tentu berbeda dengan penelitian penulis karena penelitian penulis bertujuan mengembangkan produk *talkshow* dakwah di televisi kampus yaitu Walisongo TV. Metode penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan penulis akan meneliti menggunakan metode *Research and Development (R&D)* dengan model ADDIE dengan analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa format *talkshow* dakwah yang dipergunakan program Cerita Hati di Kompas TV pada bulan April 2016 yaitu menggunakan format uraian pendek atau pernyataan (*the talk program*), format suara masyarakat, format wawancara (*interview*), format *talkshow* diskusi pada setiap episode dalam lima segmen. Program Cerita Hati yang dikemas dalam bentuk *talkshow* diskusi yaitu program pembicaraan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara

mengemukakan pendapat dan presenter bertindak sebagai moderator yang kadang-kadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan. Jadi, pembicaraan itu tidak hanya dimonopoli oleh satu orang. Hal ini di karenakan mereka dapat memberikan timbal balik terhadap paparan yang disampaikan oleh *da'i* sehingga ada *feedback*. Namun, begitu program Cerita Hati yang disajikan dalam format yang sama dari hari ke hari dapat menimbulkan kejenuhan kepada pemirsa karena dirasa monoton.

3. Skripsi yang ditulis oleh Hartoyo (2016) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul *Analisis Proses Produksi Siaran Talkshow Wak Kaji Show di Simpang 5 TV Pati*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi program acara *talkshow* Wak Kaji Show di Simpang 5 TV Pati. Sedangkan tujuan peneliti adalah mengembangkan program dakwah melalui *talkshow* di Walisongo TV. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode *Research and Development (R&D)* dengan model ADDIE serta analisis kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa proses produksi yang dilakukan Simpang 5 TV Pati sudah menggunakan *Standard Operational Procedure (SOP)* yang jelas sehingga bisa dijadikan pedoman. Tahapan produksi yang dilakukan oleh kerabat kerja Wak Kaji Show di Simpang 5 TV Pati adalah meliputi pra produksi (penemuan ide, perencanaan, dan dilanjutkan dengan *set up rehearsal*). Pada tahap produksi, kru Wak Kaji Show selalu melakukan pengecekan ulang peralatan yang sudah disiapkan dan kerabat kerja sudah berada pada posisi masing-masing. Meskipun begitu, terkadang *job description* juga ada yang tidak sesuai bahkan sering kali ada yang merangkap dalam tugasnya. Dan terakhir, pasca produksi dilakukan *editing off line, editing on line* dan *mixing* mengingat acara ini dilakukan secara *taping* (rekaman).
4. Jurnal yang ditulis oleh Nur Cahyo Hendro Wibowo (2017) dosen Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul *Pengembangan Manajemen Penyiaran Walisongo TV*. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan manajemen siaran Walisongo TV agar program-program yang disajikan

dikelola dengan baik, dan dengan melakukan manajemen penjadwalan waktu siaran diharapkan program-program yang akan ditayangkan dapat diantisipasi sedini mungkin. Sedangkan penulis meneliti mengenai pengembangan dakwah melalui *talkshow* dakwah di Walisongo TV. Pada penelitian ini terdapat kesamaan, yaitu pada metode penelitian yang digunakan yaitu *Research and Development (R&D)*, akan tetapi peneliti menggunakan model ADDIE dengan analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitiannya yaitu dalam mengembangkan program siaran Walisongo TV perlu perencanaan dengan matang agar memiliki kualitas daya tarik pemirsa untuk menikmatinya. Manajemen modern siaran televisi merupakan kebutuhan mutlak, karena semua aktivitas dalam mempersiapkan dan memproduksi siaran tidak bisa lepas dari teknologi komputer. Sistem informasi manajemen Walisongo TV berupa website merupakan kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan karena merupakan bagian dari pengembangan stasiun televisi, sehingga informasi tentang Walisongo TV dan program siaran dapat cepat sampai ke masyarakat luas.

5. Jurnal yang ditulis oleh Syahir Badruddin (2017) Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul *Strategi Komunikasi Dakwah Televisi Komunitas An-Nur Masjid Agung Palembang*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan TV komunitas Masjid Agung An-Nur Palembang serta untuk mengetahui program dakwah apa saja yang ada di TV komunitas Masjid Agung An-Nur Palembang. Sedangkan tujuan penelitian ialah mengembangkan program *talkshow* dakwah melalui TV kampus yaitu Walisongo TV. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah metode *Research and Development (R&D)* dengan model pengembangan ADDIE dan analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitiannya ialah televisi komunitas Masjid Agung Palembang TV An-Nur sudah menjalankan strategi untuk mempertahankan eksistensinya yaitu dengan melakukan perumusan strategi TV An-Nur Palembang membuat rancangan rapat kerja satu tahun pada rapat umum yang

membahas mengenai tata keuangan, target pemasaran, dan juga program kerja. Kemudian mempersiapkan dan melakukan suatu program baik itu *on air* maupun *off air*, seperti program Dakwah Akbar, Uswatun Hasanah, Keliling Masjid, Film Kartun Islami, Senandung Musik Islami.

G. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan pengembangan, manfaat pengembangan, kajian pustaka, sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori berisi tentang pengembangan dakwah, produksi program televisi dan *talkshow*.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian berisi profil Walisongo TV dan program dakwah.

Bab IV Metode Pengembangan berisi model pengembangan, prosedur pengembangan, uji coba produk, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab V Hasil Pengembangan berisi penyajian data uji coba, analisis data, dan revisi produk.

Bab VI Penutup berisi kajian produk yang telah direvisi, saran pemanfaatan produk, diseminasi produk, dan pengembangan penelitian lanjutan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian tentang Pengembangan Dakwah

1. Pengertian Pengembangan

Pengembangan dalam kamus bahasa Indonesia secara etimologi berarti proses atau cara, perbuatan mengembangkan (Tim Penyusun KBBI, 2007: 538). Secara istilah, kata pengembangan menunjukkan pada suatu kegiatan menghasilkan suatu alat atau cara yang baru, dimana selama kegiatan tersebut penilaian dan penyempurnaan terhadap alat atau cara tersebut terus dilakukan (Sutopo, 1993: 45).

Pengembangan diartikan suatu proses atau langkah-langkah untuk menghasilkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada yang dapat dipertanggungjawabkan (Endang, 2008: 154). Produk tersebut tidak selalu berbentuk benda atau perangkat keras, seperti buku, modul alat bantu di kelas, tetapi bisa juga perangkat lunak, seperti program komputer untuk pengolahan data, pembelajaran di kelas, di perpustakaan, atau model-model pendidikan, pembelajaran, pelatihan, evaluasi, dan lain-lainnya (Sukmadinata, 2008: 164).

Majid (2005: 24) juga menuliskan bahwasanya pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan pelatihan.

Alim Sumarno (2012: 2) berpendapat, pengembangan berarti proses menjabarkan spesifikasi rancangan ke dalam bentuk fitur fisik. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

Menurut Sugiyono (2011: 407) pengembangan ialah metode yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut.

2. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amr ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzoh hasanah*, *tabsyir*, *indzar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah* (Munir, 2006: 17).

Dalam redaksi yang berbeda, dakwah menurut Muhammad Nasir sebagaimana dikutip oleh M. Abzar D adalah usaha menyampaikan dan menyerukan kepada perorangan manusia dan seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar* dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, berumah tangga, bermasyarakat, dan bernegara (Abzar, 2015: 40).

S.M Nasaruddin Lathif menyatakan sebagaimana dikutip oleh Rosidah (2015: 161) bahwa dakwah ialah usaha atau aktifitas dengan lisan, tulisan atau yang lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah sesuai dengan garis-garis akidah syariah serta akhlak islamiyah atau juga diartikan sebagai ajakan untuk mengikuti ajaran dan nilai-nilai Islam.

Dakwah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dari berbuat mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat (Armawati, 2003: 33). Dalam aktivitas mengajak kepada jalan Islam, Al-Qur'an memberikan gambaran yang jelas seperti tertera dalam surat Fushilat ayat 33: "*siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah,*

mengerjakan amal shaleh dan berkata: Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri”.

Dari ayat ini ada dua pendekatan yang dapat digunakan dalam menjalankan aktivitas dakwah, yakni dakwah *bil qaul* dan dakwah *bil amal*. Dakwah *bil qaul* dapat dilakukan secara individual, kelompok atau massa. Inilah yang kemudian menjadi kajian utama dalam Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Sementara dakwah *bil amal* merupakan aktivitas dakwah yang dilakukan dengan cara rekayasa sosial (Basit, 2006: 27-28).

Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'i* (subjek), *maddah* (materi), *thariqah* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat (Saputra, 2012: 2-3).

Dakwah secara esensial bukan hanya berarti usaha mengajak *mad'u* untuk beriman dan beribadah kepada Allah, tetapi juga bermakna menyadarkan manusia terhadap realitas hidup yang harus mereka hadapi dengan berdasarkan petunjuk Allah dan RasulNya. Jadi, dakwah dipahami sebagai seruan, ajakan dan panggilan dalam rangka membangun masyarakat islami berdasarkan kebenaran ajaran Islam yang hakiki (Supena: 2007: 106).

Amrullah Ahmad pernah mengemukakan sebagaimana dikutip oleh Supena (2017: 106) bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia supaya masuk ke dalam jalan Allah (sistem dakwah) secara menyeluruh baik dengan lisan dan tulisan maupun dengan perbuatan dalam rangka mewujudkan ajaran Islam menjadi kenyataan dalam kehidupan *syahsiyyah*, *usrah jamaah* dan *ummah* dalam semua segi kehidupan sehingga terwujud kualitas *khairul ummah*.

3. Pengertian Pengembangan Dakwah

Pengembangan dakwah memiliki arti proses, cara, perbuatan mengembangkan kegiatan penyiaran (dakwah) atau mengajak masyarakat (*mad'u*) untuk melaksanakan ajaran Islam sesuai tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah (Cikka, 2017: 84).

Sebagai suatu ilmu sosial, pengembangan dakwah mutlak diperlukan, hal ini dimaksudkan agar dakwah sebagai ilmu memiliki tingkat generalisasi lebih luas, intepretasi kaya, dan kesimpulan yang semakin kuat (Hasanah, 2016: 140). Arah pengembangan dakwah Islam secara teoritis meliputi tiga bahasan utama yaitu sosiologi, psikologi, dan komunikasi. Arah pengembangan dakwah dalam *term* komunikasi didasarkan pada hakikat dakwah sebagai proses penyampaian pesan dakwah yang harus dikemas secara sistematis baik melibatkan sistem dasar komunikasi ataupun dengan melibatkan teknologi informasi dan komunikasi. Peran komunikasi dalam dakwah sangat bergantung pada kehidupan sosial manusia berupa fungsi sosial manusia yaitu komunikasi sosial, kontrol sosial, dan kerjasama sosial (Hasanah, 2016: 141).

Belakangan ini, pengembangan dakwah Islam banyak dikemas melalui media seperti televisi, youtube, facebook, instagram dan media sosial lainnya. Hal ini diyakini membawa pengaruh terhadap kemajuan Islam. Sebaliknya, jika aktivitas dakwah ini lemah maka akan berdampak pada kemunduran Islam. Syobah (2013: 156) mengungkapkan berdakwah melalui media hiburan ini adalah merupakan tugas yang mulia dengan harapan mereka para pelaku media hiburan dapat memperjuangkan kebenaran dengan menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* dalam skala luas melalui media tanpa membiaskan makna dakwah tersebut.

Dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 menerangkan:

سَبِيلَ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَحَادِثُهُمْ بِالنِّبَاتِ الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Al-Qur'an dan Terjemah Departemen Agama RI, 2005: 281).

Dalam sebuah hadis juga disebutkan:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعِزِّزْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ
 أَضْعَفُ الْإِيمَانِ (صحيح مسلم)

“Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka cegahlah dengan tangannya, apabila belum bisa, maka cegahlah dengan lisannya, apabila belum bisa, cegahlah dengan hatinya, dan mencegah kemungkaran dengan hati ialah lemah-lemah iman” (HR. Sahih Muslim) (Jufri, 2016: 52).

Dakwah (menyeru) yang dulunya dilaksanakan dalam sebuah majlis taklim di sebuah surau, masjid, atau mushola berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat, semakin berkembangnya teknologi informasi, memungkinkan seorang *da'i* (*mubaligh*) untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal lain dan bisa dilakukan melalui televisi maupun media sosial lainnya. Ahmad (2014: 326) mengatakan dakwah sekarang bisa dilakukan melalui media massa dan diterima oleh banyak orang, karena sifatnya massal maka penerima pesan dakwah tidak hanya di kalangan tertentu saja. Kalangan yang dijangkau bisa luas begitu pula dampak yang ditimbulkannya.

Televisi pada pokoknya mempunyai tiga fungsi, yakni penerangan (informasi), pendidikan, dan hiburan. Fungsi penerangan

(*the information function*) adalah fungsi televisi dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang memuaskan, hal ini karena dua faktor yang terdapat pada media audio visual tersebut: faktor *immediacy* (langsung dan dekat), dan faktor *realism* (kenyataan). Fungsi pendidikan (*the educational function*) ialah televisi mampu untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak sesuai dengan makna pendidikan yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Fungsi hiburan (*the entertainment function*) ialah televisi mampu memberikan suguhan hiburan kepada khalayak dan sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran televisi di Indonesia diisi oleh acara-acara hiburan (Fatimah, 2009: 187).

Tiga fungsi utama televisi tersebut perlu dicermati oleh kaum akademisi maupun masyarakat agar program tersebut proporsional dalam program siarannya. Tayangan-tayangan dakwah khususnya perlu dikemas secara menarik, solutif dan komunikatif supaya mempengaruhi umat ke arah nilai-nilai islami.

B. Produksi Program Televisi

Televisi merupakan media massa elektronik yang memiliki kekuatan dari segi audiovisualnya yang berbeda dengan media lainnya dan dengan mudah menyentuh kehidupan masyarakat serta dapat menjangkau wilayah dan jumlah pemirsa yang tidak terbatas. Peranan televisi yang luar biasa dapat membentuk pola pikir masyarakat, pengembangan wawasan, termasuk pendapat umum untuk menyukai program televisi yang meskipun memerlukan biaya proses produksi yang tinggi.

a. Pelaksanaan produksi

Pelaksanaan produksi atau proses *shooting* merupakan salah satu bagian terpenting dalam produksi suatu program. Karena di dalam proses *shooting* ini adalah bagian dimana semua kru mencoba merealisasikan seluruh ide yang telah dikonsepsikan dengan cara

semaksimal mungkin untuk menghasilkan *output* yang optimal (Robin, 2014: 130).

Sebuah program acara berawal dari sebuah ide atau gagasan baik perseorangan maupun kelompok, kemudian diteruskan dengan proses tukar pikiran. Morissan (2008: 306) menyebutkan, ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Terkadang ide atau gagasan untuk membuat program dapat berasal dari media massa, misalnya dari siaran radio, surat kabar, dan lain sebagainya.

Produksi program televisi merupakan pengambilan gambar dari setiap *scene* yang telah dituangkan ke dalam *shooting script* berdasarkan naskah yang ditulis. Peran sutradara dan semua kru sangat menunjang dalam penyelesaian suatu produksi siaran (Fazil, dkk, 2017: 2).

Darwanto dalam bukunya “Televisi sebagai Media Pendidikan” sebagaimana dikutip oleh Erysyad (2016: 12) mengemukakan bahwa prosedur kerja dalam pembuatan acara televisi terdiri atas empat tahapan kerja. Pertama, *Pre Production Planning*. Kedua, *Set Up and Rehearsal*. Ketiga, *Production*. Dan keempat, *Post Production*. Adapun penjelasan tahapan tersebut ialah:

1) *Pre production planning*

Pada tahap ini merupakan proses awal dalam keseluruhan produksi, termasuk program *talkshow*, karena itu tahapan ini merupakan *pre production planning*. Berawal dari munculnya ide atau gagasan, produser mulai melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk bahan pengembangan ide atau gagasan (Erysyad, 2016: 12).

Selanjutnya produser menyelenggarakan *planning meeting* bersama tujuh anggota inti yang terdiri dari : pengarah acara, penulis naskah, pengarah teknik, rekayasa dekorasi, teknik audio, penata cahaya, kameramen. Hasil dari *planning meeting* ini berupa

naskah serta proposal, selanjutnya diserahkan kepada semua anggota inti tersebut, dimana semua anggota inti pada tahapan berikutnya mulai merencanakan tugas sesuai tugas dan tanggung jawabnya (Ersyad, 2016: 12).

2) *Set up and rehearsal*

Pengarah acara setelah mendapatkan berbagai informasi dari produser, segera mempelajari proposal yang diterimanya, khususnya mulai mempelajari naskah serta berbagai elemen visual yang sekiranya diperlukan. Acara tersebut bisa *indoor* maupun *outdoor* dengan mempersiapkan peralatan seperti merencanakan denah dekorasi, kamera, *setting* lampu, dan tata suara. Setelah rencana denah disetujui tentu akan segera ditindaklanjuti untuk direalisasikan (Ersyad, 2016: 13).

Rehearsal, latihan diperlukan bukan saja untuk kepentingan artis dan *performer*, melainkan juga untuk kru. Latihan dipimpin oleh pengarah acara, dan selama latihan pengarah acara akan memberikan pengarahan hal-hal yang berhubungan dengan cara membawakan acara, membawakan peran, teknik *blocking*, demikian pula akan menginformasikan tata dekorasi yang akan digunakan (Ersyad, 2016: 13).

3) *Production*

Pada tahapan ketiga ini merupakan tahapan pengambilan gambar (proses *shooting*) dan bisa dilakukan di dalam studio maupun luar studio. Pengarah acara akan bertugas sebagai penanggung jawab pelaksanaannya disamping sebagai koordinator pelaksanaan (Ersyad, 2016: 13).

4) *Post production*

Tahap ini merupakan penyelesaian akhir atau penyempurnaan dari suatu produksi. Tahap penyelesaian ini meliputi, melaksanakan editing baik video maupun audio, pengisian

grafis pemangku gelar, pengisian narasi, pembuatan efek khusus, melakukan evaluasi hasil akhir dari produksi (Ersyad, 2016: 14).

C. *Talkshow*

Semakin berkembangnya acara televisi, semakin banyak ide baru yang ditemukan untuk membuat tayangan televisi menjadi lebih menarik. Ragam kemasan informasi dan hiburan dibuat sedemikian rupa agar stasiun televisi tersebut selalu berada di *rating* tertinggi dan tidak ditinggalkan oleh pemirsanya. Salah satu program acara di televisi ialah program *talkshow*. Achlina (2011: 171) dalam kamus istilah pertelevisian mengungkapkan *talkshow* adalah pertunjukan siaran dalam format wawancara yang mengikat perhatian sekaligus menghibur pemirsa.

Menurut Morissan (2008: 28) program *talkshow* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara. Mereka yang diundang ialah orang-orang yang berpengalaman dengan peristiwa atau topik tertentu yang sedang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam bidang tertentu.

Istilah *talkshow* adalah aksan dari bahasa Inggris di Amerika. Di Inggris istilah *talkshow* biasanya disebut *chat show*. *Talkshow* adalah suatu acara bincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi, diskusi dengan tema-tema tertentu dan biasanya diselingi beberapa isian menarik seperti: musik, lawakan, kuis, dan lain-lain (Aulia, dkk, 2016: 6-7).

Freed Wibowo (2007: 8) berpendapat bahwasanya *talkshow* ialah program pembicaraan dua orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini masing-masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan pendapat dan presenter bertindak sebagai moderator kadang-kadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan.

Menurut Timberg (2002: 2) sebagaimana dikutip oleh Winny Gunarti, dkk, (2013: 370) program *talkshow* sebagai sebuah tontonan

percakapan tentang sesuatu yang normal, yang tampaknya terlihat spontan, namun sebenarnya secara serius direncanakan dan terstruktur secara format dan praktik atau dengan kata lain, program *talkshow* adalah salah satu produk tontonan yang dapat dikonstruksi oleh media untuk memenuhi kebutuhan penontonnya.

Program *talkshow* pada survei periode kedua tahun 2017, memperoleh indeks kualitas sebesar 3.04. Indeks ini sudah mencapai standar indeks program berkualitas yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) (www.kpi.go.id diakses 9 April 2019 Pukul 15.00 WIB).

Dalam buku *Broadcasting to be Bradcaster* juga dijelaskan, *talkshow* adalah acara program interaktif atau dialog dimana *broadcasting* televisi menghadirkan seorang tokoh masyarakat, di bidang politik, kesehatan, ekonomi, psikologi yang berkaitan dengan tema acara yang akan disajikan pada *talkshow* tersebut (Arifin, 2010: 64).

Program *talkshow* pada awalnya menggunakan format standar, seorang host dengan satu atau lebih narasumber. Lalu muncul format *talkshow* yang menggunakan unsur kontroversial seperti perdebatan politik. Penonton mulai tertarik melihat sesuatu yang panas untuk diperdebatkan. Bahkan *talkshow* jenis ini sering menampilkan adegan saling hina dan caci, tetapi justru membuat acara mendapatkan *rating* tinggi (Sony Set, 2008: 25).

Seiring berkembangnya program acara *talkshow*, saat ini berkembang program *talkshow* bermuatan dakwah yang memberikan inspirasi dengan mengangkat tema-tema kekinian dan biasanya tayang pada pagi hari. Sasaran penonton penayangan di pagi hari karena orang-orang atau pemirsa akan menonton televisi sebelum memulai aktivitas, dan kelebihanannya saat ini tayangan yang tadinya hanya bisa disaksikan pada pagi hari, ketika sudah diunggah ke youtube, maka tayangan tersebut bisa ditonton kapanpun dan dimanapun asalkan terkoneksi dengan internet.

Talkshow menjadi bagian dari keterampilan pemandu acara dalam mewawancarai narasumber terhadap suatu permasalahan aktual atau

sedang menjadi sorotan, interaktif dengan narasumber dengan seimbang dan menghasilkan kesimpulan terbuka (Juniawati, 2015: 55).

Selain topik yang pas dan bintang tamu yang ditunggu penonton, modal utama kesuksesan sebuah program *talkshow* dalam memikat penonton tentu saja pembawa acara atau presenter program perbincangan tersebut. Sebagai pengatur lalu lintas jalannya perbincangan, tentu seorang pembawa acara program *talkshow* harus punya bekal yang cukup untuk memandu program tersebut. Menurut Wibowo (2007) sebagaimana dikutip oleh Irawan (2013: 783), seorang pembawa acara program *talkshow* adalah seorang yang cerdas, karena programnya melibatkan narasumber yang mungkin saling bertentangan, serta penonton yang terkadang terlibat juga dalam program ini. Ia menambahkan bahwa seorang pembawa acara *talkshow* yang baik adalah yang mampu melontarkan pertanyaan-pertanyaan cerdas diselingi dengan humor, mampu mengorek keterangan dari narasumber tanpa menyinggung perasaan, dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan sesuai dengan topik permasalahan yang dibahas.

BAB III

GAMBARAN UMUM SUBYEK PENELITIAN

A. Profil Walisongo TV

1. Profil Walisongo TV

Tempat penelitian dalam pengembangan ini ialah di Walisongo TV Semarang yang beralamat di Jalan Prof. Hamka KM 2, Ngaliyan, Semarang, Jawa Tengah (Gedung Laboratorium Dakwah Lantai II Kampus III Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang). Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juni 2019 dengan subjek penelitian dua ahli media dan 50 pemirsa Walisongo TV Semarang.



Gambar 1. Logo Walisongo TV Semarang

Walisongo Televisi (WTV) merupakan stasiun televisi komunitas yang didirikan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang pada tahun 2012 (Kholiq, 2012: 1). Maksud dan tujuan didirikannya Walisongo TV diantaranya adalah:

- a. Menghimpun komunitas pemirsa Walisongo TV yang berada di sekitar Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
- b. Menyelenggarakan kegiatan penyiaran televisi komunitas, memberikan pelayanan informasi akademik, informasi tentang

agama Islam, ilmu pengetahuan dan teknologi serta informasi layanan sosial kemasyarakatan melalui penyiaran

- c. Mengembangkan ilmu dan pemikiran serta penelitian di bidang penyiaran (Ulinuha, dkk, 2012: 38).

Televisi komunitas Walisongo juga memiliki visi pendirian. Visi merupakan cara pandang tentang sesuatu hal, yaitu sesuatu yang dilihat dan dihayati serta hendak dicapai kemudian ditindaklanjuti melalui misi dengan rumusan yang jelas dan bermakna. Visi dari Walisongo TV ialah “Menjadi Televisi Kampus yang Terdepan dalam Dakwah, Edukasi dan Hiburan” (Ulinuha, dkk, 2012: 38).

Berdasarkan visi di atas, Walisongo TV merumuskan misi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan televisi komunitas dakwah pertama di Jawa Tengah
- b. Menyelenggarakan dan memproduksi siaran bernuansa dakwah bagi warga komunitas
- c. Menyediakan sarana pembelajaran bagi mahasiswa mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
- d. Memproduksi dan menyediakan program-program yang memberi pencerahan bagi anggota komunitas Walisongo TV
- e. Mengembangkan potensi sumber daya manusia anggota perkumpulan melalui pendidikan formal, pendidikan non-formal dan pelatihan-pelatihan dalam rangka pencapaian kesejahteraan
- f. Membangun kepedulian dan kesadaran akan nilai-nilai moralitas keagamaan, kepedulian sosial melalui pencerahan kebangsaan dan keagamaan (Ulinuha, dkk, 2012: 39).

Adapun badan pendiri lembaga penyiaran komunitas Walisongo TV ialah sebagai berikut:

Ketua : Dr. Muhammad Sulthon, M.Ag

Anggota :

1. Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag
2. Drs. H. Nurbini, M.S.I
3. Hj. Widayat Mintarsih, M.Pd
4. Ahmad Faqih, M.S.I
5. Nilnan Ni'mah, M.S.I
6. Ema Hidayanti, M.S.I

Adapun Badan Pengurus Komunitas Walisongo TV ialah sebagai berikut:

Ketua : Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag

Wakil Ketua : Saerozi, M.Pd

Sekretaris : Nilnan Ni'mah, M.S.I

Wakil Sekretaris : Bahruddin Darmawan, S.Sos.I

Bendahara : Masy Ari Ulinuha, M.T

Adapun struktur organisasi Walisongo TV periode 2018/2019 ialah sebagai berikut:

Ketua Umum : Nur Alif Ma'luf

Sekretaris : Zulfa Kintan P – Fatih Fahlevi

Bendahara : Siti Mutmainnatun – Na'rul Kusumadewi

Pimpinan Program : Fatur Rohman

Film : Syalma A (Produser) – Rino P (Ast. Produser)

Sekitar Kita : Nisvia Okta (Produser) – Fani A (Ast. Produser)

Gues Mahasiswa : Ifta A (Produser) – St. Ulatul (Ast. Produser)

Kepo : Ari Susanti (Produser) – Ahmad R (Ast. Produser)

Walisongo News : Yuni K (Produser) – Nabila N (Ast. Produser)

Destinasi Wisata : Ibnu Alwi (Produser) – Ahna' A (Ast. Produser)

Pimpinan PH (*Production House*) : Hans Kusuma

Penanggung Jawab External-Internal : Aditya Mahendra – Lailah Fitriyani

Penanggung Jawab Alat dan Studio : Bibit Dilli – Iis Istiqomah – Latifah

Penanggung Jawab Publishing : Kreshna B – Dianah Muna – Aviva Y.



Gambar 2. Struktur Pengurus Walisongo TV Masa Bakti 2018-2019.

B. Program Dakwah

Dalam era modern ini, perkembangan di bidang teknologi informasi sedemikian pesatnya sehingga kalau digambarkan secara grafis, kemajuan yang terjadi dan terlihat secara eksponensial dan tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi (Bungin, 2008: 143). Sangat disayangkan manakala kemajuan teknologi informasi ini tidak dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah. Apalagi dalam realitasnya, masyarakat telah memiliki peralatan teknologi informasi baik berupa radio, komputer, *handphone* dan televisi.

Salah satu contoh peralatan teknologi informasi yang digunakan di masyarakat Indonesia ialah televisi. Kehadiran televisi bagi masyarakat industri bagaikan “agama baru”. Betapa tidak, televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khotbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang besar dari jamaah agama apapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi (Basit, 2013: 90). Oleh sebab itu, televisi dengan program dakwahnya diharapkan mampu memberikan pengaruh yang positif bagi penontonnya.

Program dakwah di televisi perlu dikemas secara menarik, progresif, dan penuh inovasi. Stasiun televisi dan da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat (Basit, 2013: 78). Jangan sampai program dakwah pada televisi menjadi beban masyarakat dan bahkan bisa berpotensi memecah belah masyarakat. Program dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Televisi mempunyai daya tarik yang kuat, jika radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan kata-kata, musik dan *sound effect*, maka televisi selain ketiga unsur tersebut juga memiliki unsur visual berupa gambar. Gambar ini juga bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam bagi yang menonton. Selain itu, televisi juga dapat dinikmati di rumah dengan aman dan

nyaman dan dapat menghadirkan program menarik lainnya (Effendy, 2003: 177).

Dengan kecanggihan dan dampak televisi pada setiap orang yang menontonnya, tidak hanya televisi nasional yang memproduksi program dakwah, televisi lokal seperti Walisongo TV Semarang juga memproduksi *talkshow* dakwah dengan nama “Sekitar Kita”. Dengan tagline “Sekitar Kita” Inspirasi Mahasiswa, program ini diharapkan mampu memberi pengaruh positif bagi warga penontonnya, terkhusus keluarga Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Program dakwah “Sekitar Kita” yang diproduksi oleh Walisongo TV Semarang ini pada awalnya diproduksi pada periode kepemimpinan M. Subekhi pada saat menjabat sebagai Direktur Walisongo TV Periode 2015/2016 (Wawancara dengan M. Subekhi 15 Januari 2019 Pukul 16.00 WIB). Pada awalnya nama program ini ialah “Inspirasi Mahasiswa”, kemudian 2016 melalui musyawarah berganti nama menjadi “Sekitar Kita” dan dengan *tagline* “Inspirasi Mahasiswa”.

BAB IV

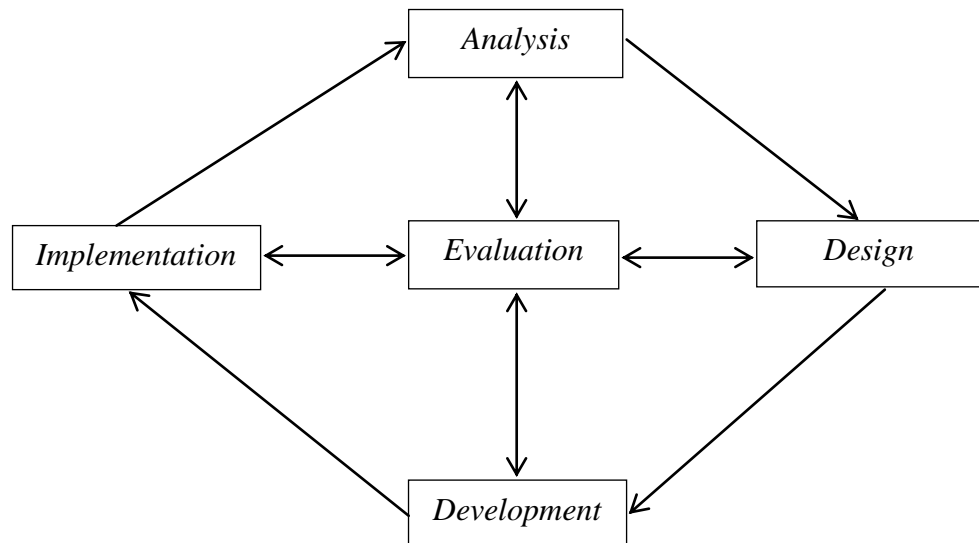
METODE PENGEMBANGAN

A. Model Pengembangan

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dan pengembangan (*research and development*). Model pengembangan yang digunakan pada penelitian dan pengembangan ini adalah model ADDIE. Mulyatiningsih (2016: 1) menuliskan bahwasanya model ADDIE merupakan singkatan dari *Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation* dan dikembangkan oleh tokoh yaitu Dick and Carry.

Model pengembangan ini bertujuan untuk menghasilkan produk dan menguji kelayakan produk tersebut. Produk yang dikembangkan adalah program *talkshow* dakwah “Sekitar Kita” yang ada di Walisongo TV.

Model ADDIE terdiri dari lima tahapan yaitu: tahap analisis (*analysis*), tahap rancangan (*design*), tahap pengembangan (*development*), tahap implementasi (*implementation*), dan tahap evaluasi (*evaluation*) (Budiarta, 2014: 4). Kelima tahap prosedur pengembangan tersebut dapat dilihat pada bagan berikut:



Gambar 3. *An ISD Model Featuring The ADDIE Processes* (Michael Molenda, 2015: 41).

B. Prosedur Pengembangan

Sesuai dengan model pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation*), tahap-tahapan pengembangan dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Tahap analisis (*analysis*)

Tahap analisis (*analysis*) meliputi kegiatan sebagai berikut: melakukan analisis program yang telah diproduksi sebelumnya dan analisis proses pra produksi.

b) Tahap perancangan (*design*)

Tahap perancangan (*design*) dilakukan dengan kerangka acuan sebagai berikut: menentukan *design* produk yang akan dirancang, menentukan sarana dan prasarana penelitian yang dibutuhkan selama proses penelitian dan perancangan, membuat *breakdown script*, mencari narasumber, mempersiapkan alat-alat.

c) Tahap pengembangan (*development*)

Tahap pengembangan (*development*) meliputi kegiatan pembuatan program *talkshow* dakwah yang sudah direncanakan, pengumpulan bahan atau materi produksi *talkshow* dakwah, pembuatan gambar-gambar ilustrasi, grafik, bagan yang dibutuhkan serta editing. Kemudian dilakukan tahap validasi ahli (ahli media) dan audien yang berguna untuk mengetahui kelayakan media yang dikembangkan dan mendapatkan saran perbaikan produk.

d) Tahap implementasi (*implementation*)

Tahap implementasi (*implementation*) pada penelitian dan pengembangan ini ialah hasil pengembangan diterapkan dalam produksi kembali.

e) Tahap evaluasi (*evaluation*)

Tahap evaluasi (*evaluation*) adalah melakukan evaluasi formatif. Putra (2014: 4) menuliskan, evaluasi formatif dilakukan untuk mengumpulkan data pada setiap tahapan yang digunakan untuk penyempurnaan produk. Evaluasi dilakukan untuk pengembangan produk berikutnya.

C. Uji Coba Produk

Program yang sudah diproduksi kemudian di uji coba (eksperimen) untuk mendapatkan informasi apakah produk tersebut lebih efektif dan efisien dibandingkan produk yang sudah ada sebelumnya.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dan pengembangan ini ialah dengan observasi, angket (kuesioner) dan wawancara.

1. Observasi ialah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2013: 30). Observasi dilakukan di studio

Walisongo TV beserta mendata alat-alat yang masih bisa digunakan untuk produksi program.

2. Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015: 216). Kuesioner juga dikenal dengan sebutan angket. Kuesioner adalah sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh orang yang akan diketahui tentang keadaan atau data diri, pengalaman, pengetahuan sikap atau pendapatnya, dan lain-lain. Dilihat dari segi menjawab kuesioner, ada tiga macam kuesioner, yaitu kuesioner tertutup, kuesioner terbuka dan daftar cocok. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dimana kuesioner disusun menggunakan jawaban lengkap sehingga pengisi hanya memberi tanda pada jawaban yang dipilih (Arikunto, 2006: 151). Sementara pada akhir riset digunakan angket untuk memperoleh tanggapan dari ahli media dan penonton terhadap pengembangan program yang dikembangkan oleh peneliti.

3. Wawancara

Menurut Riduwan (2013: 30) wawancara adalah suatu pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa tahap pengumpulan data yang ditunjukkan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Tahapan Pengumpulan Data

No	Kegiatan	Teknik Pengumpulan Data	Responden
1	Penelitian awal	1. Observasi kegiatan produksi program dakwah di Walisongo TV 2. Wawancara dengan yang bersangkutan	Produser Program “Sekitar Kita” Walisongo TV
2	Validasi Ahli	Angket kelayakan media (untuk mengetahui kelayakan program) menurut ahli media	2 ahli media
3	Validasi Audien	Angket respon penilaian audien	Pemirsa/penonton Walisongo TV berjumlah 50

a. Instrumen Penelitian

Sugiyono (2015: 156) menjelaskan, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa angket. Angket digunakan untuk mendapatkan kelayakan program dari ahli media dan respon penilaian penonton. Instrumen angket disusun menggunakan skala *Likert* empat jawaban dan dibuat dalam bentuk *checklist*. Berikut pembobotan skor dari

instrumen kelayakan program oleh ahli media yang menggunakan Skala Likert empat jawaban:

Tabel 2. Pembobotan Skor Instrumen Kelayakan Program oleh Ahli Media Menggunakan Skala Likert

Pernyataan	
Jawaban	Skor
Sangat Baik/Sangat Layak	4
Baik/Layak	3
Cukup Baik/Cukup Layak	2
Kurang Baik/ Kurang Layak	1

Kisi-kisi instrumen kelayakan program oleh ahli media yang diadaptasi dari instrumen skripsi tentang pengembangan video oleh Agnes Fahriana dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Kelayakan Program Ditinjau Oleh Pendapat Ahli Media

No	Aspek	Indikator	Butir
1.	Tampilan	Kejelasan gambar	1
		Durasi video	2
		Kejelasan video	3
		Ketepatan tata letak	4
		Komposisi warna	5
		Ukuran huruf	6
		Bentuk atau jenis huruf	7
		Pemilihan <i>background</i>	8
		Keterbacaan teks	9
		Grafik atau <i>caption</i>	10
2.	Manfaat	Mempermudah pemahaman bagi penonton	11
		Memperjelas penyampaian materi	12

		Membangkitakan motivasi penonton	13
		Tayangan lebih menarik	14
3.	Efek suara dan narasi	Ilustrasi musik	15
		Volume suara	16
		Intonasi	17
		Efek suara pendukung program	18
4.	Materi	Kesesuaian dengan materi	19
		Kesesuaian dengan kebutuhan pemirsa	20
		Kebenaran substansi materi	21
		Manfaat untuk menambah wawasan	22

Angket respon penilaian penonton terhadap tayangan program *talkshow* dakwah “Sekitar Kita” di Walisongo TV berisikan kesesuaian tayangan program yang dilihat dari aspek tampilan dan manfaat. Kisi-kisi instrumen untuk penonton (audien) dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Untuk Penonton

No	Aspek	Indikator	Butir
1.	Tampilan	Kejelasan jenis <i>font</i>	8
		Kejelasan ukuran <i>font</i>	9
		Perpaduan warna pada tayangan	10
		Kesesuaian warna teks dengan background	11
		Kejelasan gambar	12
		Konsistensi tata letak tampilan	13
		Kemenarikan tayangan	14
		Grafik atau <i>caption</i>	15

		Kejelasan suara	16
		Durasi video	17
2.	Materi	Materi dalam tayangan sudah sesuai dengan ajaran agama Islam	1
		Materi dalam tayangan mudah dipahami	2
		Video di dalam tayangan ini dapat membantu pemirsa dalam memahami materi	3
		Membangkitkan motivasi penonton	4
		Manfaat untuk menambah wawasan	5
		Materi dakwah lebih menarik	6
		Informasi yang disampaikan lengkap	7

b. Validitas Instrumen

Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan bisa menampilkan apa yang harus dilakukan. Pengujian validitas dilakukan dengan validitas konstruk dan isi sesuai dengan pendapat dari ahli (*experts judgement*). Instrumen yang mempunyai validitas konstruk, jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur gejala sesuai dengan yang didefinisikan (Sugiyono, 2015: 180). Kemudian para ahli dimintai pendapat tentang instrumen yang telah disusun tersebut. Selanjutnya para ahli akan memberi keputusan instrumen dapat digunakan tanpa perbaikan, dengan perbaikan atau diganti seluruhnya. Pada validasi konstruk ini instrumen penelitian menggunakan dua dosen ahli dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang. Berikut penjelasan dari validitas konstruk dan isi:

a. Validitas konstruk

Uji validitas konstruk dilakukan dengan cara *experts judgement* yaitu dikonsultasikan pada pakar tentang butir-butir instrumen yang telah dibuat, konsultasi dilakukan dengan para pakar atau ahli media. Hasil dari konsultasi dengan pakar tersebut dijadikan masukan untuk menyempurnakan instrumen sehingga layak dipakai untuk mengambil data.

b. Validitas isi

Menurut Sugiyono (2015: 189) Validitas isi dimaksudkan untuk mengetahui isi instrumen yang sesuai dengan data yang akan diukur.

E. Teknik Analisis Data

Jenis data yang didapatkan pada penelitian ini ialah data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif didapatkan dari saran perbaikan produk oleh ahli media dan penonton. Sedangkan data kuantitatif didapatkan dari hasil angket validitas penilaian pakar oleh pakar media dan respon penilaian penonton.

Teknik analisis data secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Data pengembangan dakwah melalui *talkshow*

Data pengembangan dakwah melalui produksi program *talkshow* yang dimaksud adalah data yang berupa kritik dan saran perbaikan produk yang diperoleh dari ahli media dan penonton. Data kualitatif tersebut dianalisis secara deskriptif dan selanjutnya dijadikan masukan untuk melakukan revisi produk pada pengembangan di penelitian selanjutnya.

2. Data kelayakan dan respon penilaian penonton

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui kelayakan media pengembangan dakwah dan respon penilaian penonton terhadap tayangan *talkshow* dakwah yang telah diproduksi ini dianalisis secara kuantitatif. Data diperoleh melalui angket dengan Skala Likert empat

pilihan jawaban. Selanjutnya skor yang diperoleh dikonversikan menjadi nilai dengan skala empat yang dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 5. Konversi Skor Skala Likert 4 Jawaban

No	Kategori	Interval Skor
1	Sangat Baik/ Sangat Layak	$Mi + 1,5 SDi < X \leq Mi + 3SDi$
2	Baik/Layak	$Mi < X \leq Mi + 1,5 SDi$
3	Cukup Baik/ Cukup Layak	$Mi - 1,5 SDi < X \leq Mi$
4	Kurang Baik/ Kurang Layak	$Mi - 3SDi < X \leq Mi - 1,5 SDi$

Keterangan:

Mi = rata-rata ideal

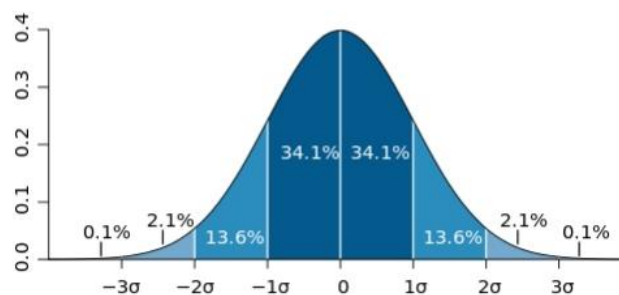
SDi = simpangan baku ideal (rata-rata jarak penyimpangan titik-titik data diukur dari nilai rata-rata data tersebut).

$Mi = \frac{1}{2} \times$ (skor tertinggi ideal + skor terendah ideal)

$SDi = \frac{1}{6} \times$ (skor tertinggi ideal – skor terendah ideal)

Gambar 4. Distribusi Kurva Normal

Sumber: Arikunto (2009: 90)



Skor yang berada pada rentang $3SDi$ s/d $1,5SDi$ mempunyai kategori sangat baik (sangat layak), pada rentang $1,5SDi$ s/d Mi mempunyai kategori baik (layak), pada rentang Mi s/d $-1,5SDi$ mempunyai kategori cukup baik (cukup layak) dan pada rentang $-1,5SDi$ s/d $-3SDi$ mempunyai kategori kurang baik (kurang layak).

Skor penilaian tingkat kelayakan pada tabel di atas akan dijadikan acuan terhadap hasil penilaian oleh ahli media dan penonton. Hasil dari skor yang diperoleh dari angket akan menunjukkan tingkat kelayakan produk program *talkshow* dakwah “Sekitar Kita” di Walisongo TV.

BAB V

HASIL PENGEMBANGAN

A. Penyajian Data Uji Coba

1. Prosedur Pengembangan

Pengembangan dakwah melalui program *talkshow* yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model ADDIE. Model pengembangan tersebut meliputi tahap analisis (*analysis*), perancangan (*design*), pengembangan dan penerapan (*development and implementation*), dan evaluasi (*evaluation*).

a. Tahap analisis (*analysis*)

Pada tahap analisis dilakukan penelitian pendahuluan yaitu observasi dan wawancara terhadap Produser Program “Sekitar Kita” Walisongo TV. Penelitian pendahuluan dilakukan dengan analisis program yang sudah diproduksi dan analisis tahap pra produksi. Tujuan penelitian pendahuluan ini yaitu untuk memperoleh data aspek analisis kebutuhan.

1) Beberapa produk yang telah diproduksi:

- a) 2015-2017 : 2 kali produksi
- b) 2017-2018 : pernah produksi tetapi gagal tayang
- c) 2018-2019 : 2 kali produksi.

2) Analisis pra produksi

Analisis pra produksi bertujuan untuk mengetahui program dakwah seperti apa yang diterapkan sebelumnya di Walisongo TV. Data yang diperoleh dalam analisa ini:

- a) Penulisan naskah: tidak ditulis detail
- b) Tidak menggunakan klasifikasi program siaran
- c) Mencari lokasi: 2015-2017 produksi dilakukan di dalam studio (*indoor*) saja dan 2018 memulai *shooting* di luar studio (*outdoor*)

- d) Jadwal *shooting*: waktunya mendadak terkadang bentrok dengan jadwal perkuliahan mahasiswa yang tergabung dalam komunitas Walisongo TV
- e) Menyusun anggaran biaya: biaya didapatkan dari iuran anggota Komunitas Walisongo TV
- f) Penentuan presenter: kesukarelaan dari anggota komunitas yang ditunjuk
- g) Penentuan kru: kru yang bertugas tidak hanya dari program “Sekitar Kita” tapi anggota komunitas siapa saja yang ingin belajar
- h) Alat yang masih bisa digunakan: 1 kamera sony, 1 handycam, 2 roll kabel listrik, 1 tripod, 2 clip on, 2 memori.
- i) Penyewaan peralatan produksi: alat-lat yang dimiliki Walisongo TV sangat terbatas sehingga jika biaya memungkinkan dilakukan penyewaan alat.

Berdasarkan data pengamatan dan wawancara tersebut maka diperoleh data bahwa program yang diproduksi kurang optimal sehingga peneliti ingin mengembangkan program dakwah melalui produksi program *talkshow* “Sekitar Kita”. Dengan dukungan alat, teks, suara maka akan menjadikan tayangan program tersebut layak untuk ditonton.

b. Perancangan (*design*)

Pada tahap perancangan memuat rancangan program dan menentukan sarana prasarana.

Tabel 6. Data Perancangan Program

No	Potensi	Rancangan Pengembangan
1	Durasi tayangan	40 menit, 4 segmen disertai iklan
2	Klasifikasi program siaran	Ditujukan untuk R:Remaja (13-17 tahun) disertai imbauan

		bimbingan orang tua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran sesuai dengan aturan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)
3	Topik	Membahas yang sedang hangat dibicarakan publik
4	<i>Script</i>	<i>Script</i> sudah dipersiapkan sebelum produksi
5	Anggaran	Biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dijabarkan
6	Organisasi pelaksana produksi	Kru yang terlibat produksi sudah disiapkan
7	Penentuan host dan narasumber	Host dan narasumber sudah ditetapkan sejak rapat pra produksi
8	Alat-alat	Alat-alat yang digunakan untuk proses produksi sudah dirinci
9	Lokasi	Lokasi yang digunakan untuk shooting yakni di luar studio (<i>outdoor</i>) dengan pertimbangan tayangan tidak melulu di studio serta syiar media televisi agar lebih dikenal publik.

1) Biaya produksi

Production Company: Walisongo TV*Producer:* Haresti Asysy Amrihani*Title:* Memilih Sosok Pemimpin Dalam Islam*Duration:* 40 minutes

Tabel 7. Biaya Produksi

No	Alat	Tipe	Biaya	Qty
1	Kamera Master	Sony	0	1
2	Handycam	-	0	1
3	DSLR 1	Canon 1200D	0	1
4	DSLR 2	Nikon 3400D		1
5	DSLR 3	Canon 550D	100.000	1
6	Clip On	-	0	1
7	Clip On	Boya	50.000	1
8	Tripod 1	Atthaya	0	1
9	Tripod 2	Fotopro	0	1
10	Handphone 1	Samsung	0	1
11	Handphone 2	Oppo	0	1
12	Lensa Fix	Canon	50.000	1
13	Lensa Kit	Nikon	0	1
14	Monopod	Fotopro	50.000	1
15	Memori	Sandisk 64 GB	0	1
14	Memori	V-Gen 32 GB	0	1
15	Roll kabel listrik	-	0	2
17	Host	-	50.000	1
18	Narasumber	-	0	1
19	Kerabat kerja,	-	200.000	1

	editing, mixing			
20.	Fotokopi	-	50.000	1
21	Konsumsi host	-	30.000	1
22	Konsumsi narasumber	-	100.000	1
23	Konsumsi 9 kru	-	200.000	9
24	Biaya tak terduga	-	300.000	1
Total anggaran			1.130.000	

c. Tahap pengembangan dan penerapan (*development and implementation*)

Pada tahap pengembangan dan penerapan, program *talkshow* dakwah dikembangkan dengan menerapkan desain kerangka produk yang telah dibuat awal. Setelah produk dibuat, maka produk selanjutnya divalidasi oleh ahli.

1) Pengembangan produk dan penerapan desain

Pengembangan produk dan penerapan desain meliputi kegiatan menyiapkan komputer untuk edit, menyiapkan nama host, narasumber beserta kru produksi untuk *credit title*, penerapan desain dan penggabungan program.

2) Validasi ahli

Kelayakan produk *talkshow* dakwah yang dikembangkan memerlukan validasi pakar atau ahli untuk menguji dan memberi penilaian serta saran terhadap produk *talkshow*. Validasi ahli yaitu dengan 2 ahli media yang terdiri Dosen Dakwah Multimedia (H.M. Alfandi, M.Ag) dan seorang Produser Program Dakwah (Agung Cahyono, S.T). Validasi ahli menghasilkan data evaluasi produk oleh ahli dan saran perbaikan produk.

3) Revisi

Setelah produk dibuat maka akan dinilai kelayakannya oleh pakar media sehingga diperoleh data komentar atau masukan perbaikan produk untuk pengembangan berikutnya. Usulan revisi produk belum bisa dipenuhi sepenuhnya oleh peneliti karena keterbatasan waktu, tenaga serta biaya sehingga peneliti hanya melakukan re-design untuk pengembangan selanjutnya.

d. Tahap evaluasi (*evaluation*)

Pada tahap evaluasi dilakukan uji coba produk program *talkshow* dakwah pada penonton atau pemirsa yang berjumlah 50 penonton. Uji coba ini menghasilkan data respon penilaian penonton terhadap produk dan komentar atau saran produk yang akan dijadikan acuan perbaikan untuk pengembangan ke depan.

2. Data penelitian

a. Data hasil evaluasi produk

Mi = rata-rata ideal

$$\begin{aligned} Mi &= \frac{1}{2} \times (\text{skor tertinggi ideal} + \text{skor terendah ideal}) \\ &= \frac{1}{2} \times (88 + 22) \\ &= 55 \end{aligned}$$

SDi = simpangan baku ideal

$$\begin{aligned} SDi &= \frac{1}{6} \times (\text{skor tertinggi ideal} - \text{skor terendah ideal}) \\ &= \frac{1}{6} \times (88 - 22) \\ &= 11 \end{aligned}$$

Kategori sangat layak:

$$Mi + 1,5 SDi < x \leq Mi + 3 SDi$$

$$55 + 1,5 \cdot 11 < x \leq 55 + 3 \cdot 11$$

$$\mathbf{71,5 < x \leq 88}$$

Kategori layak

$$Mi < x \leq Mi + 1,5 SDi$$

$$55 < x \leq 55 + 1,5 \cdot 11$$

$$\mathbf{55 < x \leq 71,5}$$

Kategori cukup layak:

$$Mi - 1,5 SDi <x \leq Mi$$

$$55 - 1,5 \cdot 11 <x \leq 55$$

$$38,5 <x \leq 55$$

Kategori kurang layak:

$$Mi - 3 SDi <x \leq Mi - 1,5 SDi$$

$$55 - 3 \cdot 11 <x \leq 55 - 1,5 \cdot 11$$

$$22 <x \leq 38,5$$

Data hasil penilaian ahli media dan konversi klasifikasi kategori dalam interval skor skala 4 dengan 22 butir penilaian. Berdasarkan data evaluasi produk oleh ahli media didapatkan skor tertinggi ideal adalah 88, skor terendah ideal 22 dan nilai simpangan baku adalah 11. Maka hasil konversi nilai rerata skor skala empat dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8. Data Hasil Penilaian Pakar Media dan Konversi Klasifikasi Kategori

Interval Skor			Kategori
71,5	$<x \leq$	88	Sangat Layak
55	$<x \leq$	71,5	Layak
38,5	$<x \leq$	55	Cukup Layak
22	$<x \leq$	38,5	Kurang Layak

Tabel 9. Data Hasil Penilaian Ahli Media dan Konversi Klasifikasi Kategori

No	Aspek	Rerata Skor	Kategori
1	Tampilan	28,5	Layak
2	Manfaat	13	Layak
3	Efek Suara dan Narasi	12	Layak
4	Materi	13	Layak
Rerata Skor Total		66,5	Layak

Tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil penilaian dua ahli media dari aspek tampilan, diperoleh rerata skor 28,5 dengan kategori layak, aspek manfaat diperoleh rerata skor 13 dengan kategori layak, aspek suara dan narasi diperoleh rerata skor 12 dengan kategori layak, serta aspek materi diperoleh skor 13 dengan layak. Sedangkan rerata skor total dari keempat aspek adalah 66,5 dengan kategori layak. Kesimpulannya adalah program *talkshow* dakwah yang dikembangkan menurut penilaian ahli media termasuk kategori “layak” digunakan sebagai pengembangan program. Berdasarkan angket respon penilaian dua ahli media, diperoleh data perbaikan dan komentar atau saran perbaikan produk. Data perbaikan dan saran dari ahli media dapat dilihat pada tabel 10:

Tabel 10. Data Komentar atau Saran Perbaikan Produk dari Ahli Media

No	Validator	Komentar/ saran
1	Ahli Media 1 (Dosen Dakwah Multimedia)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Host menyebutkan gelar narasumber tidak lengkap 2. <i>Shooting</i> di siang hari sehingga mengurangi kejelasan gambar 3. Tulisan media sosial twitter dan instagram @walisongotv dan @walisongotv_
2	Ahli Media 2 (Produser Program TV)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Talkshow</i> konten dakwah penting di <i>create</i> secara “<i>fresh</i>” dan bisa menarik pemirsa, kekuatan <i>talkshow</i> ini antara lain: dilakukan di luar studio, ini memberikan efek ganda: pertama, tampilan <i>talkshow</i> tidak melulu di studio. Kedua, ada upaya promo

		<p>dan syiar media TV lebih dikenal publik secara langsung dan dapat menarik perhatian publik di sekitar TKP.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Bisa dicarikan lokasi lainnya untuk episode <i>talkshow</i> selanjutnya, misal: di lobi masjid bersejarah, lobi pasar tradisional, terminal, taman kota, tempat wisata, dll. Selain mengenalkan media televisinya, juga menarik perhatian pemirsa di sekitar lokasi. 3. Ada pertanyaan dari pemirsa dari lokasi <i>shooting</i> talkshownya. 4. Bagi yang menanya via instagram bisa diberi hadiah semacam voucher atau lainnya.
--	--	---

Berdasarkan penilaian dan saran di atas, ahli media 1 menyatakan bahwa program *talkshow* dakwah layak dijadikan penelitian dengan perbaikan, dan ahli media 2 menyatakan bahwa program dakwah ini “layak digunakan untuk penelitian tanpa perbaikan”

b. Data hasil respon penilaian penonton

Mi = rata-rata ideal

$Mi = \frac{1}{2} \times (\text{skor tertinggi ideal} + \text{skor terendah ideal})$

$$= \frac{1}{2} \times (68 + 17)$$

$$= 42,5$$

SDi = simpangan baku ideal

$SDi = \frac{1}{6} \times (\text{skor tertinggi ideal} - \text{skor terendah ideal})$

$$= \frac{1}{6} \times (68 - 17)$$

$$= 8,5$$

Kategori sangat layak:

$$Mi + 1,5 SDi <x \leq Mi + 3 SDi$$

$$42,5 + 1,5 \cdot 8,5 <x \leq 42,5 + 3 \cdot 8,5$$

$$\mathbf{55,25 <x \leq 68}$$

Kategori layak

$$Mi <x \leq Mi + 1,5 SDi$$

$$42,5 <x \leq 42,5 + 1,5 \cdot 8,5$$

$$\mathbf{42,5 <x \leq 55,25}$$

Kategori cukup layak:

$$Mi - 1,5 SDi <x \leq Mi$$

$$42,5 - 1,5 \cdot 8,5 <x \leq 42,5$$

$$\mathbf{29,75 <x \leq 42,5}$$

Kategori kurang layak:

$$Mi - 3 SDi <x \leq Mi - 1,5 SDi$$

$$42,5 - 3 \cdot 8,5 <x \leq 42,5 - 1,5 \cdot 8,5$$

$$\mathbf{17 <x \leq 29,75}$$

Data hasil respon penilaian penonton yang berupa skor dikonversikan menjadi interval skor dengan skala empat dengan 17 butir penilaian. Berdasarkan data respon penilaian penonton diketahui nilai skor total tertinggi ideal adalah 68, nilai skor total terendah adalah 17, dan nilai simpangan baku ideal adalah 8,5. Hasil konversi skor total skala empat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Respon Penilaian Penonton

Interval Skor Total			Kategori
55,25	$<x \leq$	68	Sangat Baik
42,5	$<x \leq$	55,25	Baik
29,75	$<x \leq$	42,5	Cukup Baik
17	$<x \leq$	29,75	Kurang Baik

Data hasil respon penilaian penonton yang telah dikonversi ke dalam kategori dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Data Rerata Skor Hasil Respon Penilaian Penonton dan Konversi Klasifikasi Kategori

No	Aspek	Rerata Skor	Kategori
1	Materi	22, 16	Cukup Baik
2	Tampilan	31, 98	Cukup Baik
Rerata Skor Total		54, 14	Baik

Tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil materi program *talkshow* dakwah diperoleh rerata skor 22,16 (dengan kategori cukup baik), aspek tampilan diperoleh rerata skor 31,98 (dengan kategori cukup baik), rerata skor total seluruh aspek adalah 54,14 (dengan kategori baik), sehingga secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa program *talkshow* dakwah berdasarkan respon penilaian penonton masuk dalam kategori “baik” sebagai program.

Tabel 13. Data Hasil Respon Penilaian Penonton dan Konversi Klasifikasi Kategori

No	Responden	Aspek Materi	Aspek Tampilan	Skor Total	Kategori
1	Responden 1	25	35	60	Sangat baik
2	Responden 2	25	36	61	Sangat baik
3	Responden 3	24	31	55	Baik
4	Responden 4	20	30	50	Baik
5	Responden 5	21	35	56	Sangat baik
6	Responden 6	21	35	56	Sangat baik
7	Responden 7	21	35	56	Sangat baik
8	Responden 8	21	29	50	Baik
9	Responden 9	19	29	48	Baik
10	Responden 10	23	31	54	Baik
11	Responden 11	26	30	56	Sangat baik
12	Responden 12	25	32	57	Sangat baik

13	Responden 13	21	40	61	Sangat Baik
14	Responden 14	20	32	52	Baik
15	Responden 15	21	31	52	Baik
16	Responden 16	21	35	56	Sangat Baik
17	Responden 17	23	31	54	Baik
18	Responden 18	24	31	55	Baik
19	Responden 19	23	31	54	Baik
20	Responden 20	21	35	56	Sangat Baik
21	Responden 21	22	30	52	Baik
22	Responden 22	21	30	51	Baik
23	Responden 23	24	35	59	Sangat Baik
24	Responden 24	21	31	52	Baik
25	Responden 25	23	31	54	Baik
26	Responden 26	24	31	55	Baik
27	Responden 27	21	31	52	Baik
28	Responden 28	22	30	52	Baik
29	Responden 29	23	31	54	Baik
30	Responden 30	20	32	52	Baik
31	Responden 31	21	31	52	Baik
32	Responden 32	21	35	56	Sangat Baik
33	Responden 33	24	31	55	Baik
34	Responden 34	23	31	54	Baik
35	Responden 35	24	31	55	Baik
36	Responden 36	20	32	52	Baik
37	Responden 37	22	30	52	Baik

38	Responden 38	24	31	55	Baik
39	Responden 39	25	32	57	Sangat Baik
40	Responden 40	23	31	54	Baik
41	Responden 41	19	29	48	Baik
42	Responden 42	21	35	56	Sangat Baik
43	Responden 43	21	31	52	Baik
44	Responden 44	23	31	54	Baik
45	Responden 45	20	32	52	Baik
46	Responden 46	21	35	56	Sangat Baik
47	Responden 47	23	31	54	Baik
48	Responden 48	24	31	55	Baik
49	Responden 49	23	31	54	Baik
50	Responden 50	20	32	52	Baik
Jumlah Skor Total		1108	1599	2707	Baik
Rerata skor		22,16	31,98	54,14	

Data komentar dan saran perbaikan produk dari penonton secara umum dapat dirangkum pada tabel 14 berikut ini:

Tabel 14. Data Komentar dan Saran Perbaikan Produk dari Penonton

No	Responden	Komentar dan Saran Perbaikan
1	Responden 1	Bagus
2	Responden 2	Angle kamera perlu ditambah variasi supaya tidak jenuh
3	Responden 3	Tayangan menarik
4	Responden 4	Suara narasumber kurang jelas
5	Responden 5	Tulisan R-BO bisa dipindah di bagian atas

6	Responden 6	Gambar ada yang pecah ketika narasumber di zoom
7	Responden 7	Bagus dan menarik
8	Responden 8	Sangat baik
9	Responden 9	Semoga lebih baik lagi
10	Responden 10	Keseluruhan sudah bagus

B. Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk menganalisis data hasil dari penilaian pakar media dan respon penilaian penonton. Analisis data hasil penilaian pakar media bertujuan untuk mengetahui tingkat kelayakan program *talkshow* dakwah. Analisis data respon penilaian penonton bertujuan untuk mengetahui penilaian penonton terhadap program yang dikembangkan.

1. Analisis Data Hasil Evaluasi Produk

a. Analisis data hasil evaluasi produk dari ahli media

Data hasil evaluasi produk oleh ahli media yang berupa skor dikonversikan ke dalam interval skor skala 4 dengan 22 butir penilaian. Berdasarkan data evaluasi produk dari ahli media didapatkan skor tertinggi ideal adalah 88, skor terendah ideal adalah 22 dan nilai simpangan baku ideal adalah 11. Maka hasil konversi nilai rerata skor skala empat dapat dilihat pada tabel 15 berikut:

Tabel 15. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Evaluasi Produk oleh Ahli Media

Interval skor			Kategori
71,5	$<x \leq$	88,00	Sangat Layak
55	$<x \leq$	71,5	Layak
38,5	$<x \leq$	55	Cukup Layak
22	$<x \leq$	38,5	Kurang Layak

Untuk mengetahui kategori kelayakan produk dilihat per aspek penilaian, maka dapat disusun tabel konversi skor skala empat untuk masing-masing aspek penilaian. Penilaian aspek tampilan dinilai dari 10 butir indikator penilaian. Sehingga diketahui bahwa skor tertinggi ideal adalah 40, skor terendah ideal adalah 10, dan nilai simpangan baku ideal adalah 5. Hasil konversi nilai rerata skor skala empat dilihat pada tabel 16 berikut:

Tabel 16. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Tampilan Hasil Evaluasi Produk oleh Ahli Media

Interval skor			Kategori
32,5	$<x \leq$	40	Sangat Layak
25	$<x \leq$	32,5	Layak
17,5	$<x \leq$	25	Cukup Layak
10	$<x \leq$	17,5	Kurang Layak

Penilaian aspek manfaat dinilai dengan 4 butir indikator penilaian, sehingga diketahui bahwa skor tertinggi ideal adalah 16, skor terendah ideal adalah 4, dan nilai simpangan baku ideal adalah 2. Maka hasil konversi nilai rerata skor skala empat dapat dilihat pada tabel 17 berikut:

Tabel 17. Tabel Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Manfaat Hasil Evaluasi Produk oleh Ahli Media

Interval skor			Kategori
13	$<x \leq$	16	Sangat Layak
10	$<x \leq$	13	Layak
7	$<x \leq$	10	Cukup Layak
4	$<x \leq$	7	Kurang Layak

Penilaian aspek suara dan narasi dinilai dengan 4 butir penilaian, sehingga diketahui bahwa skor tertinggi ideal ialah 16, skor terendah ideal ialah 4, dan nilai simpangan baku ideal ialah 2. Maka hasil konversi nilai rerata skor skala empat dapat dilihat pada tabel 18 berikut:

Tabel 18. Tabel Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Suara dan Narasi Hasil Evaluasi Produk oleh Ahli Media

Interval skor			Kategori
13	$<x \leq$	16	Sangat Layak
10	$<x \leq$	13	Layak
7	$<x \leq$	10	Cukup Layak
4	$<x \leq$	7	Kurang Layak

Penilaian materi dinilai dengan 4 butir penilaian, sehingga diketahui bahwa skor tertinggi ideal ialah 16, skor terendah ideal ialah 4, dan nilai simpangan baku ideal ialah 2. Maka hasil konversi nilai rerata skor skala empat dapat dilihat pada tabel 19 berikut:

Tabel 19. Konversi Nilai Rerata Skor Skala Empat Aspek Materi Hasil Evaluasi Produk oleh Ahli Media

Interval skor			Kategori
13	$<x \leq$	16	Sangat Layak
10	$<x \leq$	13	Layak
7	$<x \leq$	10	Cukup Layak
4	$<x \leq$	7	Kurang Layak

Hasil penilaian ahli media terhadap produk berdasarkan aspek tampilan, manfaat, narasi dan suara, serta materi yang telah dikonversi ke dalam kategori dapat dilihat pada tabel 20 berikut:

Tabel 20. Hasil Konversi Nilai Rerata Skor Aspek Tampilan, Manfaat, Suara dan Narasi serta Materi Hasil Evaluasi Produk Oleh Ahli Media

No	Aspek	Validator		Rerata Skor	Kategori
		Ahli Media 1	Ahli Media 2		
1	Tampilan	27	30	28,5	Layak
2	Manfaat	12	14	13	Layak

3	Suara dan narasi	12	12	12	Layak
4	Materi	11	15	13	Layak
Skor total		62	71	66,5	Layak

b. Analisis data hasil respon penilaian penonton

Data hasil respon penilaian penonton yang telah dikonversi ke dalam kategori dapat dilihat pada tabel 21 berikut:

Tabel 21. Data Hasil Respon Penilaian Penonton

No	Responden	Aspek Materi	Aspek Tampilan	Total Skor	Kategori
1	Penonton 1	25	35	60	Sangat Baik
2	Penonton 2	25	36	61	Sangat Baik
3	Penonton 3	24	31	55	Baik
4	Penonton 4	20	30	50	Baik
5	Penonton 5	21	35	56	Sangat Baik
6	Penonton 6	21	35	56	Sangat Baik
7	Penonton 7	21	35	56	Sangat Baik
8	Penonton 8	21	29	50	Baik
9	Penonton 9	19	29	48	Baik
10	Penonton 10	23	31	54	Baik
11	Penonton 11	26	30	56	Sangat Baik
12	Penonton 12	25	32	57	Sangat

					Baik
13	Penonton 13	21	40	61	Sangat Baik
14	Penonton 14	20	32	52	Baik
15	Penonton 15	21	31	52	Baik
16	Penonton 16	21	35	56	Sangat Baik
17	Penonton 17	23	31	54	Baik
18	Penonton 18	24	31	55	Baik
19	Penonton 19	23	31	54	Baik
20	Penonton 20	21	35	56	Sangat Baik
21	Penonton 21	22	30	52	Baik
22	Penonton 22	21	30	51	Baik
23	Penonton 23	24	35	59	Sangat Baik
24	Penonton 24	21	31	52	Baik
25	Penonton 25	23	31	54	Baik
26	Penonton 26	24	31	55	Baik
27	Penonton 27	21	31	52	Baik
28	Penonton 28	22	30	52	Baik
29	Penonton 29	23	31	54	Baik
30	Penonton 30	20	32	52	Baik
31	Penonton 31	21	31	52	Baik
32	Penonton 32	21	35	56	Sangat Baik
33	Penonton 33	24	31	55	Baik
34	Penonton 34	23	31	54	Baik
35	Penonton 35	24	31	55	Baik
36	Penonton 36	20	32	52	Baik

37	Penonton 37	22	30	52	Baik
38	Penonton 38	24	31	55	Baik
39	Penonton 39	25	32	57	Sangat Baik
40	Penonton 40	23	31	54	Baik
41	Penonton 41	19	29	48	Baik
42	Penonton 42	21	35	56	Sangat Baik
43	Penonton 43	21	31	52	Baik
44	Penonton 44	23	31	54	Baik
45	Penonton 45	20	32	52	Baik
46	Penonton 46	21	35	56	Sangat Baik
47	Penonton 47	23	31	54	Baik
48	Penonton 48	24	31	55	Baik
49	Penonton 49	23	31	54	Baik
50	Penonton 50	20	32	52	Baik
Skor Total		1108	1599	2706	Baik
Rerata skor		22,16	31,98	54,14	

C. Revisi Produk





Revisi dilakukan berdasarkan komentar atau masukan dari ahli media dan dari komentar atau saran dari penonton untuk pengembangan program selanjutnya.

1. Revisi Produk dari Pakar Media

Bagian produk yang diberi saran perbaikan dari pakar media 1 bisa dilihat pada tabel 22 sebagai berikut:

Tabel 22. Data Revisi Berdasarkan Saran Perbaikan Pakar Media



No	Revisi/ Saran	Sebelum	Sesudah
----	------------------	---------	---------

	Perbaikan		
1	Penyebutan gelar narasumber oleh host kurang lengkap	 <p>Host hanya menyebutkan nama narasumber: Drs. Anasom.</p>	 <p>Keterangan: perbaikan dilakukan dengan mencantumkan <i>lower third</i> di bagian bawah tayangan.</p>
2	Tata cahaya : <i>top light</i> karena tengah hari sehingga mengurangi ketajaman gambar	 <p>Pengambilan gambar siang hari.</p>	 <p>Keterangan: <i>shooting</i> yang dilakukan dijadwalkan sejak pagi hari, akan tetapi ketika hendak produksi di lapangan terjadi permasalahan pada kamera yang mengakibatkan <i>shooting</i> tertunda hingga siang hari, hal ini bisa disiasati dengan menjadwalkan <i>shooting</i> lebih pagi. Oleh sebab itu karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, peneliti hanya sampai tahap <i>re-design</i> dimana untuk</p>

			pengembangan selanjutnya harus menjadwalkan kegiatan produksi lebih pagi.
3	Tulisan media sosial twitter dan instagram	 <p>Twitter: @WalisongoTv_ Instagram: @WalisongoTV</p>	 <p>Twitter: @walisongotv_ Instagram: @walisongotv</p>

2. Revisi dari Penonton

Tabel 23. Data Revisi Saran Perbaikan dari Penonton

No	Revisi/ Saran Perbaikan	Sebelum	Sesudah
1	Gambar narasumber ketika di-zoom pecah		 <p>Keterangan: perlengkapan kamera yang terbatas</p>

			<p>mengakibatkan keterbatasan gambar sehingga ketika diperbesar gambar narasumber sedikit pecah, hal ini bisa diatasi dengan tambahan kamera yang mengarah ke narasumber. Oleh sebab itu karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya peneliti hanya sampai pada tahap <i>re-design</i>, dimana pengembangan selanjutnya harus menggunakan kamera yang lebih canggih atau bisa juga dengan penambahan kamera yang mengarah ke narasumber.</p>
--	--	--	---

3. Kelayakan Program *Talkshow*

a. Aspek Media

Penilaian kelayakan program ini dilaksanakan oleh ahli media dinilai berdasarkan empat aspek yaitu aspek tampilan, manfaat, efek suara dan narasi, dan materi. Data hasil penilaian ahli media dapat dilihat pada tabel 24 berikut:

Tabel 24. Data Hasil Penilaian Kelayakan Oleh 2 Ahli Media

No	Aspek	Validator		Rerata Skor	Kategori
		Ahli Media 1	Ahli Media 2		
1	Tampilan	27	30	28,5	Layak
2	Manfaat	12	14	13	Layak
3	Suara dan narasi	12	12	12	Layak
4	Materi	11	15	13	Layak
Skor total		62	71	66,5	Layak

Tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil penilaian dua ahli media dari aspek tampilan diperoleh rerata skor 28,5 (dengan kategori layak), aspek manfaat diperoleh rerata skor 13 (dengan kategori layak), aspek suara dan narasi diperoleh rerata skor 12 (dengan kategori layak), dan aspek materi diperoleh rerata skor 13 (dengan kategori layak), sedangkan rerata skor total dari ke empat aspek adalah 66,5 (dengan kategori layak). Kesimpulannya adalah program *talkshow* yang dikembangkan menurut penilaian ahli media termasuk kategori “layak” digunakan untuk penelitian.

b. Respon Penonton

Berdasarkan data hasil penilaian penonton dapat dilihat pada tabel 25 berikut:

Tabel 25. Frekuensi Respon Penonton

Interval Skor Total			Kategori	Frekuensi	Persentase
55,25	$<x \leq$	68	Sangat Baik	15	30%
42,5	$<x \leq$	55,25	Baik	35	70%
29,75	$<x \leq$	42,5	Cukup Baik	0	0
17	$<x \leq$	29,75	Kurang Baik	0	0
Jumlah				50	100

Tabel di atas dapat diketahui bahwa 30% penonton menyatakan program *talkshow* “Sekitar Kita” dalam kategori “Sangat Baik” dan 70% penonton menilai produk dalam kategori “Baik”.

BAB VI

PENUTUP

A. Kajian tentang Produk yang Telah Direvisi

Revisi dilakukan berdasarkan komentar atau masukan dari ahli media dan penonton untuk pengembangan produk selanjutnya dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Oleh karena itu peneliti hanya sampai pada tahap *re-design* untuk pengembangan produk selanjutnya.

Gambar 5. Tampilan Program



1. Aspek tampilan: tata letak, kejelasan gambar, ukuran huruf, pemilihan *background*, *caption*, penambahan iklan tiap segmen, klasifikasi program (R-BO), media sosial Walisongo TV ditampilkan, pada produk yang dikembangkan peneliti telah ditampilkan.
2. Aspek manfaat: membahas topik yang sedang hangat di masyarakat sehingga dapat membantu masyarakat yang menonton untuk memperoleh solusi.
3. Aspek suara dan narasi: clip on terpasang pada host dan narasumber sehingga suara dan narasi jelas.

4. Aspek materi: narasumber menguasai materi serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

B. Saran Pemanfaatan Produk

1. Berdasarkan data hasil penelitian pengembangan ini, dapat ditarik kesimpulan:
 - a. Tahap penelitian awal (tahap analisis) dan perancangan (*design*) dilakukan analisis kebutuhan yang meliputi: analisis tahap pra produksi dan analisis produk yang sudah di produksi sebelumnya. Pada tahap sebelumnya, penulisan naskah tidak detail, tidak menggunakan klasifikasi program siaran seperti yang ditetapkan di Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), tidak melakukan *breakdown script*, tidak menjabarkan anggaran biaya, tidak matang dalam menentukan host dan narasumber, alat-alat yang dibutuhkan tidak dirinci, dan lokasi yang selalu di dalam studio (*indoor*). Setelah analisis tersebut, maka program dibuat sesuai rancangan (*design*).
 - b. Tahap pengembangan (*development*) dilakukan pembuatan program *talkshow* “Sekitar Kita” dengan tema terbatas pada satu tema, yaitu “Mencari Sosok Pemimpin Dalam Islam”.
 - c. Tahap penerapan (*implementation*) yaitu penilaian kelayakan program *talkshow* “Sekitar Kita” ini berdasarkan:
 - 1) Penilaian oleh ahli media ditinjau dari aspek tampilan, manfaat, efek suara dan narasi, dan materi diperoleh skor 66,5 dan masuk kategori “layak”.
 - d. Tahap evaluasi (*evaluation*) didapatkan data hasil respon penilaian penonton terhadap program *talkshow* “Sekitar Kita” ditinjau dari aspek tampilan dan materi berdasarkan:
 - 1) Penilaian oleh penonton ditinjau dari aspek tampilan dan materi diperoleh skor 54,14 dan masuk kategori “baik”

2. Keterbatasan Produk

Dalam pengembangan program *talkshow* “Sekitar Kita” ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Program ini memiliki keterbatasan belum bisa melibatkan audien (pemirsa) secara langsung atau diproduksi secara *live*.

C. Diseminasi Produk

Diseminasi dilakukan setelah program dinyatakan layak. Dalam tahap ini dilakukan penyebaran video hasil produk atau diunggah melalui *official* akun youtube Walisongo TV dan membagikan link ke media sosial Walisongo TV agar dapat dimanfaatkan sebagai media berdakwah sesuai dengan visinya “Menjadi Televisi Kampus yang Terdepan Dalam Dakwah, Edukasi dan Hiburan” dan memiliki kelebihan dapat ditonton oleh pemirsa kapan saja dan dimana saja selama terhubung dengan internet.

D. Pengembangan Penelitian Lanjutan

Produk program *talkshow* “Sekitar Kita” di Walisongo TV merupakan produk *talkshow* bermuatan dakwah yang dapat terus dikembangkan. Pengembangan kedepannya yang diharapkan:

1. Pengembangan sajian materi dan tampilan yang lebih menarik dengan melibatkan audien dan interaktif media sosial Walisongo TV diharapkan dapat menambah *mad'u* (masyarakat) yang tertarik untuk menyaksikan program-program Walisongo TV.
2. Tahapan-tahapan sebelum produksi harus diperhatikan guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan saat produksi.

DAFTAR PUSTAKA


- Achlina, Leli, dan Purnama Suwardi. *Kamus Istilah Pertelevisionan*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Ahmad, Nur. 2014. Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi. *Jurnal Addin*, 8 (2), 319-344.
- Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting to be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armawati. 2003. *Dakwah dan Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Basit, Abdul. 2006. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Purwokerto: Pustaka Pelajar.
- Basit, Abdul. 2013. Dakwah Cerdas di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3 (1), 77-94.
- Budiarta, I Wayan. 2014. *Pengembangan Multimedia Interaktif Model ADDIE Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Sejarah Siswa Kelas X-1 Semester Genap DI SMAN 1 Sukasada, Buleleng, Bali*. Bali. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana: Jakarta.
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cikka, Khairuddin. 2017. Pengembangan Dakwah Majelis Taklim An-Nisa di Desa Bewa Kecamatan Lore Selatan Kabupaten Poso. *Jurnal Al-Mishbah*, 13 (1), 75-112.
- D, M Abzar. 2015. Strategi Dakwah Masa Kini (Beberapa Langkah Strategis Pemecahan Problematika Dakwah). *Jurnal Lentera*, XVIII (1), 37-52.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu dan Teori Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ersyad, Firdaus Azwar. 2016. *Modul Perkuliahan Produksi Acara Televisi. Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Universitas Semarang.
- Fatmawati. 2009. Paradigma Baru Mengemas Dakwah melalui Media Televisi di Era Globalisasi. *Jurnal Komunika*, 3 (2), 184-194.
- Fazil, Muhammad, dan Cindenia Puspasari. 2017. *Modul Bahan Ajar Mata Kuliah Produksi Siaran Televisi*. Lhokseumawe. FISIP Universitas Malikussaleh.
- Gunarti, W, dkk. 2013. Wacana Visual Talk Show 'Mata Najwa': Melihat Bahasa Tubuh Partisipan sebagai Kekuatan Visual. *Jurnal Panggung*, 23 (4), 370-385.
- Hasanah, Hasyim. 2016. Arah Pengembangan Dakwah melalui Sistem Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4 (1), 131-156.

- Irawan, Rahmat Edi. 2013. Representasi Pembawa Acara Program Talkshow di Televisi Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 4 (2), 782-789.
- Jufri, Muhammad. 2016. Kajian Hadis-Hadis Tentang Dakwah Kultural Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Studi Pendidikan*, XVI (1), 50-62.
- KBBI, Tim Penyusun. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kholiq, Abdul. 2012. *Salinan Akta Notaris Pendirian Komunitas Pemirsa Walisongo TV*. Demak: Notaris dan PPAT Demak.
- Kusaeri. 2007. *Buku Perkuliahan Metodologi Penelitian Program S-1 IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: Digilib.uin.sby.ac.id.
- Majid, Abdul. 2005. *Perencanaan Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Molenda, Michael. 2015. In Search Of The Elusive ADDIE Model. *Performance Improvement*, 54 (2), 40-42.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Mulyatiningsih, Endang. 2008. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Mulyatiningsih, Endang. 2016. *Pengembangan Model Pembelajaran*. Yogyakarta: Staff.uny.ac.id.
- Munir, Muhammad, dan Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Rahardjo, M. 2011. *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. Malang: Repository UIN Malang.
- Riduwan. 2013. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Robin, Patricia. 2014. Analisis Produksi Program Fashion “Ilook” di Net TV. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13 (1), 121-136.
- Putra, dkk. 2014. Pengembangan Media Video Pembelajaran dengan Model ADDIE pada Pembelajaran Bahasa Inggris di SDN 1 Selat. *E-Jurnal Edutech Universitas Pendidikan Ganesha*, 2 (1), 1-10.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Selamat, Juniawati. 2014. Program Talk Show dan Ruang Public Sphere: Upaya Media sebagai Industri Pro Publik. *Jurnal Dakwah*, 8 (2), 49-59.
- Set, Sony. 2008. *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Sutopo, Hendayat, dan Westy Soemanto. 1993. *Pembinaan dan Pengembangan Kurikulum Sebagai Substansi Problem Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Supena, Ilyas. 2007. *Filsafat Ilmu Dakwah: Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Semarang: Abshor.
- Sumarno, Alim. 2012. *Penelitian Kausalitas Komparatif*. Surabaya: Elean Unesa.
- Syobah, Nurul. 2013. Konstruksi Media Massa dalam Pengembangan Dakwah. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14 (2), 153-168.
- Ulinuha, dkk. 2012. *Rancang Bangun Software Sistem Informasi Manajemen dan Sistem Penyiaran Walisongo Tv di Fakultas Dakwah IAIN Walisongo*. Semarang: IAIN Walisongo.
- Wibowo, Freed. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus.

BIODATA PENELITI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haresti Asysy Amrihani
Tempat,Tanggal Lahir : Batang, 21 April 1997
Alamat : Surodadi, RT 5 RW 2, Kecamatan Gringsing Kabupaten
Batang
Media Sosial: :  harestiasysy@gmail.com
 harestiasysy
Riwayat Pendidikan : - SD Negeri Surodadi Lulus Tahun 2009
- SMP Pondok Modern Selamat Kendal Lulus Tahun 2012
- SMA Negeri 1 Subah Batang Lulus Tahun 2015
- Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas
Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang 2019

Semarang, Juli 2019
Penulis

Haresti Asysy Amrihani