

**STRATEGI TVKU DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM ULAMA  
MENYAPA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**

**Konsentrasi Televisi Dakwah**

Oleh :

**DYAH MUTIARA ASHARI**

1901026015

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

**SEMARANG**

**2023**

## NOTA PEMBIMBING

### NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel  
Hal : Persetujuan Naskah Proposal Skripsi

Kepada Yth.  
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo SemarangS  
Di Semarang

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

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

Nama : Dyah Mutiara Ashari  
NIM : 1901026015  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiran Islam/Televisi Dakwah  
Judul : Starategi Pemrograman TVKU dalam Mempertahankan Ulama Menyapa sebagai Program Dakwah

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.  
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

Semarang, 30 Maret 2023  
Pembimbing,



Silvia Riska Fabriar, M.S.I  
NIP. 198802292019032013

# PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH

#### SKRIPSI

### Strategi TVKU Dalam Mempertahankan Program Ulama Menyapa

Disusun Oleh :

Dyah Mutiara Ashari  
1901026015

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 September 2023 dan dinyatakan

**LULUS** Ujian Munaqosah

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

Nilnan N. Mah, M.Si  
NIP. 198002022009012003

Sekretaris Sidang

Alifa Nur Fitri, M. I. Kom  
NIP. 198907302019032017

Penguji I

Hi Maya Rini Handayani, M.Kom  
NIP. 197605052011012007

Penguji II

Farida Rachmawati, M.Sos  
NIP. 199107082019032021

Mengetahui, Pembimbing

Silvia Riskha Fabrian, M.S.I  
NIP. 198802292019032013

Disahkan oleh Dekan Fakultas  
Dakwah dan Komunikasi



Prof. Dr. H. Iyas Supena, M.Ag  
NIP. 197304102001121003

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN

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

Semarang, 21 September 2023

Pembuat Pernyataan



Dyah Mutiara Ashari

NIM. 1901026015

## **KATA PENGANTAR**

Untaian rasa syukur penulis ucapkan bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “STRATEGI TVKU DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM ULAMA MENYAPA”. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada rasulullah dan para pengikut-Nya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan kelulusan program studi S1 Komunikasi Penyiaran Islam Negeri (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak terdapat kekurangan, kesalaham, dan keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Namun karena adanya semangat, doa, dan bantuan dari berbagai pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof . Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. M.Alfandi, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Ibu Nilnan Ni'mah, S.Sos.I, M.S.I, selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Ibu Silvia Riskha Febriar, M.S.I, selaku Wali Dosen sekaligus dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiranya untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah mengarahkan, mendidik, dan membimbing peneliti selama dibangku perkuliahan.

7. Ibunda Upita Septimar dan Ayahanda Bachtiar. Adik-adik penulis Raidha Elsa Aprilianti dan Alfito Hadi Pradana yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan baik dalam bentuk moril maupun materi.
8. Teman-temanku yang berbinar, Fauziyyah Arrihadatul Aisy, Nabilah Azzahrah, Karmilyati, Putri Namira Sagita, Muh. Asyraf Alif Fikri, dan Hasnah Nabila. Terimakasih sudah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
9. Terimakasih untuk Dila, Savira, Fika, Wafiq dan Hasbil yang sudah menemani saya dari maba dengan segala drama pertemanan ini akhirnya kita tetap survive dan masih berteman sampai saat ini.

Kepada mereka semua, penulis tidak dapat memberikan apa-apa selain rasa terimakasih dan doa semoga semua urusan mereka dimudahkan Allah SWT. Skripsi ini dibuat dengan usaha maksimal penulis, semoga skripsi ini bisa meberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, 21 September 2023

Dyah Mutiara Ashari

NIM. 1901026015

## **PERSEMBAHAN**

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya, Ayahanda Bachtiar dan Ibunda Upita Septimar

*Terima kasih telah senantiasa berjuang dan berkorban untuk anaknya, selalu memberikan pendidikan terbaik dan selalu mendoakan disetiap langkah anaknya. Ridho dan doamu adalah hal terpenting dalam perjalanan hidup ini.*

## **MOTTO**

*Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.*

*(QS. Al Insyirah:5-6)*



## ABSTRAK

**Dyah Mutiara Ashari, 1901026015.** “Strategi TVKU dalam Mempertahankan Program Ulama Menyapa”. Skripsi Program Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang.

Hampir disetiap stasiun TV memiliki program dakwah perkembangan program acara dakwah televisi di Indonesia maka program dakwah memiliki berbagai macam corak. Pemanfaatan televisi sebagai media penyampaian pesan dakwah dapat dilakukan secara efektif, karena jangkauan dakwah yang semakin luas. Ketatnya persaingan industri media maka, kualitas program menjadi suatu hal yang dipandang sebagai syarat penting untuk menarik audiens agar program terus ditonton oleh khalayak. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu strategi pemrograman yang baik dan terstruktur untuk mempertahankan program tersebut. Program Ulama Menyapa merupakan satu-satunya program dakwah yang ada di TVKU Semarang dan menjadi salah satu program unggulan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi pemrograman yang digunakan TVKU Semarang dalam mempertahankan program Ulama Menyapa. Metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan deskriptif kualitatif menurut Lexy J. Moleong. Teknik pengumpulan data melalui metode observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan Andita Handayani selaku Kepala Produksi TVKU Semarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mempertahankan program Ulama Menyapa TVKU Semarang menggunakan model strategi pemrograman Sydney W. Head meliputi: *compability*, *habit formation*, *control of audience flow*, *conservation of program resources*, dan *breadth of appeal*. Namun temuan penelitian menunjukkan perlunya mempertimbangkan kembali pemilihan waktu program, selera khalayak, melakukan inovasi, serta evaluasi control audiens.

Kata kunci: Strategi Pemrograman, Ulama Menyapa, TVKU Semarang

## DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
NOTA PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
1. Manfaat Akademis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	5
F. Metode Penelitian .....	8
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	8
2. Definisi Konseptual .....	8
3. Sumber Data.....	9
4. Teknik Pengumpulan Data.....	10
5. Teknik Analisis Data .....	10
BAB II STRATEGI PEMROGRAMAN DAN TELEVISI .....	12
A. Strategi Pemrograman .....	12

B.	Televisi sebagai Media Dakwah .....	20
BAB III STRATEGI TVKU DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM ULAMA MENYAPA.....		27
A.	Gambaran Umum TVKU Semarang .....	27
B.	Program Ulama Menyapa .....	30
C.	Struktur Kru Program Ulama Menyapa .....	32
1.	Struktur Organisasi Program Ulama Menyapa .....	32
2.	<i>Job Description</i> .....	33
D.	Produksi Program Ulama Menyapa .....	37
E.	Tema Kajian Program Ulama Menyapa .....	35
BAB IV ANALISIS STRATEGI TVKU DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM ULAMA MANYAPA .....		37
A.	Tahapan dalam Pembuatan Strategi .....	41
1.	Perumusan Masalah .....	41
2.	Implementasi Strategi .....	41
3.	Evaluasi Strategi.....	42
B.	Analisis Strategi Pemrograman TVKU dalam Mempertahankan Program Ulama Menyapa.....	43
1.	<i>Compability</i> (kesesuaian).....	44
2.	<i>Habit Formation</i> (Membangun Kebiasaan).....	45
3.	<i>Control Of Audience Flow</i> (Mengontrol Aliran Pemirsa) .....	47
4.	<i>Conservation Of Program Resources</i> (Pemeliharaan Sumber Daya Program) .....	49
5.	<i>Breadth Of Appeal</i> (Daya Tarik yang Luas) .....	51
BAB V PENUTUP.....		54
A.	Kesimpulan .....	54
B.	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		56
LAMPIRAN.....		60

DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Website</i> Tv kuch49udinuslive.....	28
Gambar 2 Wawancara Dengan Kepala Produksi TVKU (Andita Nurhandayani).....	60
Gambar 3 Observasi Program Ulama Menyapa .....	60

**DAFTAR TABEL**

Table 1 Tema Kajian Program Ulama Menyapa.....39

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Menonton televisi merupakan salah satu aktivitas pasif yang dilakukan oleh banyak orang untuk mendapatkan ide-ide baru. Perusahaan riset Nielsen dalam mengumumkan hasil pengukuran fase pertama jumlah menonton televisi analog maupun digital pada bulan Juli 2022 meningkat drastis. Jumlah yang awalnya 58,9 juta penonton menjadi 96 juta penonton dengan grafik kenaikan sekitar 70 persen (Millington, 2022). Televisi merupakan salah satu media massa yang populer di kalangan masyarakat, hampir di setiap rumah, perkantoran, dan tempat-tempat umum terdapat televisi. Berbeda dengan media massa lainnya, televisi memiliki kelebihan tidak sekedar audio namun juga visual. Sebagaimana yang tertulis dalam Undang-Undang (UU) Penyiaran tahun 2002 pasal 1 ayat 4; “Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.” (Republik Indonesia, 2002). Dengan modal audiovisual, program televisi sangat efektif dalam menyampaikan pesan. Televisi juga digunakan untuk program-program dan hiburan. Untuk itu, televisi juga berguna untuk membentuk perilaku dan mengubah pola pikir.

Pemanfaatan perkembangan dakwah Islam melalui media televisi dapat dilakukan secara efektif, karena jangkauan dakwah akan semakin luas dan kesan keagamaan akan lebih dalam. Adapun membuat program-program yang bermuatan pesan dakwah, baik berupa drama, ceramah, film atau kata-kata mutiara yang kini telah banyak ditayangkan di stasiun TV (Taufik, 2013). Hampir di setiap stasiun TV memiliki program dakwahnya masing-masing diikuti dengan perkembangan program acara televisi di Indonesia maka program dakwah memiliki berbagai macam corak. Hal tersebut merupakan angin segar bagi masyarakat yang ingin menikmati program dakwah sesuai dengan keinginan mereka. Program-program siaran dakwah yang dilakukan, hendaknya mengena sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang. Sasaran

dakwah akan dapat meningkatkan pengetahuan dan aktivitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi (Amin, 2009).

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa program dakwah lebih sedikit diminati daripada program lainnya. Ketatnya persaingan industri media, kualitas program menjadi suatu hal yang dipandang sebagai syarat penting untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan konsumen atau *audience*. Oleh karena itu, pemilik dan pengelola stasiun televisi (TV) harus bisa mengembangkan dan membuat program acara yang menarik. Salah satu cara untuk membuat program acara yang menarik tentu membutuhkan suatu strategi yang baik dan terstruktur. Strategi merupakan sebuah upaya untuk menggapai tujuan-tujuan pada jangka panjang yang merupakan sebuah tindakan berdasarkan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya (Fread, 2002).

Strategi juga menjadi suatu hal yang vital bagi suatu lembaga untuk mencapai suatu tujuan yang efisien dan efektif. Lembaga penyiaran harus mampu menghadapi setiap masalah dan hambatan yang datang untuk mencapai tujuannya. Strategi bukan hanya merencanakan untuk mencapai suatu tujuan, tetapi juga menunjukkan taktik operasional daripada hanya bertindak sebagai jalan satu arah untuk mencapai tujuan tertentu (Effendy, 2007). Oleh karena itu, strategi tidak hanya bertindak seperti peta yang hanya menunjukkan jalan tetapi harus mampu menunjukkan cara kerja atau taktik yang akan digunakan nantinya. Dalam membuat suatu program lembaga penyiaran juga membutuhkan suatu strategi yang biasa disebut dengan *Programming* atau strategi pemrograman.

Strategi pemrograman merupakan perencanaan dan manajemen *programming* untuk mencapai suatu tujuan (Morissan, 2008). Pengelola media peyiaran memerlukan strategi untuk menciptakan suatu program yang berkualitas agar mendapat respon yang baik dari *audience*. Secara sederhana strategi pemrograman adalah suatu proses untuk memilih, menyeleksi, menjadwalkan program, dan mengevaluasinya. *programming* dianggap penting karena menentukan berhasil atau tidaknya sebuah program. *Programming* dalam televisi adalah suatu bagian yang paling penting,



ibaratnya jantung dari suatu televisi, karena apa yang dijual dan diberikan pada masyarakat adalah program. Adanya program yang disajikan tersebut maka ciri khas dan kualitas stasiun televisi ditentukan.

*Programming* juga diperlukan untuk membuat suatu stasiun televisi tidak ditinggalkan oleh penonton. Untuk mendapatkan penonton maka stasiun televisi harus memiliki strategi untuk mempengaruhi khalayak agar tetap menyaksikan program yang telah ditayangkan. Tujuan penyiaran televisi adalah mempengaruhi khalayak, maka sangat penting untuk mengetahui bagaimana selera dan kemauan khalayak. Terkait dengan hal tersebut, Sydney W. Head mengemukakan lima elemen penting dalam strategi *programming*, yaitu *compatibility*, *habit formation*, *control audience flow*, *conservation of program resource*, dan *breadth appeal* (Eastman, 2009). Kelima elemen ini sangat penting untuk diperhatikan sebelum membuat suatu program agar nantinya program yang dibuat dapat tepat sasaran dan sesuai dengan selera target penonton televisi.

TVKU adalah salah satu stasiun televisi lokal di Semarang yang mulai mengudara pada tanggal 13 September 2003 dan memiliki jangkauan wilayah Semarang dan sekitarnya. Sebagai televisi yang sebelumnya berkembang sebagai TV komunitas di kampus UDINUS Semarang, TVKU terlahir dari beragam pemikiran dan memiliki slogan “*It’s My TV*” TVKU telah mampu mewarnai berbagai tayangan televisi seperti berita terkini, pendidikan, acara santai atau hiburan, maupun acara religi. Program-program yang berada dalam stasiun TV lokal inilah yang mampu mengantarkan TVKU sebagai salah satu TV lokal di Semarang yang masih tetap eksis. TVKU juga memiliki jangkauan yang luas serta frekuensi siaran terbaik dikota Semarang, sehingga membuat TVKU menjadi TV yang lebih stabil dibandingkan TV lokal lainnya.

Adanya slogan “*It’s My TV*”, TVKU ingin memberikan hiburan, pendidikan, informasi yang tidak hanya dapat dinikmati oleh suatu golongan, tetapi juga golongan lain. Hal ini tergambar jelas dengan adanya program-program siaran seperti “Ulama Menyapa” yang dekat dengan permasalahan masyarakat terkini. Terlihat dari tema-

tema yang diangkat sebagai materi siaran dengan menghadirkan beberapa ulama dari MUI Jawa Tengah untuk menjawab permasalahan tersebut. Ulama Menyapa merupakan program dakwah hasil kerjasama TVKU Semarang dengan MAJT TV dan MUI Jawa Tengah. Program dakwah ini berisi tentang tanya jawab antara narasumber dan *host* mengenai permasalahan Islam masa kini yang sesuai dengan tema (Handayani, 2023).

TVKU Semarang bukan stasiun TV yang berorientasi keislaman, namun disini program Ulama Menyapa merupakan satu satunya program dakwah dari stasiun TV tersebut, dengan sistem *talkshow* antara *host* dan narasumber tanpa ada *audience* dan latar studio yang monoton. Dari awal disyarkanya program Ulama Menyapa inovasi yang dilakukan TVKU untuk mempertahankan program ini hanya dengan melakukan roadshow untuk memperkenalkan program Ulama Menyapa audiens sebagai target penonton. Namun, semenjak pandemic kegiatan tersebut berhenti sehingga, tidak adanya lagi inovasi yang dilakukan TVKU baik dari susunan program atau teknologi yang digunakan. Program yang awalnya dibuat meskipun terlihat biasa saja namun sampai sekarang acara tersebut masih eksis di layar kaca. Sampai saat ini program Ulama Menyapa mampu bertahan karena masyarakat masih berminat untuk menonton siaran dakwah. Program tersebut menjadi sesuatu yang menarik karena pembahasan yang disampaikan oleh para ulama merupakan suatu obrolan yang masih hangat di kalangan masyarakat yang membuat audiens merasa dekat dan butuh dengan pembahasan tersebut. Target dari program Ulama Menyapa menasar untuk semua kalangan, tetapi jika diukur dengan usia sasaranya lebih kepada dewasa muda. Untuk itu, TVKU pasti memiliki strategi agar program Ulama Menyapa bisa bertahan sampai saat ini.

Program Ulama Menyapa pertama kali ditayangkan pada tahun 2019, program ini tayang mulai pukul 16.00 sampai 17.00 sekali seminggu di hari Senin. Dipilihnya waktu tersebut karena aktivitas masyarakat di luar rumah sudah mulai senggang dan merupakan waktu yang strategis untuk masyarakat menonton televisi. Oleh karena latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut tentang

Strategi TVKU dalam Mempertahankan Program Ulama Menyapa dengan menggunakan teori Sydeny W Head yang memfokuskan khalayak sebagai penonton, ada lima hal yang perlu di perhatikan dalam menyusun program.

#### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi TVKU dalam mempertahankan program Ulama Menyapa?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi TVKU dalam mempertahankan program Ulama Menyapa.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan ilmiah serta dapat menambah khasanah keustakaan dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lainnya bagi mahasiswa UIN Walisongo khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) yang berhubungan dengan strategi pemrograman.

##### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberi gambaran bagaimana cara mempertahankan suatu program TV ditengah persaingan media saat ini.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka terhadap beberapa hasil penelitian terdahulu untuk di jadikan pedoman dan bahan acuan dalam melakukan penelitian. Adapun penelitian tersebut diantaranya:

Pertama, Yuniar Samsiani (2022) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemrograman Realigi dalam Mempertahankan Eksistensi di ADiTV Yogyakarta”. Tujuan penulis melakukan penelitian ini ialah untuk menjelaskan strategi pemrograman siaran religi dalam mempertahankan eksistensi di ADiTV Yogyakarta, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan

strategi yang digunakan dalam siaran religi di ADiTV dalam mempertahankan eksistensi yaitu dengan cara memahami audiens dengan mengetahui apa yang dibutuhkan pemirsanya. Persamaan yang dapat dilihat dari skripsi Yuniar Samsiani adalah sama-sama meneliti tentang strategi pemrograman di stasiun televisi, kemudian perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan teori dari Kotler yang mana untuk mempertahankan eksistensi dari siaran religi di ADiTV yaitu dengan cara menentukan segmentasi, targeting, dan positioning.

Kedua, Mailistia Santika (2020) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Televisi Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Tayangan Sinetron Kisah Nyata Indosiar)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan televisi sebagai media dakwah serta mengkaji pesan dakwah pada tayangan sinetron kisah nyata Indosiar. Penelitian tersebut berjenis penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah pesan dakwah dalam sinetron lebih mudah sampai kepada masyarakat (*mad'u*), sebab pesan yang diwujudkan dalam bentuk verbal dan visual memiliki efek sangat kuat terhadap sikap dan perilaku masyarakat. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti televisi sebagai media dakwah, adapun perbedaan yaitu di jenis penelitian, Mailistia Santika menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Ketiga, Hamdan Wahidi (2022) mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN KH Achmad Siddiq Jember melakukan penelitian dengan judul “Strategi Program Taplak (Berita Koplak) di Stasiun Televisi Lokal Jember 1 TV dalam Upaya Menarik Khalayak Umum”. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui strategi program taplak dan mengetahui respon khalayak umum di Jember terhadap program tersebut. Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan ada beberapa strategi untuk menarik khalayak umum menonton program tersebut seperti perencanaan program, produksi program, eksekusi program, dan evaluasi program. Persamaan yang di temukan yaitu sama-sama meneliti

tentang strategi program di TV lokal, adapun perbedaannya yaitu di bagian fokus penelitian.

Keempat, Syalma Arrofa Ibnu Gunawan (2020) mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam telah melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Program Dakwah TVRI Jawa Tengah Di Era Disrupsi”. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk menemukan serta menjelaskan strategi program dakwah TVRI Jawa Tengah di era disrupsi. Penelitian yang dilakukan berjenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, adapun pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan fenomenologi yang bersifat induktif dan deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu dalam menghadapi era disrupsi TVRI Jawa Tengah melakukan penyusunan beberapa strategi sekaligus, meliputi strategi komunikasi (internal eksternal), strategi dakwah, strategi program televisi, dan strategi program khusus yang diaplikasikan pada program-program dakwah yang diproduksi sendiri oleh TVRI Jawa Tengah. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi suatu program, adapun perbedaannya yaitu pada pendekatan yang digunakan.

Kelima, Bayu Budiono (2020) mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah melakukan penelitian yang berjudul “Efektivitas Dakwah Melalui Televisi Kabel Terhadap Peningkatan Pemahaman Agama di Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja”. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui efektivitas dakwah melalui TV kabel terhadap peningkatan pemahaman keagamaan serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan tersebut. Penelitian ini berjenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa siaran Rodja Tv yang disediakan di Tv kabel Beta belum bisa dikatakan efektif karena banyak dari pelanggan televisi kabel Beta yang tidak mengetahui adanya siaran Rodja Tv, tetapi pelanggan lebih banyak menyaksikan siaran dakwah melalui *chanel* Tv lain dan melalui *handpone* (HP) karena dianggap lebih praktis. Persamaan penelitian ini yaitu

sama-sama meneliti dakwah melalui media televisi, adapun perbedaannya yaitu terletak di fokus penelitian.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif adalah prosedur eksplorasi yang menghasilkan data deskriptif kualitatif dalam bentuk pesan tertulis atau suara dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah yang ruang lingkungannya alamiah dengan mengutamakan proses interaksi komunikasi yang mendalam guna mempelajari dan mengetahui suatu fenomena (Herdiansyah, 2010).

Menurut Lexy J. Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami suatu fenomena yang dialami oleh subjek penelitian melalui deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa (Prastowo, 2016). Dalam penelitian ini fenomena yang dimaksud adalah strategi pemrograman TVKU dalam mempertahankan Ulama Menyapa sebagai program dakwah.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah pendekatan yang menggambarkan situasi suatu peristiwa, tidak mencari dan menjelaskan hubungan, dan tidak menguji atau memprediksi hipotesis ataupun membuat dugaan (Rahmat, 2009). Oleh karena itu, peneliti akan berusaha menggambarkan bagaimana strategi TVKU dalam mempertahankan program Ulama Menyapa.

### **2. Definisi Konseptual**

Strategi adalah taktik atau rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan dan kondisi yang diinginkan terkait dengan visi dan misi yang akan di capai. Secara garis besar dalam melakukan strategi ada tiga tahapan dalam prosesnya yaitu perumusan masalah, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Dalam penelitian ini strategi yang akan digunakan yaitu strategi pemrograman. Strategi pemrograman yaitu suatu cara untuk mempertahankan suatu program agar tetap memiliki *audience* yang stabil. Untuk dapat mempertahankan suatu program acara maka

perlu disusun dengan sedemikian rupa sehingga program tersebut tetap bertahan dan mengenai target *audience* yang menjadi sasaran.

Program-program acara yang dinikmati oleh khalayak tidak bisa lepas dari peranan programmer. Mereka memakai strategi pemrograman tertentu yang membuat program mereka berbeda dari program satasiun televisi lain. Fokus utama pemrograman adalah masyarakat sebagai penonton televisi yang merupakan kunci dari penyajian susunan acara. Oleh karena itu programmer harus memiliki strategi pemrograman yang matang serta mengenali karakteristik dari *audience* yang sudah ditargetkan.

Tujuan penyiaran televisi adalah untuk mempengaruhi khalayak, maka sangat penting untuk mengetahui selera dan kemauan khalayak. Terkait dengan hal tersebut, Sydney W. Head mengemukakan lima elemen penting dalam strategi pemrograman, yaitu *compatibility*, *habit formation*, *control audiencece flow*, *conservation of program resource* dan *breadth appeal*.

Program dakwah merupakan suatu program yang disusun terperinci, detail, dan sistematis yang dibuat sebagai aktivitas penyampaian nilai-nilai Islam. Program dakwah yang dimiliki oleh TVKU Semarang yaitu program Ulama Menyapa, suatu program dengan sistem *talkshow* yang tayang satu kali seminggu di setiap hari senin pukul 16.00 WIB. Program ini membahas permasalahan yang ada di sekitar masyarakat. Misalnya, sikap MUI terhadap perjudian di Jawa Tengah, memilih pemimpin melalui pemilu dalam perspektif Islam, dan membedah penyebab tingginya perceraian di Jawa Tengah. Beberapa tema tersebut merupakan hal yang hangat di perbincangkan di masyarakat.

### 3. Sumber Data

Sumber data merupakan salah satu hal terpenting dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan satu sumber data yaitu data primer. Menurut (Sugiyono, 2016) data primer adalah sumber data yang menyediakan data secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan dari Andita Nurhandayani kepala produksi TVKU.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Ketika memasuki lapangan penelitian pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat berubah ubah, sehingga peneliti dihadapkan pada kondisi dan situasi yang sulit untuk menebak dengan tepat apa yang sudah, sedang dan akan terjadi. Untuk itu peneliti akan mengandalkan teknik-teknik pengumpulan data kualitatif, seperti wawancara, observasi dan dokumentasi (Trisliatanto, 2020).

##### a) Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh data yang di perlukan. Bisa diartikan juga yaitu kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang di lakukan oleh objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif observasi digunakan untuk mendefenisikan dan menjelaskan fenomena riset. Observasi akan dilakukan sebanyak 2 kali (prariset dan riset) ke program Ulama Menyapa di TVKU Semarang.

##### b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang di simpan atau didokumentasikan sebagai bahan dokumenter bukan sebagai bahan literatur yang di terbitkan (Gunawan, 2015). Pada penelitian ini dokumentasi akan berupa arsip-arsip yang dimiliki TVKU terkait program Ulama Menyapa

##### c) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menanyakan pertanyaan secara langsung kepada sumber yang dianggap tepat untuk memberikan informasi seputar permasalahan yang akan diteliti. Untuk itu peneliti melakukan wawancara semi terstruktur dengan Andita Nurhandayani sebagai kepala produksi untuk memperoleh jawaban dari daftar pertanyaan yang dijadikan sumber data untuk penelitian.

#### 5. Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga dapat



di tarik kesimpulan dan dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2016). Peneliti dalam menganalisis data menggunakan metode dari Miles dan Huberman, yang terdiri dari beberapa langkah sebagai berikut:

a) Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih, memusatkan, menggambarkan hal-hal yang pokok dan memfokuskan kepada yang penting sesuai dengan tema penelitian. Dengan demikian data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Reduksi data dilakukan dengan cara memilih data yang relevan yang bisa digunakan untuk menjawab rumusan masalah, kemudian disederhanakan dan disusun secara sistematis.

b) Penyajian Data

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya yaitu menyajikan data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam hal ini Miles dan Huberman paling sering digunakan untuk menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif.

Dalam menyajikan data, peneliti akan mendeskripsikan mengenai strategi di TVKU sesuai dengan data-data yang telah ditemukan di lapangan.

c) Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan yaitu dalam pengumpulan data peneliti diwajibkan memahami dan paham sesuatu yang telah diteliti dan menemukan pola-pola pengarah serta sebab akibat. Kesimpulan juga perlu dikonfirmasi kebenarannya selama penelitian berlangsung.

## **BAB II**

### **STRATEGI PEMROGRAMAN DAN TELEVISI**

#### **A. Strategi Pemrograman**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang berarti memimpin. Sebuah strategi sebenarnya adalah rencana untuk mencapai suatu tujuan, strategi harus mampu menunjukkan apa itu taktik operasional, daripada berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberikan arah (Effendy, 2002). Dalam melakukan strategi perlu melalui beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahap, yaitu:

1. Perumusan Masalah

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan digunakan. Termasuk didalamnya pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menerapkan suatu objektivitas, membuat strategi alternatif,

2. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan masalah dan memilih strategi yang akan ditetapkan, maka selanjutnya melaksanakan strategi yang diterapkan tersebut. Dalam tahapan ini membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi yang dipilih. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan perorganisasian sumber daya serta mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan organisasi

3. Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir yaitu evaluasi implementasi strategi. Evaluasi ini dianggap penting karena keberhasilan yang dapat dicapai diukur dari strategi yang telah digunakan apakah akan digunakan kembali oleh suatu organisasi tersebut dan evaluasi juga dibutuhkan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai (David, 2002).

Strategi adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Strategi adalah suatu proses yang tidak berakhir, bila strategi tersebut telah ditetapkan, maka harus diimplementasikan. Setiap saat selama proses implementasi dan pengawasan, strategi mungkin memerlukan modifikasi agar tetap berguna (Morissan, 2008). Kata program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensi (Morissan, 2008).

Siaran sebagai output stasiun penyiaran yang dikelola oleh organisasi penyiaran, merupakan hasil perpaduan antara kreatifitas manusia dan kemampuan sarana/alat atau antara perangkat keras dan lunak. Perangkat keras terdiri dari sarana dan prasarana, pemancar dan perangkatnya, sedangkan perangkat lunak terbagi atas manusia pengelola (termasuk didalamnya manajemen) dan program (Wahyudi, 1994). Jadi, perangkat keras ini baru bisa beroperasi bila didukung oleh perangkat lunak, yaitu manusia dan program siaran,

Program siaran pada sebuah televisi diatur dalam sebuah *programming* televisi yang mengatur perencanaan program dan penjadwalan program yang akan disebarluaskan ke masyarakat melalui sebuah *channel*. *Programming* merupakan perangkat lunak yang menjadikan adanya perangkat keras. Keduanya penting untuk menjalankan sistem bekerja, namun tanpa adanya *programming* tidak akan ada siaran/*broadcasting*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *programming* merupakan bagian penting dari aktivitas siaran televisi.

Setiap program televisi punya sasaran yang jelas dan tujuan yang akan dicapai. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut maka dibutuhkan suatu strategi pemrograman atau *programming*. *Programming* yaitu mengatakan bahwa pada stasiun televisi, *programming* diarahkan pada produksi program yaitu program apa

yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli, dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audiens (Morissan, 2008). Sedangkan menurut Eastman, Klien dan Head (1985) “*programming can be defined as the strategic use of program arranged in schedules design to attract carefully afined target audiences*”. *Programming* merupakan strategi penggunaan program yang sudah tersusun, yang dirancang untuk menarik audiens yang telah ditentukan.

*Programming* televisi adalah suatu kegiatan penjadwalan program televisi yang akan diudarkan (*to be aired*) dalam periode harian, mingguan atau bulanan. Proses pemrograman memiliki nilai penting karena proses ini menentukan berhasil tidaknya televisi meraih penonton. (Morissan, 2008). Pemrograman lebih tertuju pada bagaimana sebuah acara mulanya diseleksi dan dipilih kemudian ditentukan jadwal tayangnya dan kemudia dievaluasi terkait dengan kualitas program. Pada umumnya lembaga penyiaran menggunakan strategi dengan cara mengganti ulang penjadwalan secara rutin dan menghadirkan program program yang terbaru untuk merebut perhatian pendengar dan *audience*.

Strategi mengacu pada perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, strategi *programming* merupakan perencanaan dan manajemen *programming* untuk mencapai suatu tujuan. hal yang dinikmati oleh masyarakat dari industri televisi adalah program acara. Salah satu kunci kesuksesan dari program acara terletak pada *programming*.

Untuk bersaing dengan kompetitor yang ada, maka lembaga penyiaran harus memiliki strategi *programming* yang direncanakan untuk menarik sebanyak mungkin audiens atau penonton. *Programming* suatu lembaga penyiaran harus menyadari suatu prinsip dasar dalam mengelola program siarnya yaitu bahwa setiap menit dalam waktu siaran memiliki perhitungan sendiri. Idealnya pengelola program akan berupaya untuk mempertahankan *audience* mereka agar tetap menonton program yang telah disiarkan. Namun, pada kenyataanya tidak semua program dari lembaga penyiaran disukai oleh *audience*. Di setiap lembaga penyiaran pasti memiliki program program populer yang memiliki banyak peminat

atau penonton dan ada juga program yang kurang populer atau kurang disukai oleh penonton.

Untuk itu dibutuhkan strategi *programming* untuk menarik *audience* sebanyak mungkin dan mempertahankan *audience* agar menjadi penonton setia dari suatu program tersebut. Maka dari itu, seorang *programming* harus mengetahui karakteristik dari *audience*. Dari mengetahui karakteristik tersebut programmer dapat mengetahui *audience* cenderung berpindah saluran pada setiap selesainya program siaran. Perpindahan *audience* dari suatu saluran ke saluran lainnya terjadi pada titik perpindahan antara suatu program ke program berikutnya.

Perpindahan yang terjadi pada setiap berakhirnya suatu program disebut dengan istilah aliran khalayak atau *audience flow*, terdiri dari tiga jenis yaitu (Morissan, 2008).

1. Aliran ke luar (*outflow*), yaitu khalayak meninggalkan stasiun sebelumnya menuju ke stasiun lainnya.
2. Aliran ke dalam (*inflow*), yaitu masuknya khalayak dari stasiun lain.
3. Aliran tetap (*flowthrough*), yaitu khalayak tidak berpindah namun mengikuti acara selanjutnya pada stasiun yang sama.

Dalam siaran televisi, *programmers* membagi beberapa waktu siaran televisi ke dalam standar periode waktu televisi (*dayparts*). Berikut urutan pembagian standar waktu periode televisi (Tyler, 1992).

- a. *Daytime Programming*, terbagi atas: *early morning*, yakni pukul 6.00-9.00, *morning*, pukul 9.00-12, dan *afternoon*, pukul 12.00-16.00
- b. *Evening Programming*, terbagi atas: *early fringe*, yakni pukul 16.00-18.00, *early evening* atau *early news*, pukul 18.00-19.00, *prime time access* atau *prime access*, pukul 19.00-20.00, dan *prime time* pada pukul 20.00-23.00
- c. *Late Night Programming*, terbagi atas: *late fringe*, yakni pukul 23.00-23.30, *late night*, pukul 23.30-2.00 pagi, dan *overnight*, pukul 2.00-6.00

Dari sekian banyak periode waktu televisi yang telah disebutkan di atas, *prime time* merupakan waktu siaran televisi yang paling banyak menarik penonton. Selain itu, penonton yang berada pada segmen ini sangat beragam (tua, muda, anak-anak, dan sebagainya). Stasiun televisi biasanya akan menepatkan program acara yang paling bagus pada segmen ini karena jumlah audiennya yang besar. Selain itu, acara *prime time* juga bisa dinikmati segala kalangan (Morissan,2008).

*Programming* merupakan hasil dari sebuah proses, adapun proses atau prosedur dasar dalam melakukan *programming* adalah: pertama, memilih program yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan audiens, kedua yakni mengatur keseluruhan penjadwalan program dari satu program ke program berikutnya, dan terakhir yakni melakukan evaluasi dari hasil yang diperoleh dan membuat beberapa penyesuaian (Eastman, Tyler, & Ferguson, 2009).

a) Memilih dan Menyeleksi Program.

Adapun atensi yang dilakukan terhadap media massa berhubungan dengan persepsi dan harapan khalayak terhadap media tersebut. Khalayak memiliki motivasi yang spesifik dalam menggunakan beberapa fungsi media massa

1. *Surveillance*, yaitu menginformasikan dan menyediakan berita, berfungsi memberikan peringatan terhadap lingkungan, alat untuk mendapatkan berita mengenai ekonomi, dan masyarakat, serta mengekspos nilai-nilai dalam suatu peristiwa atau individu.
2. *Correlation*, yaitu menyeleksi, mengartikan, dan mengkritik. Berfungsi memperteguh nilai-nilai sosial, mempengaruhi kestabilan sosial, memberikan status, memonitor dan mengatur opini public, mengawasi pemerintah.
3. *Transmission of culture*, yaitu mewariskan. Berfungsi untuk meningkatkan kohensi sosial, menyebarkan pengalaman umum, mengurangi anomie (rasa keterasingan), dan melanjutkan sosialisasi secara terus menerus.

4. *Entertainment atau hiburan*, berfungsi mengisi waktu luang, *escapism* (pelarian diri), menciptakan budaya massa dalam seni dan music, serta meningkatkan selera atau pilihan.

Itulah beberapa fungsi media massa yang menjadi pencarian tujuan bagi khalayak dalam memberikan atensinya kepada media. Bagian terpenting dari *programming* adalah bagaimana mengerti keinginan ataupun kebutuhan audiens. Permintaan akan hiburan dapat berarti campuran antara program drama dan komedi. Sedangkan *information programming* mengacu kepada hal-hal yang bersifat kebaruan atau *novelty*. Jenis program informasi lain yang dapat menarik banyak penonton adalah program *infotainment* yang merupakan perpaduan antara unsur hiburan dan informasi.

b) Strategi Penjadwalan Televisi.

Untuk menarik audience *programming* dapat menggunakan beberapa strategi penjadwalan yaitu: *hammocking*, *tentpoling*, *counter programming*, *blunting*, *stunting*, *blocking*, *bridging*, *lead-off*, *lead-in*, *seamlessness* (Eastman, 1992)

- 1) *Hammocking*, yaitu menempatkan program baru atau program lemah di antara dua program yang sukses.
- 2) *Tentpoling*, yaitu penjadwalan dengan penempatan program yang sukses di antara kedua program baru atau lemah dengan tujuan menguatkan ketiganya.
- 3) *Counter Programming*, yaitu menjadwalkan program dengan menyajikan program yang jauh berbeda dari apa yang ditayangkan komperitor. Strategi ini juga dapat dilakukan dengan tidak memperhitungkan konsep demografis, melainkan mencoba meraih sejumlah pemirsa yang terabaikan yang bukan mayoritas. Contoh ABC pada hari Senin menayangkan program yang berbeda dengan stasiun televisi lain dengan tayangan *Monday Night Football*.

- 4) *Blunting*, yaitu menayangkan suatu episode yang menampilkan bintang tamu terkenal untuk melawan program baru, atau dengan menayangkan program spesial yang dibintangi selebriti terkenal.
- 5) *Stunting*, dalam rangka untuk meraih rating yang tinggi, *Programming* dapat menyimpang dari hal biasa yang dilakukan. Contoh, serial baru komedi ditayangkan dua episode sekaligus, atau memindahkan suatu program ke jadwal yang berbeda untuk sementara waktu, menjadwalkan program spesial, ataupun dengan menambahkan bintang tamu.
- 6) *Blocking (stacking)*, strategi ini menggunakan teori *audience flow* yaitu menayangkan secara beruntun program sejenis pada suatu rentang waktu tertentu atau *daypart*.
- 7) *Bridging*, strategi ini tidak umum digunakan pada televisi komersial, melainkan lebih digunakan bagi televisi publik maupun televisi kabel. Adapun strategi ini dengan menayangkan program yang berdurasi panjang dan ditayangkan pada saat *prime access* dan berlanjut hingga saat *prime time*, selain itu, *bridging* dapat pula berupa penayangan program pada waktu yang ganjil. Contoh TBS menayangkan program pada 5 menit setelah satu jam. Dengan begitu pemirsa dipaksa untuk menonton program TBS selanjutnya atau menonton program lain dengan terlambat 5 menit
- 8) *Lead-off*: strategi penjadwalan yang menempatkan program kuat di jam siaran pertama pada saat *prime time*.
- 9) *Lead-in*: program yang cukup bagus dan ditempatkan sebelum program berikutnya agar penonton dari program sebelumnya mengikuti program berikutnya.
- 10) *Seamlessness*: program acara dimulai dengan menampilkan adegan yang dapat menarik perhatian dan judul serta *credit title* lainnya dipersingkat. Ketika acara akan berakhir diberikan "*bloopers*" (cuplikan beberapa adegan menarik agar penonton tetap menonton di stasiun tersebut hingga menonton ke program berikutnya.



c) Evaluasi

Industri penyiaran dan kabel televisi menggunakan beberapa pendekatan riset dalam mengevaluasi program dan pemirsa. Riset kualitatif berupaya menjelaskan mengapa orang menonton program tertentu, *programmers* menggunakan data kualitatif untuk membantu memperbaiki isi program, memilih program dan melihat reaksi orang terhadap program.

Selain memperhatikan proses dalam suatu *programming*, fokus utama dalam *programming* yaitu khalayak sebagai pemirsa atau penonton televisi. Untuk itu dibutuhkan riset untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan khalayak tersebut. Sehubungan dengan selera khalayak, Sydney W. Head menguraikan lima (5) elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi *programming*, sebagai berikut (Eastman Tyler & Klein, 1984).

1. *Compatibility* (kesesuaian).

Program acara disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari khalayak. Rutinitas khalayak seperti kapan mereka sarapan, kerja, istirahat, dan sebagainya menjadi acuan televisi dalam menjalankan *programming*.

2. *Habit formation* (membangun kebiasaan).

Kebiasaan khalayak dibentuk melalui program acara yang ditayangkan. Tidak jarang dari pembentukan kebiasaan ini timbul sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak pun enggan meninggalkan program acara yang ditayangkan.

3. *Control of audience flow* (mengontrol aliran pemirsa).

Ketika sebuah program selesai ditayangkan, maka program berikutnya disajikan. Antara program yang satu dengan berikutnya, jumlah *audience* harus tetap dijaga dengan menyajikan program yang tetap bisa menjaga aliran penonton agar tidak beralih ke channel lain atau bahkan menarik penonton channel lain.

4. *Conservation of program resources* (pemeliharaan sumber daya program).

Tidak jarang program acara yang sangat terkenal dan digemari banyak khalayak sekalipun menjadi sangat kuno ketika ditayangkan kembali untuk

keseharian kalanya. Oleh karena itu, stasiun televisi dituntut untuk kreatif dalam menyajikan materi program yang ditayangkan.

5. *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas).

Program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini bergantung pada status organisasi televisi dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang ditayangkan.

Elemen-elemen ini sangat berguna dalam menyusun jadwal serangkaian mata acara televisi. Program apa saja yang pantas untuk pagi, siang, sore hingga tengah malam. Dengan demikian keinginan dan kebutuhan khalayak bisa terpenuhi meskipun tidak semua pihak terpuaskan. Dalam menyusun jadwal program ada banyak pihak yang mempengaruhi *programming*, terlepas dari status organisasi penyiaran tersebut, apakah televisi komunitas, televisi publik ataupun televisi komersial.

Jika televisi publik dan televisi komunitas memiliki aturan dan pijakan yang jelas dalam mengatur program-programnya serta ada evaluasi yang berasal dari publik atau komunitas tertentu, bukan berarti televisi komersial memiliki tekanan dan pengaruh dalam menyusun program programnya (Gazali, 2003). Hal ini dikarenakan setiap stasiun televisi mempunyai target *audience* yang juga dikehendakinya.

## **B. Televisi sebagai Media Dakwah**

Televisi berasal dari bahasa Yunani “*tele*” yang berarti jarak jauh dan “*vision*” yang berarti penglihatan. Segi jauhnya diusahakan oleh prinsip radio dan segi penglihatannya oleh gambar (Royid, 1989). Dengan demikian televisi yang dalam bahasa Inggrisnya *television* diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini yaitu dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dan dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (Sunandar, 1998).

Televisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai pesawat sistem penyiaran gambar objek yang bergerak yang disertai dengan bunyi

(suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dengan mengubahnya menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk penyiaran, pertunjukan, berita dan sebagainya (Dewi, 2014).

Perkembangan dan perubahan media televisi, baik dalam programnya maupun dalam peningkatan teknologinya, akan menawarkan cara baru bagi publik dalam pemanfaatan sarana televisi di masa mendatang. Maka sangat memungkinkan pola konsumsi informasi ini dalam pembentukan gaya hidup para pemilik dan penonton TV (Muhtadi, 2012). Televisi telah mengubah dunia dengan terciptanya dunia baru bagi masyarakat, dengan seluruh keunggulan dan kelemahannya sebagai media. Televisi bisa digunakan sebagai media dakwah dalam mengembangkan atau menanamkan ajaran-ajaran Islam

Menurut Yunus dakwah berasal dari bahasa Arab "*da'wah*" yang memiliki tiga huruf asli, yaitu *dal*, *a'in*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asli tersebut, terbentuklah beberapa kata dengan berbagai arti. Arti-arti tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta bantuan, memohon, menanamkan, memerintahkan untuk datang, berdo'a, menangis, dan meratap (Arifin, 2011).

Menurut Hamka, dakwah merupakan kata benda yang berasal dari kata *da'a* – *yad'uu* yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai seruan, rayuan, ajakan, memanggil, menghimbau, mengharap, serta kalimat-kalimat lainnya yang mempunyai maksud dan makna yang sama. Penyampaian dakwah dari atas ke bawah artinya panggilan, dari bawah ke atas berarti pengharapan, sedangkan dakwah yang disampaikan kepada umum berarti seruan dan ajakan (Muzani, 2020).

Menurut Tata Sukayat, dakwah memiliki lima unsur yang harus ada dan dipenuhi, yaitu orang yang melakukan dakwah atau disebut *da'i*, objek atau sasaran dakwah yang disebut *mad'u*, pesan yang disampaikan ketika berdakwah atau *mawdhu' al-da'wah*, cara atau metode dakwah yang disebut *uslub al-da'wah*, dan media yang digunakan dalam berdakwah atau yang dikenal dengan *wasilah al-da'wah* (Muzani, 2020).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dakwah yaitu tiap-tiap kegiatan manusia yang bertujuan untuk mengajak dan memanggil manusia lainnya atau khalayak umum agar melakukan suatu kebaikan, kebajikan, dan melarang serta mencegah kemungkaran. Dakwah dikategorikan dalam tiga macam (Munir, 2009), yaitu :

a. Dakwah *Bil-lisan*

Pola dakwah dengan model tersebut biasanya dilakukan secara lisan atau dari perkataan seorang da'i. Contohnya seperti ceramah, khutbah, diskusi, nasihat dan sejenisnya.

b. Dakwah *Bil-qalam*

Dakwah dengan cara ini dilakukan dengan tulisan. Missal dakwah dengan cara ini melalui buku, novel, bulletin, cerpen, surat kabar, *caption* di media sosial, serta tulisan-tulisan yang ditempel atau tertulis di dinding berisi ajaran islam.

c. Dakwah *Bil-hal*

Dakwah dengan cara ini dilakukan dengan contoh dengan cara perbuatan atau amal yang nyata. Misal memberikan contoh kepada orang lain untuk bersedekah, membuang sampah di tempatnya dan hal-hal baik lainnya yang dapat ditiru oleh orang lain.

Dakwah pada dasarnya adalah suatu proses yang berkesinambungan dan merupakan aktivitas dinamis yang mengarahkan kepada kebaikan dan mencegah dari hal yang mungkar. Dalam proses berdakwah pastinya menggunakan strategi untuk menunjang berlangsungnya penyampaian materi. Dalam proses penyampaian materi dakwah kepada *mad'u* atau masyarakat umum bisa melalui beberapa media. Penggunaan media dakwah merupakan unsur tambahan dalam rangka penyampaian pesan dakwah. Seorang da'i membutuhkan media untuk dijadikan pendukung dan sebagai perantara saat menyampaikan materi dakwahnya. Pada program Ulama menyapa, menggunakan metode dakwah *bil-lisan* yakni metode dakwah yang langsung diberitahukan kepada mad'u baik secara langsung maupun tidak langsung.

Media berasal dari kata *medius* yakni bahasa latin yang memiliki arti perantara, tengah atau pengantar. Media yang dimaksud tersebut ialah suatu alat yang dapat digunakan untuk mentransfer pesan dari sumber ke penerima pesan. Lebih tepatnya, yang dimaksud itu ialah alat-alat yang berbentuk nyata dapat dilihat dan dipegang seperti buku, film, video, kaset, *slide*, dan lain-lain (Cangara, 2016).

Jenis-jenis media dakwah yang dimaksud antara lain:

a. Media Cetak

Media cetak adalah semua jenis tulisan yang dicetak diatas kertas. Media cetak bisa disebut media dakwah jika isi tulisan yang ada di dalamnya memuat pesan *amar ma'ruf nahi munkar* atau pesan yang berisi unsur keislaman. Contoh media cetak yaitu surat, brosur, spanduk, koran, majalah, dan buku.

b. Media Audio

Media audio adalah media yang mengeluarkan suara dan bisa didengar. Pesan dakwah yang termuat dalam media ini dapat didengar namun tidak dapat dilihat. Media audio dinilai cukup efektif dalam memberikan manfaat dakwah Islam. Jenis yang tergolong dalam media audio yaitu radio, *tape-recorder*, dan *podcast*.

c. Media Audiovisual

Media ini memiliki daya tarik lebih karena memiliki suara yang dapat didengar dan gambar yang dapat dilihat secara bersamaan. Media ini sering disebut media elektronik. Contoh media audiovisual antara lain televisi, film dan video kaset.

d. Media Internet

Di era teknologi informasi sekarang ini, peran media baru dan media sosial dalam berdakwah sangatlah penting. Dakwah tidak hanya dipraktikkan di masjid, tetapi juga bisa melalui internet. Internet juga sangat dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diketahui melalui telepon seluler. Orang yang

sibuk dengan aktivitas sehari-harinya tidak terlalu banyak menghabiskan waktu menonton televisi dan membaca surat kabar untuk mencari informasi. Padahal, masyarakat membutuhkan informasi di internet mulai dari bangun tidur hingga kembali tidur dengan kemudahan tersebut. Sehingga, informasi dapat diperoleh tanpa terikat ruang maupun waktu. Hal tersebut merupakan kesempatan emas bagi da'i sebagai sarana dakwah. Selain dakwah melalui dunia nyata, da'i juga membutuhkan dakwah melalui media internet sebagai pendukung dakwah di dunia nyata.

Jenis media dakwah tersebut memiliki fungsi yang kemudian menjadi sesuatu yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah mad'u dapat mengerti dan memahami pesan yang disampaikan atau tidak. Fungsi media dakwah antara lain sebagai sumber informasi tentang dakwah, dapat menjadi sesuatu yang mendidik, menghibur, dan bahkan dapat mempengaruhi cara dan gaya hidup bermasyarakat (Cangara, 2016).

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (Munir, 2009). Sedangkan Syukriadi menyatakan bahwa media dakwah adalah instrument yang dilalui oleh pesan atau saluran pesan yang menghubungkan anantara *da'i* dan *mad'u* (Sukriyadi, 2004). Sehingga, dapat ditarik kesimpulan dari dua defenisi diatas yakni media dakwah adalah alat yang menjadi perantara dari komunikator dengan komunikan untuk menyampaikan pesan dakwah.

Penyebaran dakwah sangat perlu memperhatikan media sebagai penyalur pesan-pesan dakwah. Perkembangan media dakwah harus sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan peradaban manusia, supaya dakwah Islam mampu mewarnai ke seluruh aspek kehidupan manusia. Televisi dapat menyajikan program-program dengan memperhatikan nilai-nilai Islam di dalam masyarakat (Arfin, 2006). Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal (Syukir, 1983).

Televisi sebagai media audio visual memiliki daya persuasi yang sangat tinggi, karena khalayak dapat melihat gambar hidup dan suara sekaligus. Dakwah dengan media audio visual merupakan suatu cara penyampaian dengan merangsang penglihatan serta pendengaran *audience*. Bahkan suara dan gambar itu dapat di tangkap oleh khalayak disaat peristiwa tabligh akbar atau khutbah yang sedang terjadi melalui liputan secara langsung. Selain itu televisi juga memiliki daya jangkau yang sangat luas dalam menyebarkan pesan secara cepat ke berbagai lapisan masyarakat dengan segala dampaknya dalam kehidupan individu di masyarakat.

Televisi memiliki kelebihan sebagai media dakwah jika dibandingkan dengan media yang lainya (Muhyidi, 2002) adalah sebagai berikut :

1. Media televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh dan sulit terjangkau.
2. Media televisi mampu menyentuh *mad'u* yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Seorang *da'i* yang bekerja dalam ruangan yang sempit dan terbatas bisa menjangkau *mad'u* yang jumlahnya bisa jadi puluhan atau jutaan dalam satu sesi acara
3. Media televisi mampu menampung berbagai varian metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para *da'i* untuk memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang paling efektif.
4. Media televisi bersifat audio visual yang memungkinkan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.

Dengan kemajuan teknologi televisi di era sekarang membuat program-program televisi semakin beraneka ragam salah satunya adalah program dakwah. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya (Morissan, 2011). Sedangkan program dakwah adalah suatu organisasi atau lembaga dakwah yang bertanggung jawab atas jalanya semua manajemen mulai dari perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan (Zainni, 1996). Program dakwah memiliki pesan yang akan di sampaikan media

televisi yang memerlukan pertimbangan-pertimbangan lain agar pesan tersebut dapat di terima oleh khalayak sasaran (Aziz, 2009).

Berdasarkan konsep diatas dapat disimpulkan bahwa program dakwah adalah suatu rancangan yang sudah disusun secara terperinci, detail, dan sistematis dalam perencanaan organisasi dakwah untuk melakukan kegiatan dakwah yang siap dilaksanakan. Program dakwah saat ini telah mempunyai tempatnya sebagai sebuah program rutin yang ditayangkan hampir disetiap televisi swasta maupun pemerintah. Program dakwah yang ada di televisi dikemas sedemikian menarik, sehingga banyak pemirsa atau penonton yang menonton program tersebut dan menjadikannya sebagai program favorit bagi kalangan tertentu yang haus dengan ilmu agama. Harus juga disesuaikan dengan budaya yang sedang populer di kalangan masyarakat agar program acaranya juga tetap mendapatkan perhatian dari masyarakat dan relevan dengan yang terjadi di masyarakat.

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh pelaku dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik (Syukri, 1983). Maka dari itu, berdakwah dengan televisi ini sangat banyak memperoleh kehebatan sebagaimana yang telah dipaparkan di atas berdakwah menggunakan televisi lebih banyak memiliki manfaat dibandingkan media lainnya. Sebab, dakwah melalui televisi memiliki relevansi secara sosiologis dengan masyarakat, dan mengingat pemirsa di Indonesia merupakan mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Selain itu juga, dakwah melalui televisi memiliki relevansi secara ekonomis dimana sebenarnya mempunyai pangsa pasar yang potensial jika digarap secara professional yang dapat didengar dan dilihat oleh seluruh penjuru tanah air bahkan hingga ke luar negeri, sedangkan mubaligh (da'i) hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja (Faridl, 2000).



### **BAB III**

## **STRATEGI TVKU DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM ULAMA MENYAPA**

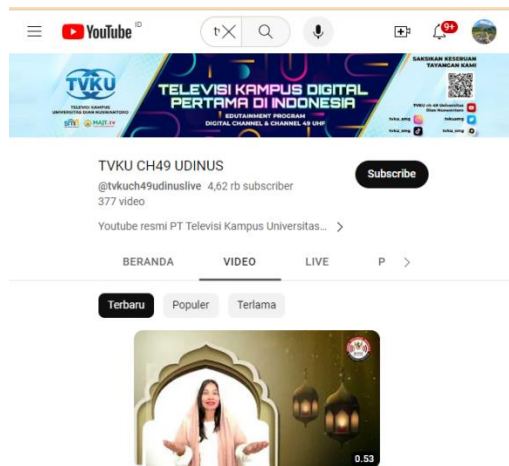
#### **A. Gambaran Umum TVKU Semarang**

Setiap stasiun televisi memiliki strategi dalam rangka turut mencerdaskan bangsa serta memberikan alternatif solusi untuk permasalahan yang ada di masyarakat melalui berbagai program-program siar yang berkuliatas dan tepat sasaran. Dikeluarkannya surat keputusan Gubernur Jawa Tengah No.483/116/2003 tanggal 13 September 2003 dan diperbaharui dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah 483/12A/2005 tertanggal 8 Februari 2005 secara resmi telah diberikannya izin untuk mendirikan sebuah stasiun televisi *education* yang dikelola oleh PT. Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro yang biasa disebut TVKU Semarang. Selain itu pada tahun 2010 TVKU Semarang telah mendapatkan izin dari MENKOMINFO Nomor: 15/KEP/M.KOMINFO/03/2010 tentang izin penyelenggaraan penyiaran. TVKU Semarang resmi mengudara difrekuensi awal pada posisi 21 dan 23 UHF (Pratiwi, 2014).

Adapun visi dari TVKU adalah “Mencerdaskan bangsa melalui media audio visual” sedangkan misinya “Memberikan pendidikan melalui media televisi dengan materi pendidikan teoritis maupun praktis serta aplikatif kepada masyarakat Kota Semarang khususnya dan warga Jawa Tengah” (Rahmawati, 2009). Selain menggunakan televisi sebagai media siar, TVKU Semarang juga menggunakan YouTube dan *web streaming* untuk sarana *live streaming* TVKU Semarang.

Sejauh ini TVKU Semarang mempunyai dua akun YouTube, yaitu TVKU ch49 Universitas Dian Nuswantoro (@tvkuch49udinus) dan TVKU CH49 UDINUS (@tvkuch49udinuslive). Akun YouTube (@tvkuch49udinuslive) digunakan untuk menayangkan siaran langsung pada program TVKU Semarang melalui akun YouTube, contohnya adalah program Ulama Menyapa, *Hotelier Talks*, Bincang Medika, Nyicip, *Special Talk Show*, *High School Forum*, Ruang Dialektik dan

beberapa program siaran langsung lainnya yang formatnya hanya program sementara. Sedangkan untuk akun YouTube (@tvkuch49udinus) lebih berfokus menayangkan program yang berformat tapping seperti Nyicip *On The Street*, Swarga (Suara Warga), Sapa Dosen, dan lain-lain.



Gambar 1 *website tvkuch49udinuslive*

Selain YouTube, TVKU Semarang juga menggunakan *web streaming* untuk media siarnya. Audiens TVKU Semarang tidak perlu repot untuk menonton pada televisi saja, namun bisa menyaksikan siaran TVKU Semarang secara *real time* yang sama dengan siaran di televisi. Selain itu, *web streaming* juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun.

Pada masa-masa awal siaran TVKU Semarang menjalin kerjasama dengan Suara Merdeka Network untuk menyiarkan berbagai konten lokal yang telah di persiapkan oleh Suara Merdeka sebagai wadah aspirasi pembaca harian. Pada Januari 2017 TVKU Semarang sampai saat ini menjalin kerja sama dengan 3 masjid besar di Jawa Tengah yaitu Masjid Agung Jawa Tengah, Masjid Kauman, dan Masjid Baiturrahman. Selain dengan media televisi TVKU Semarang juga menjalin kerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah dan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Jawa Tengah (Julianto, 2022)

TVKU Semarang memiliki program-program unggulan diantaranya:

1. Sapa Dosen

Sapa dosen merupakan program menyapa mahasiswa Universitas Dian Nuswontoro dengan memberikan materi pembelajaran yang berbeda disetiap episodenya sehingga mahasiswa mendapatkan pembelajaran lebih selain tatap muka didalam kelas.

2. Campus Corner

Campus corner sebagai etalase kampus untuk unjuk gigi menunjukkan prestasi-prestasinya dalam bentuk talkshow.

3. Special Talkshow

Program talkshow yang mengangkat isu-isu hangat dan penting dimasyarakat bersama narasumber yang terpercaya seperti gubernur/bupati, walikota, dan publik figure lainnya

4. Kabar Jawa Tengah

Program berita yang menyajikan semua update berita tentang Semarang dan Jawa Tengah.

5. High School Forum

Program talkshow bersama SMA,SMK, dan MA berprestasi di Jawa Tengah baik dalam bidang akademik dan non akademik yang hadir secara langsung.

6. Hotelier Talks

Program kerja sama antara Indonesia Hotel General Manager Jawa Tengah, TVKU Semarang dan Program Studi Pengelolaan Perhotelan UDINUS yang dikemas dalam bentuk talkshow selama satu jam secara live di TVKU dan Youtube yang membahas mengenai dunia perhotelan dengan menghadirkan General Manager Hotel.

7. Ngobrol sambil icip-icip (Ngicip)

Ngicip memberikan rekomendasi-rekomendasi kuliner, mulai dari tips, resep, dan pelaku kuliner di Jawa Tengah. Dipandu *host* dengan pembawaan yang fun, sehingga cocok untuk menemani santap siang.

## 8. Ceritera

Ceritera atau cerita tentang kita adalah program yang dihadirkan untuk anak-anak dirumah dengan pendongeng handal yang tentunya akan menginspirasi dan memberikan pesan motivasi bagi penonton.

## 9. Ulama Menyapa

Program yang mengajak pemirsa untuk memperkuat iman dan karakter keagaamn bersama para ulama yang hadir settiap hari senin dengan membahas berbagai permasalahan yang ada dimasyarakat.

Jangkauan daerah pancaran TVKU Semarang hampir sebagian besar kota-kota di Jawa Tengah, yaitu meliputi: Semarang, Demak, Salatiga, Kudus, Pati, Blora, Rembang, Jepara, Purwodadi, Ungaran, Boyolali, Kendal, Weleri, Batang, Sukoharjo, Pemalang, Sragen, Surakarta, Magelang, Temanggung, dan Karanganyar. (Pamungkas, 2015)

### **B. Program Ulama Menyapa**

Program Ulama Menyapa merupakan program acara yang berisikan materi tentang nilai-nilai keagamaan dengan format *TalkShow* secara *live* di studio TVKU Semarang. Narasumber dari program acara ini berasal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah. Berawal dari pembahasaan ulama-ulama yang ingin memberikan dakwah kepada masyarakat dengan itu TVKU Semarang memberikan wadah untuk melaksanakan niat baik tersebut maka terbentuklah kerjasama antara ulama dan TVKU berupa program ulama menyapa.

“Diawali dengan obrolan bersama ulama untuk membuat suatu talkshow keagamaan dan TVKU juga menyanggupi untuk membuat program ulama menyapa ini” (Wawancara dengan Andita Nurhandayani pada 08 Mei 2023).

Pemirsa TVKU ialah semua lapisan masyarakat yang berdomisili di Kota Semarang dan sekitarnya, warga Jawa Tengah pada umumnya dengan usia 10 s/d 60 tahun, terutama mereka yang berjiwa jurnalistik dan haus akan wawasan dan edukasi (Rahmawati, 2009). Semua program di TVKU dirancang untuk menjawab persoalan

yang ada di sekitar masyarakat Jawa Tengah. Sementara itu, program Ulama Menyapa memiliki target audiens yang luas, yaitu seluruh kalangan masyarakat yang ingin menambah wawasan mengenai ilmu-ilmu agama. Dengan fokus pada pemahaman dan pendalaman ilmu agama, program ini dapat menjadi sumber wawasan dan edukasi bagi mereka yang ingin memperdalam pengetahuan agama Islam.

“Untuk target audiens ulama menyapa itu pengunya menasar ke semua kalangan tapi lebih ke usia dewasa muda sekitaran 20 keatas dan mereka-mereka yang emang tertarik dengan pembahasan-pembahasan agama” (Wawancara dengan Andita Handayani pada 08 Mei 2023).

Program Ulama Menyapa mulai ditayangkan pada bulan juni 2018. Karena TVKU bekerjasama dengan MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah dan tiga masjid besar di Semarang yaitu, Masjid Agung Jawa Tengah, Masjid Kauman, dan Masjid Agung Baiturrahman Semarang, maka ulama-ulama tersebut akan bergantian untuk mengisi program Ulama Menyapa.

“Setiap minggu narasumber akan bergantian entah itu dari Masjid Agung Jawa Tengah, Masjid Kauman atau Masjid Baiturrahman. Program ini bekerja sama dengan MUI Jawa Tengah, jadi narasumbernya diatur dari MUI Jawa Tengah, jadi kita tidak mengundang narasumber, tetapi ini adalah program kerja sama antara TVKU dengan MUI Jawa Tengah dan 3 masjid besar Semarang”. (Wawancara dengan Andita Nurhandayani pada 22 Mei 2023).

Konsep dari program Ulama Menyapa ini sendiri adalah program *talkshow* yang terdiri dari narasumber, *host*, dan audiens atau penonton. Produksi Ulama Menyapa ini biasanya dipandu oleh *host* yang membuka sekaligus memancing pertanyaan kepada narasumber tersebut, yang kemudian akan dijawab oleh narasumber dan seterusnya. Biasanya, terdapat beberapa audiens yang dapat bertanya melalui telepon interaktif maupun di kolom komentar pada siaran *live streaming* YouTube.

Dalam menentukan narasumber dan tema yang akan disampaikan yaitu berasal dari pihak MUI, TVKU Semarang hanya menyediakan tempat dan tim produksi untuk memproduksi program Ulama Menyapa. Sehingga untuk *host* hanya diberikan tema saja, dan harus menyusun pertanyaan sendiri. Hal ini membuat *host* mendapatkan

kebebasan untuk menyusun pertanyaan mereka sendiri, dan dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan tema yang telah diberikan.

“Ketika produser sudah mendapatkan tema dan narasumber dari pihak *client*, produser akan memberikan tema kepada *host*, dan *host* akan menggali sendiri pertanyaan apa yang pantas untuk di bahas dan ditayangkan saat siaran berlangsung.” (Wawancara dengan Andita Handayani pada 08 Mei 2023).

Setiap program pasti memiliki kekurangan dan kelebihan, termasuk program Ulama Menyapa. Untuk mengoptimalkan kelebihan dan mengatasi atau meminimalkan kekurangan program ini maka dibutuhkan perencanaan yang matang salah satunya dengan tema yang akan dibawakan. Penting untuk memperhatikan tema sesuai dengan isu-isu yang sedang diperbincangkan di kalangan khalayak agar menarik perhatian khalayak untuk menonton program Ulama Menyapa.

“Cara mempertahankan program ini yaitu dari tema yang dibahas di setiap episodenya. Contohnya pada hari menjelang idul adha kita membahas tata cara menyembelih hewan qurban atau sekarang lagi maraknya tentang pemilu maka tema yang kita angkat terkait pemilu dalam pandangan islam. jadi kita mempertahankan audiens dari tema-tema yang kita angkat dan sesuai dengan peristiwa yang lagi hangat di perbincangkan.” (Wawancara dengan Andita Handayani pada 08 Mei 2023).

Selain tema TVKU juga melakukan produksi di luar studio agar lebih interaktif dengan audiens dan memperkenalkan program Ulama Menyapa secara langsung. Ulama Menyapa *Goes To Campus* merupakan episode spesial dari program Ulama Menyapa dengan konsep pengambilan gambar langsung dari kampus-kampus yang ada di Semarang, contohnya di Udinus, Unisula, dan lain-lain. Namun, format ini telah lama tidak ditayangkan karena adanya wabah Covid-19.

### **C. Struktur Kru Program Ulama Menyapa**

#### **1. Struktur Organisasi Program Ulama Menyapa**

Struktur organisasi adalah suatu susunan yang digunakan untuk mendefinisikan hierarki atau kekuasaan dalam sebuah organisasi dengan tujuan menetapkan cara sebuah organisasi dapat beroperasi dan membantu organisasi tersebut dalam

menjalankan strategi yang telah dibuat. Berikut adalah struktur kru produksi program Ulama Menyapa:

- a) Direktur Utama : Dr. Guruh Shidiq, M.Cs
- b) Direktur operasional : Hery Pamungkas, S.S.M., I.Kom
- c) Direktur HRD dan Keuangan : Rinowanti Nurtantiastari
- d) Kepala Produksi : Andita Nurhandayani
- e) Staff HRD dan Umum : Agung Julianto
- f) Editor : Riza Alamsyah
- g) Staff Produksi : Siswo, Farid, Fajri, Trias, dan Chibu
- h) Produser Ulama Menyapa : Ika Indraswari
- i) *Host* : Myra Azzahra

## 2. *Job Description*

*Job Description* merupakan sebuah penjelasan tentang pekerjaan yang sudah di atur sesuai dengan jabatan yang didapatkan. *Job Description* berisi ringkasan informasi mengenai masing-masing jabatan agar mempermudah untuk membedakan jabatan antara satu karyawan dengan yang lainnya dalam melakukan pekerjaan. *Job Description* dalam susunan kru produksi program Ulama Menyapa.

### a) Direktur Utama

Mempunyai tanggung jawab untuk memegang perkembangan redaksi, dengan cara menyusun rencana-rencana dalam program stasiun televisi. Selain itu, Direktur utama juga bertugas mengarahkan proses pengelolaan dan penerapan rencana kerja.

### b) Direktur Operasional

Direktur operasional memiliki tugas penting dalam mengawasi dan bertindak mengambil keputusan pelaksanaan kegiatan-kegiatan serta produksi program Ulama Menyapa agar sesuai dengan tujuan dan strategi yang telah dibuat.

c) Direktur HRD dan Keuangan

Direktur HRD dan Keuangan mengawasi penghitungan kompensasi karyawan, tunjangan, kepegawaian, hubungan karyawan, dan pengembangan karyawan. Selain itu, dalam menjalankan proses pemantauan dan pengambilan keputusan mengenai perihal yang berhubungan dengan keuangan di TVKU Semarang.

d) Kepala Produksi

Bertanggung jawab atas jalannya seluruh proses produksi program-program yang ada di TVKU Semarang dari mulai perencanaan, pelaksanaan, paska produksi termasuk mengevaluasi setiap penayangan program.

e) Staff HRD dan Umum

Bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya manusia yang ada di TVKU Semarang mulai dari perencanaan, perekrutan, dan pengembangan karyawan.

f) Editor

Melakukan penyuntingan gambar atau mengumpulkan video yang sudah diambil maupun direkam. Menyusun ulang potongan rekaman video sesuai dengan naskah dan tema yang dibawakan serta menyesuaikan durasi video yang akan ditayangkan.

g) Produser Program Ulama Menyapa

Bertanggung jawab penuh dalam program Ulama Menyapa dari mulai proses perencanaan sampai penayangan program serta mengontrol berjalannya program Ulama Menyapa secara langsung.

h) Staff Produksi

Bertanggung jawab penuh dalam menjalankan program Ulama Menyapa ketika produksi sedang berlangsung. Staff produksi terdiri dari beberapa bagian yaitu:

- 1) *Cameraman* atau penata gambar bertugas untuk merekam semua peristiwa ketika *live* Ulama Menyapa berlangsung.



- 2) *Audioman* atau pengarah audio bertugas untuk mengatur perimbangan suara dari berbagai sumber, antara lain melakukan *set up microphone*, musik/ *backsound* dan lain sebagainya.
- 3) *Switcherman* adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap pengantian gambar, baik atas kemauan dari asisten produser maupun dari keinginanya sendiri yang sesuai dengan ketentuan.
- 4) *Asisten Produser* bertugas dalam membantu produser ketika *live* Ulama Menyapa berlangsung. Biasanya asisten produser bertugas di MCR (*Master Control Room*) dan memiliki HT (*Handy Talkie*) yang bersambung pada *floor director* di ruang studio
- 5) *Floor Director* atau pengarah lapangan bertugas sebagai penghubung dalam menyampaikan pesan oleh asisten produser kepada seluruh staff produksi di studio maupun dengan *host* dan narasumber.

i) *Host*

Bertanggung jawab dalam menyajikan dan memandu program dan narasumber ketika acara dimulai. Menyusun pertanyaan dan melakukan pendekatan dalam menggali informasi kepada narasumber juga termasuk ke dalam *job description* seorang *host* program Ulama Menyapa.

#### **D. Tema Kajian Program Ulama Menyapa**

Hadirnya program Ulama Menyapa yaitu sebagai wadah untuk berdakwah para ulama selain itu juga sebagai tempat untuk memberikan pengetahuan tentang agama dan menjawab terkait isu-isu yang hangat di perbincangkan di kalangan masyarakat Semarang. Memilih tema yang relevan dan sensitif dapat membantu menarik perhatian audiens, menginspirasi diskusi yang bermakna, dan memberikan solusi atau pandangan yang berharga tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Menentukan tema juga merupakan salah satu bentuk dari strategi pemrograman TVKU dalam mempertahankan Program Ulama Menyapa. Berikut adalah tema dari episode Ulama Menyapa yang tayang di tiga bulan terakhir Mei, Juni, dan Juli beserta narasumber dan tanggal penayangan.

Tabel 1 Tema Kajian Program Ulama Menyapa

TEMA	NARASUMBER	TANGGAL TAYANG	JUMLAH VIEWERS YOUTUBE
Kiat Menemukan Pemimpin Santun dan Amanah	Prof . Dr. H., Imam Taufiq, M.Ag	22 Mei 2023	44 penonton
Makna Ibadah Haji 1444 H, Pasca Covid-19	Drs. KH. Sarjuni, M.Ag	29 Mei 2023	33 penonton
Makna Berkurban Pada Ibadah Haji 1444 H	Drs. KH. Anasom, M.Hum	5 Juni 2023	54 penonton
Tatacara Penyembelihan Hewan Kurban Secara Halal	Drs. KH. Muhyiddin, M.Ag	12 Juni 2023	50 penonton
Program BAZNAS Jawa Tengah Terkait Idhul Adha 1444H	Drs. KH. Muhammad Zaen Yusuf, MM Drs.KH, Ahyani, MA	19 Juni 2023	25 penonton
Narkoba Musuh Negara, Apa Langkah Kita?	Drs.KH. Multazzam Achmad, MA	26 Juni 2023	45 penonton
Menghadapi Pemilu 2024 Dalam Prespektif Fiqh	Prof.Dr.KH. Ahmad Rofiq, MA	3 Juli 2023	28 penonton
Amalan Ibadah Yang dianjurkan dibulan Muharram	KH. Hanief Ismail, LC	10 Juli 2023	70 penonton
Membentuk Karakter Santri di Era Kekinian	Drs, KH. Eman Sulaeman, MH	17 Juli 2023	60 penonton
Membedah Tradisi Masyarakat di Bulan Muharram	Dr.KH. Muhammad Syafudin, MA	24 Juli 2023	46 penonton
Kiat Menghafal Al-Qur'an yang Mutqin	Ir. KH. Khammad Maksum Al-Hafidz Guz Zaenal Anwar, Al-Hafidz	31 Juli 2023	82 penonton
Memakmurkan Masjid Berbasis Pelayanan Umat	Dr.H. Nor Hadi., SE., M.Si., Akt.	7 Agustus 2023	62 penonton

Sumber: Youtube TVKU CH49 UDINUS diakses pada 2 Oktober 2023

## E. Produksi Program Ulama Menyapa

Ada tiga tahapan dalam produksi program Ulama Menyapa yaitu tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

### 1. Tahapan Pra- Produksi

Program Ulama Menyapa awalnya ditayangkan setiap hari Jumat pukul 10.30-11.30 WIB. Lalu karena terkendala waktu di mana narasumber biasanya akan persiapan untuk sholat jumat dan jadwal para ulama di hari itu juga biasanya sudah padat sehingga membuat mereka susah untuk mengisi acara. Oleh karena itu, program Ulama Menyapa dipindah menjadi Senin pukul 16.00-17.00 WIB.

“Sebenarnya jam 16.00 itu sudah lumayan primetime karena orang sudah mulai selesai bekerja dan menurut kami itu lebih strategis selain itu kami juga mempertimbangkan jadwal dari para ulama juga dan itu juga berdasarkan rapat dari manajemen juga” (Wawancara dengan Andita Handayani pada 08 Mei 2023).

Tahapan pra-produksi program Ulama Menyapa dimulai dari menyiapkan tema yang akan dibahas dan susunan narasumber yang dibuat oleh pihak MUI Jawa Tengah, lalu diberikan kepada produser dan diteruskan kepada tim desain untuk dibuat flyer lalu disebarluaskan melalui media sosial. Media sosial dapat menjadi saluran yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan menyampaikan informasi tentang program dengan cepat dan mudah.

“Untuk persiapannya paling hanya narasumber dan tema dari pihak MUI Jawa Tengah yang nanti di kirim ke salah satu tim kita lalu produser akan memberikanya ke tim desain untuk membuat flyer untuk diupload di media sosial.” (Wawancara dengan Andita Handayani pada 08 Mei 2023).

Pembuatan flyer sebagai sarana informasi tentang episode atau tema apa yang akan dibahas. Flyer berisikan nama narasumber, *host*, tema, dan tanggal tayang episode yang akan ditampilkan pada episode selanjutnya. Tidak ada persiapan yang signifikan dalam tahapan pra-produksi ini karena untuk

tema sudah ditentukan oleh pihak MUI Jawa Tengah setelah itu *host* akan menggali lebih dalam tentang tema yang telah diberikan dan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan apa yang akan ditanyakan kepada narasumber. Meskipun tema sudah ditentukan oleh pihak MUI Jawa Tengah, *host* tetap memiliki peran penting dalam tahapan pra-produksi dengan menyiapkan diri lebih dalam terkait tema yang akan dibahas. *Host* harus mencari informasi lebih lanjut mengenai tema tersebut agar dapat memahami dengan baik dan menyusun pertanyaan-pertanyaan yang relevan dan menarik untuk diajukan kepada narasumber.

“Setelah menerima tema biasanya kita akan mencari tahu lalu membuat point-point dari tema tersebut untuk ditanyakan ke narasumber. Nanti saya akan membuat sub tema disetiap segmen. Tapi kadang-kadang apa yang dibuat sebelum *live* tidak sama dengan yang terjadi di lapangan akan ada pertanyaan yang tiba-tiba untuk itu narasumber harus siap dengan hal tersebut” (Wawancara dengan Andita Handayani pada 08 Mei 2023).

Ketika narasumber sudah tiba di stasiun TVKU Semarang, *host* biasanya akan mengobrol dengan narasumber agar terjalin *chemistry* antara narasumber dengan *host*. Interaksi ini bisa membantu menciptakan suasana yang lebih santai dan nyaman saat proses rekaman atau syuting berlangsung. Dengan *chemistry* yang tercipta antara *host* dan narasumber, mereka dapat bekerja sama dengan lebih baik selama proses rekaman. Ini dapat mengurangi kemungkinan kesalahan dan meningkatkan efisiensi selama sesi rekaman.

Sebelum memulai siaran audiomann bertugas memasang *microphone* pada narasumber dan *host* yang bertugas. *Microphone* harus dipasang dengan benar agar suara dapat direkam dengan jelas dan tidak terjadi masalah teknis selama siaran langsung. Setelah *microphone* terpasang dilakukan *sound check* untuk memastikan kualitas suara dan mengatur volume suara agar sesuai dengan standar yang diinginkan. Proses ini melibatkan *audiman*, *floor director*, dan staff di *Master Control Room* (MCR) yang mengatur audio secara keseluruhan. Setelah segala persiapan dilakukan dan semuanya siap, tayangan

*live* dapat dimulai sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. *Host* dan narasumber siap untuk menyampaikan program kepada audiens dengan didukung oleh teknisi dan tim produksi di belakang layar.

## 2. Tahapan Produksi

Ketika program Ulama Menyapa dimulai maka *floor director* memiliki peran penting dalam mengawasi dan mengatur jadwal tayangan selama acara Ulama Menyapa berlangsung. Tugas-tugas *floor director* mencakup memberikan aba-aba dan mengkoordinasi waktu yang telah direncanakan untuk berbagai bagian acara. Sebelum program dimulai, *floor director* akan memberikan aba-aba kepada seluruh tim produksi untuk memastikan semua orang siap dan memulai tayangan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Saat berlangsung maka *floor director* akan memberikan aba-aba waktu untuk *commercial break*, iklan, dan waktu program berakhir. Selama *live* tayangan berlangsung, produser juga akan memainkan peran penting dalam mengawasi berjalannya acara Ulama Menyapa. Produser bertanggung jawab untuk memastikan bahwa segala sesuatunya berjalan sesuai dengan yang telah disusun dalam tahapan pra-produksi. Jika terjadi situasi tak terduga atau perubahan rencana, produser harus dapat dengan cepat mengambil keputusan yang tepat untuk menjaga kelancaran tayangan.

Selain *live* melalui televisi program Ulama Menyapa juga dapat dilihat melalui akun Youtube dan website *streaming* TVKU Semarang. Program Ulama Menyapa biasanya terdiri dari lima segmen dan setiap segmen memiliki waktu kurang lebih lima menit. Pada segmen kedua, tiga, dan empat biasanya *host* akan mempersilahkan audiens untuk bertanya melalui telepon interaktif dan pada kolom *live chat* di youtube Ulama Menyapa.

## 3. Tahapan Pasca Produksi

Setelah program selesai, tahap pasca produksi pada program Ulama Menyapa yaitu melakukan evaluasi. Evaluasi tidak dilakukan setiap selesai program, namun hanya dilakukan saat ada hal penting yang harus dievaluasi

antara pihak TVKU Semarang dan MUI Jawa Tengah, mereka akan melakukan rapat evaluasi secepatnya begitu juga jika ada dari tim produksi yang melakukan kesalahan saat *live* maka akan dievaluasi setelah acara selesai.

Evaluasi adalah bagian penting dari setiap produksi, karena membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, memberikan umpan balik yang berharga, serta memberikan kesempatan untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Dengan melakukan evaluasi secara berkala, program Ulama Menyapa dapat terus meningkatkan kualitas dan efektivitasnya dalam menyampaikan pesan

*Streaming* program Ulama Menyapa setelah selesai produksi akan diupload di *channel* Youtube TVKU CH49 UDINUS. Tim produksi akan memantau jumlah penonton disetiap episodenya. Hal tersebut dilakukan guna untuk mengetahui rating dan minat penonton terhadap program Ulama Menyapa.

*“Untuk rating kita sudah lama tidak menggunakan survey Nielsen, kalau sekarang kita hanya melihat dari jumlah viewers Youtube. Kalau dilihat dari upload Youtube, dibilang naik juga tidak tapi masih stabil atau bertahan”* (Wawancara dengan Andita Nurhandayani pada 22 Mei 2023).

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI TVKU DALAM MEMPERTAHANKAN PROGRAM ULAMA MENYAPA**

Setelah melakukan penelitian dan diperoleh data-data yang dibutuhkan, maka selanjutnya yaitu dilakukan analisis sebagai suatu evaluasi hasil penelitian ini. Dalam mempertahankan suatu program di televisi banyak hal yang harus dilakukan stasiun televisi. Dibutuhkan strategi yang matang agar program tersebut dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh penonton yang menjadi sasaran. Dalam menyusun suatu strategi ada 3 tahapan yang perlu diperhatikan menurut Fred R. David yaitu:

#### **A. Tahapan dalam Pembuatan Strategi**

##### **1. Perumusan Masalah**

Merumuskan strategi merupakan langkah awal dalam tahapan ini, termasuk di dalamnya pengembangan tujuan, peluang, ancaman internal dan eksternal, kelemahan dan membuat strategi alternatif

TVKU Semarang dalam membuat suatu program pertama tama tentu memperhatikan masalah yang ada di sekitar mereka dari masalah itu maka mereka akan merumuskan program apa yang akan dibuat untuk menjawab permasalahan tersebut. Sebelum membuat program TVKU akan melakukan riset terhadap program-program dari televisi lain yang sejenis lalu akan mencari jalan keluar atau program apa yang berbeda dan bisa menjawab permasalahan khalayak sekitar.

##### **2. Implementasi Strategi**

Setelah merumuskan masalah dan memilih strategi yang digunakan maka tahapan selanjutnya yaitu menerapkan strategi tersebut. Dalam tahapan ini perlu diperhatikan komitmen dan kerja sama sumber daya serta mekanisme kepemimpinan suatu perusahaan.

Setelah membuat strategi atau memilih program yang akan dibuat maka langkah selanjutnya yang diambil oleh TVKU yaitu membuat susunan keorganisasian atau didalam suatu program acara berarti membuat susunan tim

produksi dan memperkuat sumber daya manusia atau tim yang nantinya akan bekerja di dalam program ini. Ini melibatkan mengidentifikasi peran dan tanggung jawab yang dibutuhkan dalam tim produksi, seperti produser, penyiar, editor, desainer grafis, teknisi, dan lain-lain. keterampilan dan pengalaman yang sesuai untuk mengisi setiap peran dalam tim. Komitmen yang kuat harus dimiliki oleh setiap anggota tim produksi agar strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan dengan baik, tentu juga harus ada andil dari seorang pemimpin yang perlu mengemban tanggung jawab untuk mengatur kinerja setiap anggota tim produksi serta melakukan pengawasan dan pemantauan terhadap pelaksanaan program apakah sudah sesuai dengan strategi yang telah disusun.

### 3. Evaluasi Strategi

Evaluasi dianggap penting karena akan menjadi tolak ukur keberhasilan dari strategi yang telah diimplementasi tadi. Disamping itu juga menjadi acuan apakah strategi yang digunakan sudah tepat sasaran. Dalam industri media penyiaran, pada dasarnya evaluasi merupakan suatu pemeriksaan terhadap pelaksanaan suatu program siaran yang telah dilakukan yang akan digunakan untuk meramalkan, memperhitungkan, dan mengendalikan pelaksanaan program ke depannya agar jauh lebih baik. Dengan demikian evaluasi lebih bersifat melihat ke depan daripada melihat kesalahan-kesalahan di masa lalu, dan diarahkan pada upaya peningkatan kesempatan demi keberhasilan program siaran.

Dalam menjalankan strategi programnya TVKU akan melakukan evaluasi bulanan untuk seluruh program yang ada di stasiun televisi mereka. Evaluasi ini juga akan dilakukan disetiap penayangan telah berakhir jika ada suatu kendala atau kecelakaan dalam penayangan maka akan dilakukan evaluasi langsung terhadap yang bersangkutan. Evaluasi ini dilakukn untuk mengukur dan mengetahui hasil dari kegiatan produksi program apakah sudah sesuai dengan strategi yang disusun sebelumnya. Evaluasi terhadap kegiatan produksi dan penyelenggaraan acara siaran dilakukan dengan 3 cara salah satunya yaitu evaluasi kualitas produksi (Sartono, 2008). TVKU Semarang melakukan evaluasi kualitas produksi dengan mengukur



kejernihan suara dan hal lain yang menyangkut teknis produksi atau penyajian oleh seorang penyiar termasuk didalamnya kinerja tim produksi apakah sudah sesuai dengan *jobdesk* masing-masing.

## **B. Analisis Strategi Pemrograman TVKU dalam Mempertahankan Program Ulama Menyapa**

Strategi pemrograman atau biasa yang disebut dengan *programming* merupakan suatu kegiatan penjadwalan program televisi yang akan ditayangkan setiap harinya. Biasanya lembaga penyiaran menggunakan strategi dengan cara mengganti ulang siaran secara rutin dan menghadirkan program baru yang lebih menarik dan disukai oleh khalayak. Banyak dari stasiun televisi sekarang yang membuat program acara mengikuti tren yang ada di kalangan masyarakat. Strategi pemrograman TVKU Semarang untuk mengembangkan program-program televisi mereka yaitu dengan cara mengikuti tren dan memanfaatkan peluang yang ada, serta memaksimalkan potensi untuk menarik pemirsa. TVKU Semarang berformat pendidikan sehingga program-program yang ditayangkan lebih banyak berorientasi tentang pendidikan seperti program sapa dosen, campus on tv, campus corner, high school forum, hotelier talks. Meskipun berformat pendidikan TVKU juga memiliki program unggulan diluar program pendidikan seperti program kabar Jawa Tengah, Bincang Medika, Ngicip, dan Program Ulama Menyapa.

Program Ulama Menyapa merupakan program dakwah yang dimiliki oleh TVKU Semarang. Program ini terbentuk dari perbincangan para ulama yang ingin menyampaikan atau menyebarluaskan dakwah di sekitar Jawa Tengah serta memberi jawaban akan isu-isu yang berkaitan dengan agama. Untuk itu TVKU Semarang mengambil peluang ini dengan menyediakan tempat atau memfasilitasi para ulama untuk menyampaikan dakwahnya.

Dalam penelitian ini membahas bagaimana strategi pemrograman yang digunakan TVKU untuk mempertahankan satu-satunya program dakwah yang mereka miliki yaitu program Ulama Menyapa. Strategi pemrograman dalam mempertahankan

program harus memiliki strategi yang tepat agar program atau acara tersebut masih disukai dan dinikmati oleh khalayak.

Fokus utama dalam pemrograman yaitu khalayak sebagai pemirsa atau penonton televisi, Sydne W. Head merumuskan ada lima hal yang perlu diperhatikan dalam membuat suatu program yaitu:

1. *Compability* (kesesuaian)

*Compability* berarti kecocokan atau kesesuaian serta memiliki relevansi erat dengan minat dan perhatian khalayak. Dalam menyusun suatu program kesesuaian ini dimaksudkan dengan bagaimana cara stasiun televisi membuat suatu program atau menyusun jadwal program yang akan dibuat dengan memperhatikan habit atau kebiasaan dari target penonton yang menjadi sasaran. Menyusun program acara televisi berdasarkan kegiatan sehari-hari khalayak merupakan pendekatan yang baik untuk menarik perhatian audiens dan menjadikan program tersebut relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan memahami rutinitas dan jadwal kegiatan khalayak, televisi dapat menyusun program-program yang dapat dinikmati oleh banyak orang.

Kesesuaian dalam program Ulama Menyapa yaitu dengan mempertimbangkan jam tayang pada pukul 16.00-17.00 WIB yang mana ini menyesuaikan dengan jam pulang kantor, TVKU menganggap waktu ini merupakan waktu yang strategis untuk menjangkau penonton target. Kebanyakan masyarakat pada jam tersebut sedang dalam suasana relaksasi setelah beraktivitas seharian, sehingga lebih terbuka untuk menerima dan menikmati program televisi.

Kehadiran program Ulama Menyapa yang menyesuaikan dengan kebiasaan dan kebutuhan masyarakat Kota Semarang merupakan langkah yang sangat tepat untuk menarik perhatian penonton dan membangun koneksi emosional dengan audiens. Selain kesesuaian terhadap jam tayang ada beberapa hal yang diperhatikan oleh TVKU dalam membuat program Ulama Menyapa yaitu:

- a) Kesesuaian dengan Kebiasaan Pengajian: Masyarakat Kota Semarang yang gemar menghadiri pengajian menunjukkan minat dan perhatian yang tinggi

terhadap kegiatan keagamaan. Dengan menghadirkan program "Ulama Menyapa" yang menghadirkan narasumber ulama-ulama yang populer, program ini menjadi relevan dan menarik bagi penonton yang tertarik pada hal-hal berkaitan dengan agama

- b) Menyajikan Isu Lokal: Dengan menyusun tema-tema yang sesuai dengan permasalahan yang ada di sekitar masyarakat Jawa Tengah, program ini dapat mencerminkan kehidupan sehari-hari dan masalah-masalah yang dihadapi oleh penontonnya. Hal ini menciptakan rasa empati dan kebersamaan antara penonton dan program, sehingga mereka merasa program ini benar-benar memahami situasi mereka.
- c) Popularitas Narasumber: Kehadiran ulama-ulama yang populer dan dihormati di kalangan masyarakat Kota Semarang menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton. Pengetahuan dan hikmah yang dibagikan oleh para narasumber tersebut dapat memberikan inspirasi dan panduan hidup bagi para penontonnya.

Menurut peneliti, pemilihan waktu sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu program televisi. Mengidentifikasi isu-isu yang sedang ramai di kalangan masyarakat Jawa Tengah adalah langkah cerdas untuk menarik perhatian penonton lokal. Selain itu, mempertimbangkan jadwal harian dan kebiasaan target audiens, seperti dewasa muda yang mungkin sibuk pada jam 16.00, adalah strategi yang bijaksana. Menempatkan program pada waktu yang lebih sesuai dengan jadwal mereka dapat meningkatkan potensi penonton.

## 2. *Habit Formation* (Membangun Kebiasaan)

*Habit formation* atau membangun kebiasaan adalah proses dimana seseorang secara bertahap mengembangkan tindakan atau perilaku yang dilakukan secara otomatis dan tanpa sadar dalam respons sesuatu. Seiring waktu kegiatan tersebut menjadi lebih kuat dan perilaku tersebut menjadi lebih otomatis dan sulit untuk dihentikan. Dalam merancang program agar bisa menjadi kebiasaan tentu harus

memperhatikan beberapa hal seperti program yang dibuat harus memiliki tujuan yang jelas, harus menciptakan pemicu atau pengingat yang konsisten, dan ide-ide yang kreatif agar menarik penonton untuk menyaksikan program tersebut. Membentuk kebiasaan khalayak melalui program-program yang mereka tonton adalah suatu strategi yang umum digunakan dalam industri media untuk menciptakan loyalitas dan keterkaitan emosional antara penonton dengan program-program televisi tertentu.

Untuk membangun kebiasaan program Ulama Menyapa dimulai dengan konsisten untuk menayangkan program setiap hari senin pukul 16.00-17.00 WIB, produser program Ulama Menyapa mencoba untuk membentuk pola tonton yang teratur bagi masyarakat. Namun, sebelum dimulainya penayangan program Ulama Menyapa tahapan pra-produksi yang dapat membangun kebiasaan yaitu dengan menyebarkan flyer di media sosial TVKU Semarang salah satunya instagram. Hal ini dapat menjadi informasi bagi penonton mengenai tema yang diangkat dan narasumber yang akan membahas tema yang ditayangkan dalam program Ulama Menyapa. Selain membentuk kebiasaan menonton ada beberapa hal yang dilakukan TVKU Semarang untuk membangun kebiasaan dalam program Ulama Menyapa yaitu:

- a) Membentuk Kebiasaan Menonton: Dengan menayangkan program pada waktu yang tetap setiap minggunya, produser berharap penonton akan terbiasa untuk menyisihkan waktu pada jam tersebut untuk menonton Ulama Menyapa. Ini membantu menciptakan kebiasaan menonton yang bisa berlangsung secara konsisten dalam jangka waktu yang lebih lama.
- b) Pengangkatan Permasalahan Lokal: Dengan mengambil materi dari permasalahan yang ada di sekitar masyarakat Semarang, program Ulama Menyapa menjadi relevan dengan kehidupan sehari-hari penontonnya. Hal ini dapat menciptakan perasaan empati dan kebersamaan, serta meningkatkan minat penonton untuk terus mengikuti perkembangan program.
- c) Responsif terhadap Isu yang sedang Tren: Dengan mengangkat isu-isu tren seperti kasus perceraian atau pemilu, program ini dapat mengikuti perkembangan zaman dan menarik perhatian penonton yang sedang tertarik

pada topik tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa program ini peka terhadap peristiwa-peristiwa penting yang terjadi di sekitar masyarakat.

- d) Edukasi dan Informasi: Selain menciptakan hiburan, program ini juga memberikan edukasi dan informasi yang berguna bagi penontonnya. Memiliki tema-tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan kebutuhan masyarakat membantu program ini menjadi lebih bermakna dan bernilai.

Selain itu TVKU Semarang juga melakukan pengenalan program ke masyarakat secara langsung dengan cara melakukan kegiatan *live* dari kampus-kampus agar program ini dikenal di masyarakat terutama para mahasiswa. Upaya TVKU Semarang untuk melakukan pengenalan program secara langsung ke masyarakat melalui kegiatan *live* dari kampus-kampus adalah langkah yang sangat tepat. Melibatkan mahasiswa sebagai target audiens adalah keputusan yang strategis, mengingat mereka adalah kelompok yang aktif dalam mengonsumsi konten digital dan memiliki potensi untuk menjadi penonton setia. Namun hal ini harus terhenti dikarenakan dampak dari pandemi Covid-19 dan sampai sekarang program *live* secara langsung dari kampus-kampus tersebut belum dilaksanakan lagi.

### 3. *Control of Audience Flow* (Mengontrol Aliran Pemirsa)

*Control of audience flow* yaitu ketika sebuah program selesai ditayangkan, maka program berikutnya ditayangkan. Antara program yang satu dengan berikutnya maka, jumlah audiens harus tetap sama atau stabil atau tidak beralih ke *channel* lainya. Untuk mempertahankan *audience* TVKU Semarang menggunakan metode *Counter programming* (menyajikan program acara yang berbeda dengan televisi lain) atau menggunakan metode *blunting* (menyajikan program acara serupa atau mirip dengan televisi yang lain). Metode *Counter programming* dilakukan dengan tidak memperhitungkan konsep demografis, melainkan mencoba meraih sejumlah pemirsa yang terabaikan atau bukan mayoritas. Sedangkan, metode *Blunting* menayangkan program yang mirip dengan televisi lain atau menayangkan program unggulan yang dimiliki stasiun televisi (Tyler, Eastman, & Ferguston, 1992).

Metode *counter Programming* pada TVKU Semarang memiliki salah satu program yaitu *hoteliter talks* yang ditayangkan pada pukul 15.00-16.00 WIB. Tujuan adanya program *hoteliter talks* yang membahas tentang dunia perhotelan ini untuk menarik khalayak terutama mahasiswa UDINUS Program Studi Pengelolaan Perhotelan untuk kemudian bertahan pada *channel* TVKU yang selanjutnya akan menayangkan program Ulama Menyapa pada pukul 16.00-17.00. Selain metode *counter programming* ada juga metode *blunting* yang dimiliki TVKU Semarang salah satunya yaitu program Kabar Jawa Tengah yang ditayangkan pada pukul 17.00-18.00. Tujuan ditayangkannya program ini setelah program Ulama Menyapa yaitu untuk menayangkan kabar-kabar terkini tentang Jawa Tengah. Metode inilah yang digunakan oleh TVKU Semarang untuk mempertahankan *audience* pada setiap programnya. Program-program yang disajikan adalah program yang variatif dengan tujuan dan sasaran yang bervariasi.

Program Ulama Menyapa melakukan kegiatan siaran langsung dari kampus-kampus yang ada di Kota Semarang, maka banyak yang akan menonton dan *control audience* dapat dilakukan dengan baik dilihat dari jumlah penonton secara langsung, namun lama kelamaan *control audience* ini tidak dapat difungsikan secara maksimal. Hal ini karena program ulama menyapa tidak lagi dilakukan secara live di kampus-kampus dan dialihkan ke studio dikarenakan pihak yang bekerjasama dengan TVKU Semarang seperti MUI Jawa Tengah dan MAJT TV merasa keberatan dan lebih setuju untuk melakukan kegiatan ini di studio TVKU, Untuk itu, *control audience flow* yang dapat dilakukan oleh TVKU yaitu dengan memantau jumlah viewers yang ada di Youtube CH49 UDINUS.

Menurut peneliti, *control audience flow* yang dilakukan masih kurang ketat karena audiens dari TV tidak terukur, hanya mengandalkan *viewers* dari Youtube. Dalam temuan peneliti jumlah *viewers* pada tiga bulan terakhir tidak begitu banyak peminat dapat dilihat dari jumlah *viewers* yaitu berkisaran dari 25 penonton sampai dengan 82 penonton di setiap tayangannya.

Metode *counter Programming* dan *blunting* sudah ada dan diterapkan oleh TVKU Semarang, hal ini diperuntukkan pula untuk mempertahankan program Ulama Menyapa sebagai salah satu program unggulan yang istimewa. Metode *counter Programming* dengan menayangkan program *hoteliter talks* yang membahas tentang dunia perhotelan. Program tentang perhotelan masih jarang dimiliki oleh stasiun televisi lain sehingga program ini bisa menarik penonton untuk memilih chanel TVKU. Selain *Counter programming* ada juga metode *blunting* yaitu dengan menayangkan program yang mirip dengan televisi lain dalam hal ini TVKU Semarang menayangkan program Kabar Jawa Tengah yang berisikan kabar-kabar terkini tentang Jawa Tengah. Program ini ditayangkan setelah program Ulama Menyapa, membahas tentang kedua program tersebut memiliki perbedaan yang menonjol dengan program Ulama menyapa, namun adanya program *Hoteliter Talks* dan Kabar Jawa Tengah justru menjadi inti dalam *Control of Audience Flow* dalam mengontrol aliran penonton di program Ulama Menyapa.

Menurut peneliti *control of audience flow* yang digunakan TVKU tidak dapat menjamin untuk mendapatkan penonton yang stabil dikarenakan program *hoteliters talk* yang digunakan sebagai *counter program* merupakan program yang hanya ditonton oleh mahasiswa perhotelan saja sehingga tidak dapat menjamin bahwa mereka akan menonton program selanjutnya yaitu Ulama Menyapa.

#### 4. *Conservation of Program Resources* (Pemeliharaan Sumber Daya Program)

Pemeliharaan sumber daya program merujuk pada serangkaian tindakan dan kegiatan yang dilakukan untuk menjaga, memperbarui, mengoptimalkan, dan memastikan kelancaran sumber daya yang terlibat dalam suatu program siar. Tidak jarang program acara yang sangat terkenal dan digemari banyak khalayak sekalipun menjadi sangat kuno ketika ditayangkan kembali untuk kesekian kalinya. Oleh karena itu, stasiun televisi dituntut untuk kreatif dalam menyajikan materi program yang ditayangkan. Berbagai upaya harus dilakukan agar materi yang terbatas dapat ditayangkan setiap hari, misalnya mengemas ulang suatu materi dengan menggunakan pendekatan dan acara penyajian yang berbeda.

Program Ulama Menyapa merupakan kerja sama antara TVKU Semarang dengan MUI Jawa Tengah. Oleh karena itu, tema dan narasumber yang akan di tayangkan diberikan oleh MUI Jawa Tengah. Dari awal dijalankannya program Ulama Menyapa yaitu untuk menjawab permasalahan yang ada di kalangan masyarakat Semarang atau permasalahan-permasalahan yang sedang hangat diperbincangkan. Jadi, tema-tema yang diangkat tidak akan jauh dari permasalahan tersebut begitu juga dengan narasumber akan dicari yang berpengalaman di bidangnya sehingga saat menyampaikan dakwahnya nanti lebih paham dan bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan.

Sebelum acara dimulai, *host* program Ulama Menyapa diharuskan memahami tema yang akan diangkat. *Host* dalam tahapan pra-produksi harus memahami dan menggali lebih dalam tentang tema yang akan disampaikan dan membangun *chemistry* dengan narasumber agar tema yang dibahas dapat tersampaikan dengan baik ke penonton. Hal ini membantu *host* untuk mengarahkan perbincangan dengan lebih efektif, mengajukan pertanyaan yang relevan, dan menjaga alur diskusi agar tetap sesuai dengan topik. Setelah itu, *host* akan membuat beberapa poin pembahasan yang akan diangkat selama acara. Ini membantu mengatur arus perbincangan dan memastikan bahwa semua aspek penting dari tema diperhatikan. Poin-poin ini bisa berupa pertanyaan atau topik yang akan diajukan kepada narasumber. Selain memperhatikan tema *host* juga perlu berbincang dengan narasumber (ulama) untuk memahami sudut pandang mereka, pendekatan yang ingin mereka ambil, serta menggali informasi lebih lanjut tentang kepribadian dan karakter mereka. Ini membantu *host* untuk mengarahkan perbincangan dengan lebih baik, menghindari topik sensitif, dan menciptakan suasana yang nyaman. Berbicara dengan narasumber sebelumnya membantu *host* dan narasumber untuk membangun *chemistry* atau kedekatan antara mereka. Ini bisa membuat perbincangan terasa lebih alami, santai, dan interaktif saat acara berlangsung.

Hal tersebut merupakan cara bagaimana TVKU Semarang menjaga sumber daya program dengan cara meningkatkan kualitas isi program, menarik perhatian



audiens yang lebih banyak, dan membangun citra stasiun televisi yang profesional dan relevan. Tahapan evaluasi dalam pemeliharaan sumber daya program sangat penting karena dengan melakukan evaluasi bisa mengetahui letak salah dan apa saja hal yang harus diperbaiki saat penayangan program Ulama Menyapa. Evaluasi adalah suatu usaha untuk mengukur dan sumber nilai secara objektif dari pencapaian hasil-hasil yang direncanakan sebelumnya, dimana hasil evaluasi tersebut dimaksudkan menjadi umpan balik untuk perencanaan di depan (Yusuf,2000).

Selain evaluasi pengukuran rating televisi memang sangat penting untuk mengevaluasi sejauh mana program televisi dapat mencapai dan mempertahankan perhatian penonton. Sumber daya yang diinvestasikan dalam produksi suatu program seharusnya diimbangi dengan pemahaman yang jelas tentang seberapa efektifnya program tersebut dalam mencapai tujuan penontonnya. Pantauan dari viewers YouTube bisa memberikan gambaran sebagian, tetapi tidak mencakup seluruh audiens potensial, terutama mereka yang lebih cenderung menonton secara tradisional melalui televisi. Jika TVKU Semarang dapat mengimplementasikan sistem pengukuran rating televisi yang lebih komprehensif, mereka akan memiliki data yang lebih akurat dan representatif untuk mengevaluasi kinerja program mereka. Mungkin mereka bisa mempertimbangkan kerjasama dengan lembaga penelitian rating televisi atau menggunakan teknologi pengukuran yang sudah terbukti. Dengan begitu, mereka dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi untuk meningkatkan dan mengoptimalkan program-program mereka.

##### 5. *Breadth Of Appeal* (Daya Tarik yang Luas)

Daya tarik yang luas dalam suatu program siaran mengacu pada kemampuan program tersebut untuk menarik perhatian dan minat audiens yang beragam, termasuk berbagai kelompok demografi, usia, latar belakang budaya, dan prefensi. Dalam suatu program ,memiliki daya tarik yang luas penting karena memungkinkan program untuk mencapai khalayak yang luas, baik secara teknis maupun sosial, namun itu semua kembali lagi ke tujuan dari stasiun televisi tersebut. Daya tarik yang dilakukan oleh

program Ulama Menyapa yaitu dengan melakukan produksi secara langsung di kampus yang ada di Semarang. Kegiatan ini dilakukan untuk memperkenalkan program Ulama Menyapa kepada khalayak khususnya dikalangan mahasiswa sehingga bisa menraik minat mereka untuk menyaksikan program Ulama Menyapa. Namun kegiatan ini sudah lama tidak dilakukan dikarenakan dampak dari COVID-19.

Selain dengan itu daya tarik yang dimunculkan oleh program Ulama Menyapa yaitu dapat dilihat dari ulama-ulama yang diundang yaitu ulama yang sudah dikenal di Kota Semarang karena bekerjasama dengan MUI Jawa Tengah dan MAJT TV. Tema dan narasumber yang dihadirkan pada program Ulama Menyapa pun merupakan orang-orang yang memiliki pengaruh dan terkenal pada bidangnya, sehingga ketika menyampaikan dakwahnya sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan masih pula hangat diperbincangkan di tengah masyarakat.

Diantara tema yang hangat diperbincangkan itu antara lain “Kesigapan Kepolisian dan Urgensi Masyarakat dalam pemberantasan Perjudian” yang disampaikan oleh Irjen. Pol. Drs. Ahmad Lutfi, SH., S. St. Mk dan Dr. KH. Achmad Daroji (Ketua MUI Jawa Tengah). Selain tentang perjudian, tema yang diangkat oleh program Ulama Menyapa juga mengenai perceraian yaitu “Membedah Penyebab Tingginya Perceraian di Jawa Tengah”, dimana hal itu sangat familiar di lingkungan masyarakat. Tema ini disampaikan oleh H. Zainal Fatah, S.Ag. M.S.I yang merupakan Kabid Urais Kanwil Kemenag Jawa Tengah.

Selain tentang perjudian dan tentang perceraian yang merupakan tema yang sangat dekat dengan lingkungan masyarakat, program Ulama Menyapa pun menyajikan tema yang tidak pernah luput diperbincangkan oleh masyarakat kapan dan dimanapun seperti politik. Salah satu tema tentang politik yang pernah diangkat oleh program Ulama Menyapa yaitu “Kiat Menemukan Pemimpin Santun dan Amanah”, tema ini disampaikan oleh salah satu petinggi universitas negeri yang ada di Semarang yaitu Prof. Dr. KH. Imam Taufiq, M.Ag. yang merupakan Rektor UIN Walisongo Semarang.

Menjadi salah satu TV lokal yang menyediakan program dakwah, tentu program Ulama Menyapa tidak akan pernah meninggalkan nilai-nilai Islam sebagai dasar dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan kepada mad'unya. Meskipun tema-tema yang diangkat dan ditayangkan terkesan pembahasan yang umum, namun nilai dakwah yang disampaikan tidak pernah hilang. Ciri khas tersebut yang menarik masyarakat untuk tetap menonton program Ulama Menyapa.

Menurut peneliti, secara garis besar program Ulama Menyapa belum bisa menarik khalayak luas dikarenakan penonton yang mendominasi yaitu orang-orang tua dikarenakan kegiatan *live* secara langsung dari kampus-kampus sudah jarang dilakukan kecuali jika ada program khusus atau materi khusus yang mengharuskan *live* dari kampus-kampus. Sehingga program ini tidak lagi menarik bagi kalangan mahasiswa. Kurangnya inovasi dalam program Ulama Menyapa juga membuat program ini terlihat monoton sehingga kurang diminati oleh audiens yang menjadi target. Inovasi tidak selalu harus besar, kadang-kadang perubahan kecil dalam penyajian konten atau cara berinteraksi dengan penonton bisa membuat perbedaan besar. Dengan adanya perubahan dan inovasi, TVKU Semarang bisa lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian. Selain aspek-aspek tersebut, terus melakukan penelitian dan analisis pasar untuk memahami tren dan perubahan yang terjadi di masyarakat juga penting untuk tetap beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi. Dengan menggabungkan strategi pemrograman yang sesuai dengan teori Sydney W. Head dan mengikuti perubahan tren dan kebutuhan audiens, program Ulama Menyapa di TVKU memiliki peluang yang lebih besar untuk tetap bertahan dan dinikmati oleh khalayaknya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian serta pembahasan yang disampaikan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa TVKU Semarang telah menerapkan strategi pemrograman yang mengacu kepada strategi programming menurut Sydney W. Head yaitu: Kesesuaian (*compatibility*), dengan mempertimbangkan jam penayangan pada pukul 16.00 yang mana ini menyesuaikan dengan jam pulang kantor, membangun kebiasaan (*habit formation*), dengan cara memberikan jadwal yang tetap sehingga program Ulama Menyapa dapat menciptakan loyalitas dan keterikatan dari penontonnya, pengontrolan aliran pemirsa (*control of audience flow*), dengan menerapkan strategi untuk mengontrol aliran pemirsa dengan metode *counter program* dan *blunting*, pemeliharaan sumber daya program (*conservation of program resources*) dengan meningkatkan kualitas isi program dengan tema-tema yang diangkat, daya tarik yang luas (*breadth of appeal*) melakukan kegiatan *roadshow* ke kampus-kampus dan memilih ulama-ulama yang populer di kalangan masyarakat Jawa Tengah.

Meskipun program Ulama Menyapa telah mengimplementasikan strategi pemrograman tersebut. Namun temuan penelitian menunjukkan perlunya mempertimbangkan kembali pemilihan waktu program, selera khalayak, melakukan inovasi, serta evaluasi *control audiens*. Upaya perbaikan ini menunjukkan komitmen TVKU Semarang dalam terus meningkatkan kualitas program agar dapat lebih optimal dan dinikmati oleh penonton. Beberapa faktor lain bertahannya program Ulama Menyapa ini yaitu karena adanya program kerjasama dengan MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah dan tiga masjid besar di Semarang, yaitu, Masjid Agung Jawa Tengah, Masjid Kauman, dan Masjid Baiturrahman Semarang. Selain itu juga program ini masih diminati oleh khalayak karena masih dicari dan ditonton oleh pemirsa setia TVKU Semarang.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian strategi pemrograman TVKU dalam mempertahankan program ulama menyapa yaitu:

1. Kepada pengelola program Ulama Menyapa  
Diversifikasi Format Program: selain *talkshow* di studio, pertimbangkan untuk menciptakan variasi format program, seperti wawancara dengan interaksi langsung dengan audiens atau segmen aksi langsung di lapangan. Dengan cara ini, program akan lebih menarik audiens. Penyesuaian Jam Tayang: melakukan riset lebih lanjut mengenai waktu yang lebih tepat untuk menayangkan program. Pertimbangkan jam-jam tertentu yang lebih sesuai dengan jadwal penonton potensial serta melakukan riset mengenai jumlah penonton televisi agar bisa mengontrol aliran pemirsa. Melibatkan Kampus dan Komunitas: Kerjasama dengan kampus-kampus dan komunikasi lokal yang relevan dapat membantu meningkatkan pemahaman dan apresiasi atas program tersebut.
2. Kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini masih banyak kekurangannya dan masih dibutuhkan penelitian selanjutnya untuk disempurnakan agar menjadi lebih baik lagi dan bisa menggunakan strategi pemrograman lainnya agar lebih beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Arfin, M. (2006). *Dakwah Multi Media Terobosan Baru bagi Para Da'i* . Surabaya: Graha Ilmu Mulia.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, D., & Abdul Jabar, C. S. (2004). *evaluasi program pendidikan, cetakan kedua*. Bandung: PT. Bumi Aksara.
- Arkinto, S., & Safrudin, C. A. (2014). *Evaluasi Program Pendidikan* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* . Jakarta: Raja Grafindo Prasad.
- cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- David, F. (2002). *Manajemen Strategi dan Konsep* . Jakarta: Perhelalindo.
- Dewi, I. T. (2014). *Strategi Programming MNCTV dalam Mempertahankan Program Dakwah*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Djamal, H., & Andi, F. (2011). *dasar- dasar penyiaran: sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi*. jakarta: kencana.
- Eastman tyler, s., & klein, S. W. (1984). *broadcsat/ cable programming, strategi & practice 2 th EDITION* . california: wadsworth publishing company.
- Eastman, Tyler, S., Ferguson, & A, D. (2009). *Media Programming : strategies and practices*. Boston : Thomson Higer Education.
- Effendy, o. (2007). *ilmu komunikasi teori dan praktek* . bandung: remaja rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Teori dan Filsafat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faridl, M. (2000). *Dakwah Kontenporer; Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi* . Bandung: pusadai press.

- Fread, R. D. (2002). *Manajemen Strategi: Konsep*. Jakarta: PrenHallindo.
- Fred, W. (1997). *Dasar- Dasar Produksi Program Televisi* . Jakarta: PT. Grasindo.
- gazali, e., & dkk. (2003). *kontruksi sosial industri penyiaran: plus acuan tentang penyiaran publik dan komunikasi* . Jakarta: departemen ilmu komunikasi FISIP UI.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Julianto, A. (2022, 05 22). HRD TVKU. (D. M. Ashari, Interviewer)
- Kuswandi, W. (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Millington, S. (2022, Agustus -). *Nielsen perluas Pengukuran Televisi Indonesia*. Retrieved Mei Senin, 2023, from [www.nielsen.com](https://www.nielsen.com): <https://www.nielsen.com/id/news-center/2022/nielsen-expands-indonesian-television-measurement/>
- Morissan. (2008). *manajemen media penyiaran : strategi mengelola radio & televisi* . Jakarta: kencana.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Kencana.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhyidi, A. d. (2002). *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung : Pustaka Setia.
- Munir, M. (2009). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, M., & Wahyu, I. (2006). 2006. In M.Munir, & I. Wahyu, *Manajemen Dakwah* (p. 32). Jakarta: kencana.
- Muzani, A. (2020). *Pemikiran Dakwah Hamka dalam Buku Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam (Prespektif Pengembangan Masyarakat Islam)*. Semarang: UIN Walisongo.

- Pamungkas, H. (2015). *Terpaan Program Pendidikan Demokrasi "PEMILOS" TVKU, Intensitas Keterlibatan Pemilih dan Sosialisasi KPU Kota Semarang Terhadap Partisipasi Pemilihan Pemilu*. Semarang: Tesis Universitas Diponegoro.
- Prastowo, A. (2016). *Memahami Metode- Metode Penelitian: Suatu Tujuan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Komputindo.
- Pratiwi, U. (2014). *Strategi Manajemen Penyiaran TVKU Semarang Sebagai Televisi Pendidikan Alternatif*. Surakarta: Institut Seni Indonesia (ISI).
- R. David, F. (2002). *manajemen strategi dan konsep*. jakarta: perhelalindo.
- Rahmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Rahmawati, D. (2009). *Peran dan Tugas Asisten Produser dalam Program Acara Go Sporty di Stasiun Televisi Kampus UDINUS Semarang*. Surakarta: Universitas Sebelah Maret.
- Rakhmat, J. (1998). *Catatan Kang Jalal Visi Media, Politik dan Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Royid, L. (1989). *Dasar-dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*. medan: Firma Rainbon.
- Sartono, F. S. (2008). *teknik penyiaran dan produksi program radio, televisi dan film jilid 1*. Jakarta: Direktorat pembinaan sekolah menengah kejuruan.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukriyadi , S. (2004). *Pokok-pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah Kajian berbagai Aspek* . Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Sunandar. (1998). *telaah format keagamaan di televisi studi deskriptif analisis TPI tesis* . Yogyakarta.
- Syukri, A. (1983). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Taufik, T. (2013). *Dakwah Era Digital*. Jakarta: Pustaka AL-Ikhlash.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian dengan mudah*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- TVKU. (2022). *PROGRAM* . Retrieved FEBRUARI 1, 2023, from TVKU: <http://tvku.tv/beranda/program/index/6>



- Tyler Eastman, s., & A. ferguston, D. (1992). *broadcas/cable programming, straegies & practices 2th edition*. wadsworth publishing Company.
- U.D, & Pratiwi. (2014). *Strategi Manajemen Penyiaran TVKU Semarang sebagai televisi pendidikan alternatif*. Surakarta: Institut Seni Indonesia (ISI).
- Wahyudi, J. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Warner joseph, s. (1992). *communication theories : origins, methods, and use in the mass media, 3rd edition*. new york: logman.
- Zainni, M. (1996). *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*. Yogyakarta: Al-Amin Press.

## LAMPIRAN



Gambar 2 Wawancara dengan kepala produksi TVKU (Andita Nurhandayani)



Gambar 3 Observasi program Ulama Menyapa



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimil (024) 7606405, Website : [www.fakdaku.com.walisongo.ac.id](http://www.fakdaku.com.walisongo.ac.id)

Nomor: 2354/Un.10.4/K/KM.05.01/05/2023

17 Mei 2023

Lamp. : -

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.  
Pimpinan TVKU Semarang  
di Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Dyah Mutiara Ashari  
NIM : 1601026015  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Lokasi Penelitian : TVKU Semarang  
Judul Skripsi : Strategi TVKU Dalam Mempertahankan Program Ulama Menyapa

Bermaksud melakukan riset penggalian data di TVKU Semarang. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

An. Dekan,  
Kepala Bagian Tata Usaha  
  
MUNTOHA

Tembusan Yth. :  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang



**PT. TELEVISI KAMPUS  
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO**

Semarang, 20 Juni 2023

No. : 073/ADM/TVKU/VI/2023  
Perihal : *Surat Balasan Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo**

Di Tempat

Sehubungan dengan adanya Permohonan Ijin Riset Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah kami terima, maka bersama surat ini kami **BERSEDIA** untuk menjadi objek penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada:

Hari, tanggal : Selasa, 20 Juni 2023  
Waktu : 09.00 WIB  
Tempat : TVKU Semarang  
Jumlah Mahasiswa : 2 orang

No	Nama	NIM	Jurusan
1	Dyah Mutiara Ashari	1601026015	Komunikasi dan Penyiaran Islam
2	Fauziyyah Arrihadatul Aisy	1901026007	Komunikasi dan Penyiaran Islam

Demikian yang dapat kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
PT. Televisi Kampus  
Universitas Dian Nuswantoro

**Hery Pamungkas, S.S.M.I.Kom**

Direktur Operasional

## **DRAFT WAWANCARA**

1. Narasumber : Andita Nurhandayani

Jabatan : Kepala Produksi

Draft Pertanyaan

- a) Apa yang melatarbelakangi dibentuknya program Ulama Menyapa?
- b) Alasan TVKU masih mempertahankan program Ulama Menyapa?
- c) Bagaimana cara TVKU memperkenalkan program Ulama Menyapa ke khalayak?
- d) Bagaimana rating dari program Ulama Menyapa?
- e) Siapa yang menjadi target audien program Ulama Menyapa?
- f) Kenapa memilih jam tayang di pukul 16.00 ?
- g) Bagaimana persiapan untuk produksi program Ulama Menyapa?
- h) Bagaimana proses produksi program Ulama Menyapa, apakah ada hal yang perlu diperhatikan atau berbeda dari produksi program lainya?
- i) Apa kendala yang dialami selama produksi program Ulama Menyapa?
- j) Bagaimana cara TVKU untuk mengatasi kendala yang dialami selama produksi program Ulama Menyapa?
- k) Apa yang menjadi cirikhas dari program Ulama Menyapa?

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dyah Mutiara Ashari  
TTL : Solok, 11 Mei 2001  
Asal : Muaro Sijunjung, Kabupaten Sijunjung, Provinsi Sumatera Barat  
Alamat : Perumnas Salasah Indah Blok T/7, Muaro Sijunjung, Sumatera Barat  
Email : dyahtaya11@gmail.com

Riwayat pendidikan

1. SD Negeri 22 Muaro Sijunjung
2. MTs DMP Diniyyah Puteri Padang Panjang
3. SMA Negeri 2 Sumatera Barat
4. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 21 September 2023

Dyah Mutiara Ashari

NIM. 1901026015