

**MANAJEMEN SIARAN DAKWAH**  
**(Studi Kasus di Televisi-KU UDINUS Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu Sosial Islam

Disusun oleh:

**HIDAYAT**

NIM: 02210954

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

**2009**

Dra. Evi Septiani, TH, M.SI  
Dosen Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
Hal : Skripsi Saudara Hidayat  
Lamp : Satu Berkas

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalâmu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi, serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Hidayat

N.I.M. : 02210954

Judul : MANAJEMEN SIARAN DAKWAH (Studi Kasus Di Televisi-  
KU UDINUS Semarang)

Maka kami selaku dosen pembimbing menyatakan bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat guna mengikuti sidang munaqosah. Harapan kami, saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosah.

*Wassalâmu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 4 Januari 2009

Pembimbing



Dra. Evi Septiani, TH, M.SI  
NIP. 150252261



DEPARTEMEN AGAMA RI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
**FAKULTAS DAKWAH**  
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230  
Yogyakarta 55221

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/193/2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**MANAJEMEN SIARAN DAKWAH  
(Studi Kasus di Televisi – KU Udinus Semarang)**

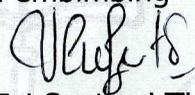
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Hidayat  
NIM : 02210954  
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 05 Februari 2009  
Nilai Munaqasyah : B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Pembimbing

  
Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.  
NIP. 150252262

Penguji I

  
Drs. Abdul Rozak, M.Pd.  
NIP.150267657

Penguji II

  
Andayani, S.IP., M.Si.  
NIP. 150292260

Yogyakarta, 12 Februari 2009

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

DEKAN

  
Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA  
NIP. 150220788



## **MOTTO**

Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran.

**(James Thurber)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi Ini Kupersembahkan  
Untuk ibu, adik-adikku  
dan saudara-saudaraku, guru-guruku  
Kawan-kawan wisma ukir  
serta yang istimewa dalam diriku.**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah Swt, yang dengan pertolongan dan petunjuk-Nya, serta berkat karunia dan hidayat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam Strata-1 (S1) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakkultas Dakwah. Adapun judul skripsi yang penulis ajukan adalah Manajemen Siaran Dakwah Studi Kasus di Televisi-KU UDINUS Semarang, Penulis mengakui bahwa perjalanan untuk menyelesaikan skripsi ini penuh dengan cobaan dan hambatan. Namun karena begitu kuatnya dorongan dan motivasi dari orang tua penulis, dan atas bimbingan pembimbing skripsi serta beberapa teman, akhirnya tugas ini selesai juga. Untuk itu, dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M Bahri Ghazali, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penulisan Skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Akhmad Rifai, M.Phil selaku ketua jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah.
3. Ibu Dra. Evi Septiani, TH, M.Si selaku pembimbing dalam menyusun skipsi ini.
4. Bapak Lilik Eko Nuryanto selaku direktur operasional televisi kampus Universitas Dian Nuswantara (TV-KU) dan staf-stafnya yang telah memberikan izin penelitian dan membantu dalam penulisan Skripsi ini.

5. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Dakwah, yang telah membantu dan memperlancar proses penyelesaian studi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Ibuku, beserta adik-adikku yang telah tulus memberi dorongan dan dukungan baik moril maupun materiil.
7. Sahabat-sahabat di Maskara, dan teman-teman lainnya terima kasih atas bantuannya.
8. Semua teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam 2002. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam terselesaikannya penulisan Skripsi ini.

Semoga seluruh bantuan dan kebaikan mereka menjadi amal shalih, seraya mengharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat Amien.

Yogyakarta, 13 Februari 2009

## **ABSTRAK**

Manajemen dapat diartikan sebagai pelaksanaan atau mengelola fungsi-fungsi unit-unit dalam organisasi untuk merencanakan, menganggarkan, mengorganisasikan, mengarahkan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi pekerjaan unit masing-masing untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi secara efisien dan efektif. Adanya manajemen dalam proses siaran bertujuan mengatur proses siaran yang ada baik berupa program acara sedemikian rupa sehingga proses siaran dapat berjalan dengan efektif dan efisien, untuk itu dari beberapa penjelasan di atas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana manajemen siaran dakwah di televisi-KU UDINUS Semarang yaitu dengan menguraikan tahapan-tahapan dalam manajemen siaran yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

Dalam tahapan-tahapan manajemen siaran di atas dengan menguraikan satu persatu yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, kesemuanya itu merupakan satu rangkaian dalam pelaksanaan manajemen siaran yang akan dibahas. Metode penelitian yang digunakan adalah berjenis kualitatif deskriptif yaitu dengan menggambarkan hasil dari analisis penelitian. Sedangkan analisis yang digunakan merupakan upaya untuk mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi dan wawancara, dalam hal ini untuk meningkatkan pemahaman dalam penelitian

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>NOTA DINAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Kajian Pustaka .....	9
G. Kerangka Teoritik .....	14
H. Metode Penelitian .....	30
<b>BAB II    GAMBARAN UMUM TELEVISI KAMPUS UNIVERSITAS             DIAN NUSWANTARA (TV-KU) SEMARANG</b>	
A. Letak Geografis Televisi-KU UDINUS Semarang .....	35
B. Sejarah Dan Perkembangan Televisi-KU UDINUS Semarang...	35
C. Struktur Organisasi Televisi-KU UDINUS Semarang .....	38

D. Tujuan, Visi, Dan Misi Televisi-KU UDINUS Semarang .....	42
E. Format Dan Program Siaran Televisi-KU UDINUS Semarang..	43
F. Sasaran Target Televisi-KU UDINUS Semarang .....	48
G. Profil Siaran Dakwah Televisi-KU UDINUS Semarang.....	54
<b>BAB III MANAJEMEN SIARAN DAKWAH TV-KU UDINUS</b>	
<b>SEMARANG</b>	
Manajemen Siaran Dakwah TV-KU UDINUS Semarang.....	57
A. Perencanaan (Planning) .....	60
B. Pengorganisasian (Organizing) .....	66
C. Penggerakan (Actuating) .....	70
D. Pengawasan (Controlling) .....	72
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
C. Penutup .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi *MANAJEMEN SIARAN DAKWAH (Studi Kasus di Televisi KU-UDINUS Semarang)*” ini, maka penulis perlu memberikan penjelasan terhadap beberapa istilah yang terkandung di dalamnya. Adapun istilah-istilah yang perlu ditegaskan sebagai berikut:

#### 1. Manajemen

Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>1</sup> Manajemen dalam penelitian ini adalah cara bagaimana mencapai hasil yang diinginkan, diartikan sebagai proses perencanaan dan pengorganisasian yang kemudian menggerakkannya ke arah pencapaian tujuan.

#### 2. Siaran

Menurut kamus bahasa indonesia siaran berasal dari kata dasar “*siar*” yang memiliki kata kerja menyiarkan yang dapat diartikan memberitahukan pesan kepada umum, menyebarkan atau

---

<sup>1</sup> Malayu Sp Hasibuan, *Organisasi dan motivasi(dasar peningkatan produktivitas)*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 1996, hlm.3.

mempropagandakan (melalui radio, surat-surat kabar, dan lain sebagainya) sedangkan arti siaran itu sendiri, yaitu proses, cara pembuatan menyiarkan<sup>2</sup>.

Sedangkan yang dimaksud siaran dalam penelitian ini adalah cara bagaimana memberitahukan dan menyebarluaskan program-program acara berupa program siaran dakwah yang dilakukan oleh televisi KU UDINUS.

### 3. Dakwah

Dalam hal ini dakwah dapat diartikan sebagai seruan, ajakan, dan panggilan.<sup>3</sup> Dapat pula diartikan mengajak, menyeru, memanggil dengan lisan ataupun dengan tingkah laku atau perbuatan nyata.<sup>4</sup> Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok.

Penyampaian ajaran tersebut dapat berupa perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasulnya (*amr ma'ruf nahy al-munkar*). Usaha dakwah hendaknya dilakukan secara sadar dengan tujuan untuk terbentuknya individu dan keluarga yang bahagia (*khayr al-usrah*) dan masyarakat atau umat yang terbaik (*khayr al-ummah*) dengan cara taat menjalankan ajaran Islam yang bisa dilakukan melalui bahasa lisan, tulisan, maupun perbuatan/keteladanan.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup>Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994, hlm.935.

<sup>3</sup>Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* ( Jakarta : Yayasan Penyelenggara Penerjemah / Penafsiran Al-Quran.1972 ), hal. 127.

<sup>4</sup>Masdar Farid Mas'udi, *Dakwah Membela Kepentingan Siapa* (Jakarta: P3M Pesantren, 1987), hal. 2.

<sup>5</sup>Rosyidi, *Dakwah Sufistik Kang Jalal* ( Jakarta: KPP Paramadina,2004), hal. 45.

#### 4. Studi kasus

Salah satu jenis penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*Case Study*). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber dan hasil penelitian ini hanya berlaku pada kasus yang diselidiki.

Studi kasus adalah suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasikan suatu kasus dalam konteksnya secara natural tanpa adanya intervensi pihak luar. Pada intinya studi ini berusaha untuk menyoroti suatu keputusan atau seperangkat keputusan, mengapa keputusan itu diambil, bagaimana diterapkan dan apakah hasilnya, Pengertian yang lain, studi kasus bisa berarti metode atau strategi dalam penelitian, bisa juga berarti hasil dari suatu penelitian sebuah kasus tertentu<sup>6</sup>.

Dalam studi kasus hendaknya peneliti berusaha menguji unit atau individu secara mendalam. Para peneliti berusaha menemukan semua variable-variabel yang penting.

#### 5. Televisi

Televisi adalah pesawat sistem penyiaran gambar obyek yang bergerak yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui

---

<sup>6</sup> Syaodih, Nana Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006, hlm. 9.

angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dengan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar, digunakan untuk menyiarkan, pertunjukan, berita dan sebagainya<sup>7</sup>.

Secara etimologi, istilah televisi terdiri dari “*tele*” yang berarti jauh, dan “*visi*” (*vision*) yang berarti penglihatan, kata “*tele*” (jauh), ditransmisikan dengan prinsip-prinsip radio, sedangkan kata “*visi*” (penglihatan), diwujudkan dengan prinsip-prinsip kamera sehingga menjadi gambar, baik dalam bentuk gambar hidup atau bergerak (*moving picture*), maupun gambar diam (*still picture*).

Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya (*broadcast*) dan video dari segi gambar bergeraknya (*moving images*). Para pemirsa tidak mungkin menangkap siaran televisi, kalau tidak ada prinsip-prinsip radio yang mentransmisikannya, dan tidak mungkin melihat gambar-gambar apabila kamera dengan lensanya tidak mengambil obyek yang akan dipertunjukkan di layar televisi (unsur-unsur film yang memvisualisasikannya).

Televisi merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya

---

<sup>7</sup>Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994, hlm. 919.

menimbulkan keserempakan heterogen sedangkan yang ditransmisikan oleh pemancar televisi, selain suara juga gambar<sup>8</sup>.

6. Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantoro Semarang. (TV-KU UDINUS)

Televisi kampus Universitas Dian Nuswantoro atau yang biasa disebut Televisi-KU UDINUS adalah televisi milik salah satu perguruan tinggi swasta di Semarang yaitu Universitas Dian Nuswantoro.

Televisi ini berdiri berdasarkan surat keputusan gubernur Jawa Tengah tanggal 13 september 2003<sup>9</sup> dengan surat keputusan tersebut secara resmi telah diturunkan izin untuk mendirikan stasiun televisi pendidikan.

Jadi manajemen siaran dakwah disini adalah cara bagaimana dalam mengelola sebuah program siaran dakwah di televisi-KU UDINUS yang dimulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan sampai pada tahap pengawasan, dalam hal ini tahapan-tahapan yang ada masih sedikit banyak yang perlu diperbaiki agar sesuai dengan pola manajemen yang lebih baik.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Islam adalah agama dakwah yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia<sup>10</sup>, maka agama Islam sendiri berusaha untuk menyiarkan ajarannya dengan

---

<sup>8</sup>Onong Uchjana Efendy, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju, 1997, hlm. 21.

<sup>9</sup>Arsip company profil televisi-KU UDINUS

<sup>10</sup>A. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1979, hlm.11.

berbagai jalan apapun termasuk dengan cara memanfaatkan era informasi dan teknologi yang semakin canggih, sejarah nabi Muhammad dalam menyiarkan ajarannya, beliau sangat berhati-hati dan menggunakan berbagai macam cara agar ajaran Islam berjalan dengan lancar dan sukses, maka melihat dari sejarah tersebut umat Islam berusaha untuk menyiarkan ajaran Islam dengan cara tersebut, tetapi konteks zaman yang berbeda maka umat Islam harus tahu dan mampu menyiarkan ajaran agama dengan baik sesuai zaman sekarang.

Di masa sekarang ini, para pemikir dan pemuka Islam sudah sejak lama merisaukan tentang metode dakwah yang dijadikan pegangan selama ini. Ada yang berpendapat, metode dakwah selama ini kurang menyesuaikan diri dengan perubahan atau perkembangan sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Untuk itu perlu dikaji ulang serta dicari langkah metode dakwah yang efektif dan kontekstual, dan bagaimana manajemen siaran yang baik sesuai perkembangan tersebut.

Dakwah tidak cukup hanya disampaikan dengan lisan belaka, tetapi para da'i harus mampu dan kreatif dalam menyampaikan dakwahnya, Peralatan komunikasi dalam berdakwah itu dapat berupa, pers (percetakan), radio, film dan televisi. Berdakwah melalui kata-kata sangatlah terbatas, berbeda dengan peralatan komunikasi massa jangkauan dakwahnya tidak lagi terbatas pada waktu dan ruang<sup>11</sup>.

Sebagai bagian dari komunitas masyarakat majemuk mau tidak mau harus mampu menguasai dan memanfaatkan media komunikasi dan informasi.

---

<sup>11</sup>Yunus Hanis Syam, *Panduan Berdakwah Lewat Jurnalistik*, Yogyakarta: Pinus, 2006. hlm. 11.

Apabila kita sebagai umat Islam sampai tidak mampu menguasai dan memanfaatkannya, maka perkembangan Islam sendiri pun akan mengalami stagnasi yang akan merugikan perkembangan khasanah intelektual dan dakwah.

Dengan demikian kita harus mampu menjadi yang terdepan dalam menyebarkan ajaran agama Islam dengan memanfaatkan teknologi tersebut, maka perlu strategi untuk mengimplementasikannya dalam dakwah.

Oleh sebab itu penulis tertarik mengangkat tema manajemen siaran dakwah dengan studi kasus di televisi karena dalam pengembangan Islam sendiri diperlukan strategi-strategi yang baik dan sesuai situasi dan kondisi sekarang, maka para da'i harus mampu menguasai keilmuan manajemen dalam penyiaran agama Islam yang sesuai dengan zamannya, dalam hal ini pemanfaatan media massa harus dimaksimalkan oleh para penyebar agama Islam, karena keberadaan media adalah salah satu sarana yang sangat membantu dalam keberhasilan proses penyiaran pada masa sekarang ini, media massa televisi sebagai media massa komunikasi yang sangat menjanjikan untuk dijadikan media dalam berdakwah, penulis juga ingin mengetahui sejauh mana media massa televisi menerapkan sistem manajemen siaran yang baik terutama manajemen siaran dakwah dan penulis ingin mengetahui sejauh mana pula televisi lokal tersebut berperan dalam kemajuan daerahnya terutama dalam hal agama.

Penulis tertarik mengangkat tema manajemen siaran dakwah karena masih banyak sekali umat Islam yang belum mampu *manage* siaran terutama dalam berdakwah dan agar kita mampu memanfaatkan kemajuan

teknologi dan bisa mengaturnya dengan baik yaitu, bagaimana cara mengembangkan ajaran Islam sesuai dengan kemajuan zaman.

Penulis mengambil manajemen siaran dakwah di televisi-KU UDINUS selain manajemen yang diambil adalah manajemen televisi yang memang penelitian tentang manajemen televisi sendiri masih belum banyak diangkat dilingkup penelitian UIN, sedangkan dari televisi-KU sendiri mulai dari awal berdirinya memang bergerak dalam hal pendidikan dan televisi tersebut mempunyai sumber daya manusia yang kompeten dari mahasiswa dan alumni UDINUS sendiri, jadi penulis yakin akan menemukan pola sistem manajemen yang baik dan dikelola secara profesional.

Televisi inipun dalam program acaranya sendiri tidak meninggalkan program-program acara relegius, salah satunya seperti dalam program acara Today's Proverb yang merupakan program sisipan pada Program Edu-News, yakni berupa pembacaan bermacam-macam peribahasa yang sifatnya relegius oleh siswa SD dengan gaya yang khas, kocak, tetapi tepat sasaran. Tujuannya untuk mengingatkan generasi muda akan makna-makna kehidupan yang baik dan diridhoi Allah SWT. Program acara relegius lainnya, seperti Klinik Sakinah, Kedai Rohani dan Seni Menata Hati, meskipun program tersebut sangat minim tetapi penulis yakin manajemen siaran dakwah dalam televisi ini yang diharapkan akan berjalan maksimal.

### **C. Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang di atas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana manajemen siaran dakwah di televisi-KU UDINUS Semarang?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui manajemen siaran dakwah yang diterapkan di Televisi-KU UDINUS Semarang.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Sebagai bahan penelitian dan pengembangan konsep-konsep dan teori-teori manajemen dakwah untuk peningkatan kualitas penyiaran agama Islam.
2. Sebagai acuan dalam pemanfaatan media massa terutama televisi dalam melakukan kegiatan dakwah Islamiyah

### **F. Kajian Pustaka**

Dalam kajian pustaka ini penulis mencoba menarik beberapa referensi yang itu ada kaitanya dengan skripsi yang penulis angkat, baik itu dari referensi buku maupun dari referensi yang lainnya. Selain dari referensi buku penulis juga mengangkat dari karya skripsi yang mendukung dalam penulisan skripsi ini, karya skripsi yang penulis ambil meskipun kajiannya banyak di

radio, tetapi yang penulis ambil untuk mendukung penulisan skripsi ini adalah pola sistem manajemennya yang itu terdapat dalam skripsi-skripsi ini diantaranya adalah :

Skripsi karya Arief Munajad, Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN (2002), yaitu *Manajemen Penyiaran Agama Islam dalam acara Sasisoma di Radio Geronimo Yogyakarta*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, Yaitu penelitian kasus. Pengumpulan data dengan observasi, interview (wawancara), dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan cara deskriptif yang isi kesimpulannya adalah lebih kepada sebuah tatanan praktis yang dilakukan oleh radio Geronimo dalam acara Sasisoma saja.

Radio Geronimo lebih menekankan manajemen yang lebih menyesuaikan dalam acara Sasisoma tersebut, dan dalam penelitian tersebut bahwa manajemen penyiaran di radio Geronimo adalah bagaimana acara Sasisoma tersebut dapat terus diterima oleh pendengar dengan cara penerapan strategi-strategi pendekatan terhadap masyarakat untuk memperoleh masukan dengan lebih banyak menfokuskan pada program acara yang mengajak masyarakat aktif secara langsung (program acara interaktif), dan menetapkan pola sistem manajemen pada tatanan profesional kerja, yaitu semua kinerja berjalan sesuai dengan apa yang menjadi tanggung jawab setiap divisi masing-masing yang harus diselesaikan sesuai target.

Skripsi karya Mifrokhah, Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN (2002), yaitu *Studi Tentang Radio Sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen di*

*Rakosa Female Radio*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif sedangkan pengumpulan datanya menggunakan interview, observasi dan dokumentasi. Metode analisis datanya menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu lebih menjalankan pola manajemen di Rakosa Female tentang program siaran dakwah yang hanya sebagian kecil dari seluruh program yang ada, tetapi Rakosa Female Radio sangat memperhatikan dengan serius dalam penerapan manajemen secara keseluruhan mulai dari struktur yang paling atas sampai yang paling bawah agar setiap program berjalan dengan baik, berkualitas dan sesuai dengan target sasaran yang diinginkan.

Proses pelaksanaan manajemen dakwah di Rakosa Female Radio sudah berjalan dengan baik sesuai dengan pola manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang semua itu sudah dilaksanakan dengan baik dan profesional oleh semua pihak yang bersangkutan sesuai tugasnya masing-masing, hal itulah yang menyebabkan program siaran dakwah di Rakosa Female Radio tetap eksis dan mampu menjadi salah satu program andalan di Rakosa Female Radio.

Skripsi karya Nanang Qosim, Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN (2002), yaitu *Sistem Penyiaran Dakwah Islam di Radio Salma (Swara Al-Mabrur) Kabupaten Klaten (Tinjauan Manajemen)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian kasus sedangkan untuk teknik pengumpulan datanya dengan

observasi, wawancara dan dokumentasi dan analisis datanya menggunakan analisis data secara induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penyiaran dakwah yang saling membutuhkan antara penyampai dakwah dan penerima dalam hal ini pendengar, dan mampu melibatkan komponen-komponen yang saling berhubungan yang bergerak bersama dengan dinamis dalam mengajak audien tanpa adanya unsur paksaan, yaitu penyampai dakwah dalam hal ini pihak radio mengajak para pendengar ikut berperan aktif baik itu pemberian masukan atau bahkan pertanyaan kepada penyampai dakwah, dan sebaliknya pihak radio mampu membaca situasi apa dan bagaimana keinginan masyarakat (pendengar) agar kedua belah pihak dapat berjalan berdampingan.

Sedangkan untuk sistem manajemen yang diterapkan menggunakan pola job diskripsi sesuai tugas masing-masing di setiap divisi yang di dalamnya termanifestasi oleh fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang semua itu sudah berjalan dengan baik.

Skripsi karya Khoirul Aziz, Jurusan Broadcasting Fakultas Ilmu Komputer UDINUS (2003), yaitu *Manajemen Program Acara Edu News di Televisi-KU UDINUS Semarang*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian kasus sedangkan untuk teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dan analisis datanya menggunakan analisis data secara induktif. Hasilnya adalah bagaimana manajemen secara khusus yang

membahas satu program acara sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen yang sudah diterapkan oleh divisi programmer yang ada di televisi-KU.

Penelitian ini masuk ke salah satu program acara di televisi-KU yaitu program Edu News, penulis membahas bagaimana struktur kecil program ini, kinerja dari perencanaan sampai produksi, materi, jadwal sampai kepada masalah yang ada di program Edu News yang di akhiri dengan pemberian solusi. Program acara Edu News sebagai salah satu program acara terbaik di televisi-KU, mulai dari tahap perencanaan, yaitu penentuan tema-tema acara pendidikan yang aktual dan sangat menarik, penyampaian materi yang mudah di pahami karena pemateri yang kompeten di bidangnya, sampai tahap pengaturan produksi yang berjalan dengan baik. Dari semua itulah kenapa peneliti tertarik mengangkat tema tersebut.

Semua karya di atas sedikit banyak sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang berkaitan dengan manajemen siaran dalam hal ini yaitu siaran dakwah lewat media massa. Selain itu penulis juga tidak mengesampingkan karya-karya dari buku-buku yang memang sesuai dengan penulisan skripsi ini.

Penelitian yang penulis angkat ini mempunyai banyak perbedaan dengan karya skripsi di atas, penulis tertarik mengangkat tema manajemen siaran dakwah karena masih banyak sekali umat Islam yang belum mampu mengelola siaran terutama dalam berdakwah dan agar kita mampu memanfaatkan kemajuan teknologi dan bisa mengaturnya dengan baik yaitu, bagaimana cara mengembangkan ajaran Islam sesuai dengan kemajuan zaman.

Sedangkan penulis mengambil manajemen siaran dakwah di televisi-KU UDINUS selain manajemen yang diambil adalah manajemen televisi yang penelitian tentang manajemen televisi sendiri masih belum banyak diangkat di lingkup penelitian UIN dan dari televisi ini sendiri mulai dari awal berdirinya bergerak dalam hal pendidikan dan televisi tersebut dikelola sendiri oleh elemen mahasiswa, penulis yakin akan menemukan pola sistem manajemen yang baik dan dikelola secara profesional.

Meskipun untuk bahan skripsi ini penulis mengambil banyak dari karya skripsi di atas tetapi penulis hanya merujuk kepada pola fungsi-fungsi manajemennya yang memang itu sangat membantu penulis dalam karya penelitian ini.

## **G. Kerangka Teoritik**

### **1. Tinjauan tentang manajemen.**

#### **a. Pengertian manajemen**

Tom Degeneers mendefenisikan manajemen sebagai suatu proses yang berhubungan dengan bimbingan kegiatan kelompok dan berdasarkan atas tujuan yang jelas dan harus dicapai dengan menggunakan sumber-sumber tenaga manusia dan bukan tenaga manusia<sup>12</sup>. Manajemen dapat diartikan juga sebagai “kemampuan seseorang untuk mempengaruhi, memanfaatkan kepandaian,

---

<sup>12</sup>Suwandi Handaya ningrat, *Pengantar Studi Administrasi dan Manajemen*, Jakarta: Gunung Agung, 1985. hlm. 19.

keterampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran dalam usaha mencapai tujuan bersama”<sup>13</sup>.

Sedangkan manajemen secara operasional dapat diartikan sebagai pelaksanaan fungsi-fungsi unit-unit dalam organisasi untuk merencanakan, menganggarkan, mengorganisasikan, mengarahkan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi pekerjaan unit masing-masing untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi secara efisien dan efektif<sup>14</sup>.

#### b. Fungsi-fungsi manajemen

Ditinjau dari segi prosesnya, manajemen terdiri dari serangkaian tindakan-tindakan tertentu yang selanjutnya disebut dengan fungsi manajemen. Adapun fungsi manajemen menurut GR. Terry adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*planning*)
2. Pengorganisasian (*organizing*)
3. Penggerakan (*actuating*)
4. Pengawasan (*controlling*)<sup>15</sup>

Supaya manajemen dapat mencapai tujuan yang sebaik-baiknya sangatlah diperlukan adanya sarana-sarana atau alat-alat. Tanpa adanya unsur-unsur tersebut manajemen tidak akan dapat tercapai, sehingga

---

<sup>13</sup>Wahyudi, *Op. Cit*, hlm. 39.

<sup>14</sup>Zulkifli Amsyah, *Op. Cit*, hlm. 2.

<sup>15</sup>Suwandi Handyaningrat, *Op. Cit*, hlm 25.

sarana manajemen dapat dirumuskan dalam 6 M<sup>16</sup>, yaitu sebagai berikut:

a. *Men* (sumber daya manusia)

Seorang yang bekerja di dunia penyiaran tidak cukup hanya menguasai teori tetapi juga harus dipraktekkan. Demikian juga, berpengalaman dalam praktek tanpa dilandasi teori. Perpaduan antara teori komunikasi dan praktek dalam memproduksi dan menyiarkan mata acara (program), akan meningkatkan kreativitas seseorang yang berkecimpung di dunia penyiaran untuk menciptakan program siaran yang menjadi layak.

b. *Money* (kemampuan keuangan)

Kuangan adalah sumber yang paling pokok dalam proses produksi.

c. *Methods* (cara atau sistem yang digunakan untuk mencapai tujuan)

Ada beberapa sistem menyebarluaskan siaran, yaitu:

1. Sistem Terrestrial
2. Sistem Satelit
3. Sistem Direct Broadcasting Satelit (DBS)
4. Sistem Kabel dan Serat Optik<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup>Rosadi Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998. hlm. 13.

<sup>17</sup>Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994. hlm. 10.

d. *Materials* (bahan-bahan yang dikuasai)

Bahan-bahan yang diperlukan dalam proses penyiaran salah satunya adalah macam-macam bentuk penyajian acara yang dimiliki oleh stasiun penyiaran.

e. *Machines* (alat-alat atau perkakas mesin yang dimiliki)

Dalam proses berlangsungnya siaran pada dasarnya hanya memerlukan beberapa peralatan.

f. *Market* (pasar, atau tempat menjual hasil produksi atau karya)

Defenisi manajemen menurut Henry Fayol adalah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya manusia, sumber dana, dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran, melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, dan penilaian Fayol mencatat setidaknya ada 13 asas dalam manajemen, yaitu:

1. Pembagian tugas
2. Wewenang dan tanggung jawab
3. Disiplin
4. Kesatuan pengarahan
5. Ketertiban
6. Keadilan
7. Prakarsa
8. Stabilitas masa jabatan
9. Kesatuan

10. Jenjang kepangkatan
11. Penggantian pegawai
12. Pemindehan wewenang
13. Pengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi

Dari uraian di atas dapat dibagi menjadi 4 yang kemudian disingkat dengan POAC dan disebut sebagai fungsi manajemen, yaitu:

a. Planning (perencanaan)

Planning dapat diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana dan sebagainya.<sup>18</sup> Dalam perencanaan disini seorang direktur atau pimpinan harus merencanakan suatu program kemudian merancang dan memikirkan seluruh konsep produksi yang akan ditangani apakah sudah sesuai agar program dapat berhasil dengan baik.

b. Organizing (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah yang meliputi pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai, dan lain-lain. Pembentukan tersebut terbagi atas, melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk, menjual produk dan sebagainya.<sup>19</sup> Dalam pengorganisasian disini seorang yang bertugas dalam produksi siaran harus mempersiapkan terlebih dahulu yang berupa alat-alat produksi dan tim produksi.

---

<sup>18</sup>Totok Djuroto, *Mengelola Radio Siaran*, Semarang: Dahara Prize, 2007. hlm. 167-168.

<sup>19</sup>*Ibid*, hlm. 168.

c. Actuating (penggerakan)

Actuating adalah pengarahan operasionalisasi pekerjaan.<sup>20</sup>

Dalam mengelola sebuah siaran diperlukan actuating (penggerakan) atau langkah-langkah nyata dari apa yang akan dipersiapkan untuk suatu acara siaran dan produksi. Pada tahap penggerakan disini merupakan tahap persiapan-persiapan yang bersifat teknis yang digunakan pada saat produksi dengan menggunakan cara atau metode.

d. Controlling (pengawasan)

Controlling atau pengawasan adalah kegiatan melihat pelaksanaan tugas yang telah dan akan dilakukan penyiarnya.<sup>21</sup> Pada tahap pengawasan merupakan suatu tahap untuk mengetahui kelancaran dan mengetahui kesalahan-kesalahan dari awal sampai akhir produksi.

Fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, kesemuanya itu berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk masa depan, jangka pendek dan jangka panjang dengan cara memperhatikan lingkungan luar untuk berpeluang. Untuk membuat suatu rencana maka kita harus memperhatikan dan menganalisa beberapa faktor, baik faktor ekstern maupun faktor intern yang dalam manajemen istilah lainnya adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknes, Opurtunitys, Treats*) yakni segi-segi

---

<sup>20</sup>*Ibid*, hlm. 169.

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm. 169.

kekuatan, organisasi, kelemahan-kelemahannya, peluang serta ancaman-ancamannya.

Analisis SWOT digunakan dalam rangka membantu pembuatan keputusan strategi. *Strengths*, atau kekuatan yang berupa kemampuan, modal bangunan sumber daya yang dimiliki, reputasi organisasi atau perusahaan. *Weaknes*, atau kelemahan dapat berupa masalah yang selalu dihadapi, ketergantungan, kekurangan sumber daya. *Oportunity*, atau peluang dapat berupa kecenderungan masa depan, berupa suatu lembaga atau organisasi lain yang tidak dapat melakukan, tetapi kita dapat melakukan yang berarti kita dapat berpeluang untuk merebut pasar dan hubungan baik dengan pihak luar. Sedangkan *Treats*, atau ancaman dapat berupa kurangnya minat seseorang terhadap institusi, lembaga yang orang pimpin atau terhadap hasil produksi atau sebuah usaha, kompetisi yang mencekam serta pengaruh budaya asing yang tidak terelakkan<sup>22</sup>.

## 2. Tinjauan tentang penyiaran.

### a. Pengertian komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup>Ansyar Arsyad, *Pokok-pokok Manajemen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002. hlm. 27-28.

<sup>23</sup>Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001. hlm. 9.

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk pembicaraan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam pembicaraan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna, jelas bahwa pembicaraan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila kedua-duanya selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dibicarakan.

Pengertian komunikasi di atas dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yaitu agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi yang meliputi lima unsur yaitu:

1. Komunikator (communicator)
2. Pesan (message)
3. Media (channel)

4. Komunikan (communicant)

5. Efek (effect)<sup>24</sup>

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa merupakan keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Adakalanya seseorang menyampaikan buah pikirannya kepada orang lain tanpa menampakkan perasaan tertentu. Pada saat lain seseorang menyampaikan perasaannya kepada orang lain tanpa pemikiran. Tidak jarang pula seseorang menyampaikan pikirannya disertai perasaan tertentu, disadari atau tidak disadari. Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol.

---

<sup>24</sup>*Ibid.*, hlm. 10.

b. Proses komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder.

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya berbahasal yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi atau opini baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang dan berkat kemampuan bahasa maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 12.

## 2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan masih banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara di kalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas. Tidak banyak orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai *lambang (symbol)* beserta *isi (content)*, yaitu pikiran dan perasaan yang dibawanya menjadi totalitas *pesan (message)* yang tampak tidak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tidak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin

dapat berkomunikasi tanpa surat, telepon, televisi atau yang lainnya<sup>26</sup>.

Seperti yang dijelaskan di atas, pada umumnya memang bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan pikiran, ide, pendapat dan sebagainya, baik mengenai hal yang abstrak maupun yang kongkret tidak saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, tetapi juga pada waktu yang lalu atau pada masa yang akan datang. Karena itulah maka kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa. Seperti telah disinggung di atas bahwa surat, telepon, radio dan televisi adalah media untuk menyambung atau menyebarkan pesan yang hanya menggunakan bahasa.

c. Komunikasi massa

1) Ciri-ciri komunikasi massa

Seperti telah diterangkan di muka, para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan *komunikasi massa* (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari *komunikasi media massa* (*mass media communication*). Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu dengan menggunakan media massa. Menurut mereka pidato

---

<sup>26</sup>Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001. hlm. 16.

di hadapan orang banyak misalnya, asal menunjukkan perilaku massa, itu dapat dikatakan komunikasi massa.

Seperti dikemukakan di atas, para ahli komunikasi membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. Karena yang dibahas di sini adalah komunikasi, bukan psikologi sosial atau sosiologi, maka yang diartikan komunikasi massa di sini adalah menurut pendapat ahli komunikasi itu. Seperti ditegaskan di atas, media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio dan televisi. Jadi, media massa modern merupakan produk teknologi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan.

## 2) Fungsi komunikasi massa

Sebelum membicarakan fungsi komunikasi massa, ada baiknya jika membahas dahulu fungsi komunikasi itu sendiri, dan dari situ bisa menyimak fungsi komunikasi massa sebab komunikasi lebih luas daripada komunikasi massa.

Mengenai fungsi komunikasi itu, diuraikan bahwa apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta dan ide, maka fungsinya dalam tiap sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a) *Informasi*: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b) *Sosialisasi* (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan kesadaran akan fungsi sosial sehingga dapat aktif di dalam masyarakat.
- c) *Motivasi*: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d) *Perdebatan dan diskusi*: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.
- e) *Pendidikan*: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan

keampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

- f) *Memajukan kebudayaan*: penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
- g) *Hiburan*: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
- h) *Integrasi*: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal, mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain<sup>27</sup>.

Seperti yang telah dipaparkan di atas itulah fungsi komunikasi, karena komunikasi massa merupakan bagian atau suatu bentuk dari komunikasi yang begitu luas, maka uraian di atas juga menjadi fungsi komunikasi massa dengan media massanya yang dapat menjangkau khalayak yang amat luas, baik local, nasional atau bahkan internasional.

---

<sup>27</sup>*Ibid.*, hlm. 28.

#### 4.. Televisi sebagai media dakwah.

Dalam konteks Indonesia di era globalisasi, di mana masyarakat sudah semakin kritis maka yang diperlukan adalah dakwah yang berorientasi dengan pendekatan partisipatif, yaitu pendekatan yang mengikuti atau sesuai dengan apa yang terjadi pada masa sekarang.

Media massa televisi yang merupakan salah satu media massa yang sangat potensial dan mudah dalam mendapatkan perhatian dan sangat mudah pula dalam menghipnotis pemerhatinya untuk selalu mengikuti apa yang diberitakan atau apa yang dikeluarkan melalui media ini. Dengan demikian kita sebagai umat Islam atau para pelaku dakwah harus mampu memanfaatkan semua sarana penunjang dakwah salah satunya media massa televisi. Berarti dengan penggunaan sarana ini diharapkan dakwah Islam akan menjadi semakin maju dan berkembang.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi akan sangat menguntungkan dalam berdakwah apabila mampu dimanfaatkan secara bijak oleh para pelaksana dakwah, artinya pergerakan dakwah harus dilaksanakan secara matang, dikoordinir secara rapi dan diawasi secara serius serta mampu memanfaatkan seluruh media yang ada dalam masyarakat yang salah satunya media massa televisi ini.

Akhirnya sebagai umat yang hidup di zaman modern, diharapkan umat Islam dengan dakwahnya harus mampu bersanding dan bersaing dengan umat lain yang telah maju dengan cara menguasai ilmu

pengetahuan dan teknologi disamping memiliki iman dan ketaqwaan yang mantap.

## H. Metode Penelitian

### 1. Subyek dan obyek penelitian.

Metode penentuan subyek bisa diartikan sebagai penelitian sumber data, artinya dari mana data penelitian itu diperoleh.<sup>28</sup> Istilah subyek penelitian menunjuk pada orang, individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan (kasus) yang diteliti<sup>29</sup>. Adapun yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini adalah televisi-KU UDINUS Semarang.

Sedangkan istilah obyek penelitian menunjuk pada materi yang akan dijadikan bahan penulisan skripsi. Dan yang menjadi obyek dalam skripsi ini adalah manajemen siaran yang diaplikasikan oleh televisi-KU UDINUS dalam mengelola siaran khususnya pada siaran dakwah yang ada dalam program siaran di televisi-KU UDINUS.

### 2. Metode pengumpulan data

#### a. Metode observasi

Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian<sup>30</sup>.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi non partisipan, yaitu dalam melakukan pengamatan penulis tidak ikut

---

<sup>28</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991, hlm. 32.

<sup>29</sup>Sanapiah, Faisal, *Format-format Penelitian Sosial (Dasar-dasar dan Aplikasi)*, Jakarta, Rajawali, 1989, hlm. 109.

<sup>30</sup>Hadani, Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta, Gajah Mada University Press, 1998, hlm. 100.

ambil bagian dalam kegiatan yang berlangsung tetapi hanya mengamati dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan program siaran dakwah yang ada di televisi-KU UDINUS.

Metode observasi hendaknya dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diuji validitasnya. Karena itu observasi harus sistematis agar dapat dijadikan dasar yang cukup ilmiah untuk generalisasi. Observasi dengan menggunakan dasar teoritis yang mendalam kita lebih sadar akan asumsi-asumsi dan hipotesis untuk diuji kebenarannya berdasarkan observasi yang seobyektif mungkin, dan dengan observasi kita ingin mengetahui kebenaran pandangan teoritis tentang masalah yang kita teliti dalam hal ini berhubungan dengan televisi-KU UDINUS.

b. Metode interview

Interview adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula<sup>31</sup>.

Jenis interview yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dan interview bebas terpimpin. Sebelum wawancara terlebih dahulu disiapkan pedoman wawancara yang berhubungan dengan keterangan yang ingin digali, dalam pelaksanaannya informan dan responden diberikan kebebasan untuk menyatakan pendapat atau isi hatinya, dengan demikian wawancara

---

<sup>31</sup>Sanapiah, Faisal, *Op., Cit.*, hlm. 111.

dapat berjalan secara wajar sehingga kemungkinan untuk memperoleh data yang obyektif, mendalam, dan terperinci lebih besar<sup>32</sup>.

Data dalam metode interview ini didapat dari hasil wawancara baik itu dari pihak yang bersangkutan yang memang sangat diperlukan dalam penelitian ini, yaitu dari pihak televisi KU-UDINUS maupun dari mahasiswa sendiri.

c. Metode dokumentasi

Metode ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan<sup>33</sup>.

Dalam metode ini peneliti dapat mengumpulkan data melalui arsip-arsip yang ada di televisi-KU UDINUS dan peneliti dapat pula mengumpulkan data melalui buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum dan lain-lain yang sesuai dan dapat membantu di dalam mengerjakan penelitian tersebut.

---

<sup>32</sup>M. Bambang Pranowo (dkk), *Sterioptip Etnik: Asimilasi, Integrasi Sosial*, Jakarta : PT. Pustaka Grafika Kita, 1988, hlm. 16

<sup>33</sup>Hadani, Nawawi, *Op. Cit*, hlm. 133.

### 3. Teknik analisis data

Analisa data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, dokumentasi, interview, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain<sup>34</sup>.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, oleh karena itu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya mengolah dan menganalisa data tersebut. Dalam penelitian ini datanya berupa data kualitatif dan dianalisa dengan teknik atau cara deskriptif interpretative, yakni data dikumpulkan dan disusun kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan seperlunya.

Penafsiran dilakukan dengan cara mengartikan maksud perkataan atau kalimat dari data yang terkumpul dengan dilandasi pendapat, teori, atau hukum yang telah ada sebelumnya.

Tahapan analisis data merupakan tahapan yang paling penting dan menentukan. Pada tahap ini data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian ini<sup>35</sup>.

Dengan demikian langkah-langkah analisis data sebagai berikut :

---

<sup>34</sup>Noeng, Muhadjir, *Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Tehnik)*, Bandung, Tarsito, 1985, hlm. 140.

<sup>35</sup>Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PT. Gramedia, 1999, hlm. 260.

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil observasi, interview, dan dokumentasi.
  - b. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai urutan pembahasan yang telah direncanakan.
  - c. Melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah.
  - d. Menyusun sajian acara sistematis berdasar.
4. Teknik pemeriksaan keabsahan data

Untuk memperoleh keabsahan data agar hasil penelitian ini benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi, maka digunakan metode pemeriksaan keabsahan data dengan teknik ketekunan pengamatan. Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.<sup>36</sup>

Dalam kaitannya dengan permasalahan yang dibahas, penulis juga menggunakan jenis validitas rupa, yaitu memeriksa keabsahan data aspek kemampuan pengelolaan televisi-KU UDINUS dalam memanfaatkan televisi sebagai media dakwah diantaranya. *Pertama*, memeriksa dokumentasi yang dimiliki televisi-KU. *Kedua*, menganalisa pesan-pesan dakwah dalam program tayangan. *Ketiga*, cek dan ricek, langsung observasi dan interview dengan pengelola.

---

<sup>36</sup>Lexi Moleong, *Op. Cit.* hlm. 177.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM TELEVISI KAMPUS UNIVERSITAS DIAN**

#### **NUSWANTARA (TV-KU) SEMARANG**

##### **A. Letak Geografis Televisi-KU UDINUS Semarang**

Televisi-KU adalah sebuah televisi milik Kampus Universitas Dian Nuswantara yang berkantor di kampus satu gedung E lantai dua Universitas Dian Nuswantara Semarang, Secara geografis televisi-KU berada di jalan Nakula I No. 5-11 Semarang, sebelah utara jalan Indraprasta, sebelah selatan Tugu Muda, sebelah timur jalan Imam Bonjol dan sebelah barat jalan Sugiopranoto daerah pasar Bulu.

##### **B. Sejarah Dan Perkembangan Televisi-KU UDINUS Semarang**

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara berdiri pada tanggal 13 September 2003, televisi ini pertama kali berdiri adalah berbentuk sebuah kegiatan mahasiswa yang diprakasai oleh salah satu fakultas Universitas Dian Nuswantara yaitu fakultas bahasa dan sastra, dulunya bukan sebuah instansi berbadan hukum seperti sebuah perusahaan, tetapi televisi ini hanyalah sebuah organisasi kecil lingkup fakultas yaitu yang lahir dari inisiatif mahasiswa khususnya mahasiswa yang mengambil mata kuliah broadcasting yang berbentuk unit kegiatan mahasiswa fakultas bahasa dan sastra<sup>1</sup>.

Setelah beberapa tahun berjalan, lama kelamaan organisasi kecil ini berkembang dengan pesat berbarengan dengan banyaknya mahasiswa yang mengikuti kegiatan ini baik dari fakultas bahasa dan sastra maupun dari

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara bapak Lilik Eko Nuryanto, pada tanggal 15 Mei 2008

fakultas-fakultas lain. Dengan diprakasai fakultas bahasa dan sastra unit kegiatan ini berusaha masuk kedalam unit kegiatan yang lebih besar yaitu lingkup kampus yang kemudian unit kegiatan broadcasting ini dikembangkan lebih besar menjadi sebuah program broadcasting dengan tindak lanjut sebuah pendirian stasiun televisi kampus yang mempunyai tujuan guna pengembangan ilmu pengetahuan tentang broadcasting, dan televisi yang bergerak dalam bidang pengembangan pendidikan.

Setelah masuk dalam lingkup kampus, guna pengembangan yang lebih baik televisi ini diambil alih dan dipegang langsung oleh Rektor UDINUS selaku yang memberi kebijakan-kebijakan hingga televisi ini berkembang menjadi televisi kampus sekaligus televisi daerah yang sudah memiliki badan hukum sendiri yang sekarang berbentuk perseroan terbatas<sup>2</sup>.

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TV-KU) yang mempunyai tujuan utamanya sebagai sebuah televisi yang mengedepankan faktor pendidikan selain faktor hiburan, maka televisi ini harus tetap mengedepankan fungsi-fungsi dari media massa televisi sendiri, yang salah satu fungsinya adalah fungsi pendidikan dan fungsi hiburan.

Sebagai media komunikasi massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan, sesuai dengan makna pendidikan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Stasiun televisi menyiarkan acara-acara pendidikan tertentu secara teratur dan bertahap.

---

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan ibu Lakshiputri pada tanggal 15 Mei 2008

Sedangkan untuk fungsi hiburan yang memang sudah melekat pada media massa televisi tampaknya lebih dominan, karena sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran diisi oleh acara-acara hiburan hal ini dapat dimengerti sebagai fungsi pokok televisi karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan dan dapat dinikmati di rumah oleh seluruh keluarga dan khalayak.

Dari berbagai fungsi yang disebutkan di atas maka yang berfungsi lebih utama tergantung kepada jenis media massanya, khusus televisi secara umum menyiarkan program-programnya secara universal., tetapi fungsi utamanya tetaplah hiburan<sup>3</sup>, walaupun ada program-program yang mengandung segi informasi dan pendidikan hanya sebagai pelengkap saja dalam rangka memenuhi kebutuhan alamiah manusia, yaitu ingin mengetahui apa yang terjadi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri dalam waktu yang secepat-cepatnya.

Dilihat dari fungsi di atas televisi-KU lebih mengedepankan fungsi pendidikannya dari pada fungsi hiburannya hal ini sesuai dengan tujuan awal televisi ini didirikan, meskipun fungsi utama televisi sebenarnya adalah hiburan, tetapi dalam pelaksanaannya nanti tidak menutup kemungkinan bahwa faktor hiburannya tetap ada.

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara (TV-KU) Semarang adalah sebuah stasiun televisi pendidikan yang memiliki nilai strategis dalam rangka turut serta mencerdaskan bangsa serta mampu memberikan alternatif

---

<sup>3</sup>Ishadi, *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangannya*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999. hlm. 43.

solusi bagi banyak permasalahan yang timbul di masyarakat lewat program-program siaran yang berkualitas dan tepat sasaran. Mengingat bahwa hingga saat ini belum ada stasiun televisi pendidikan yang sebenar-benarnya berprogram pendidikan, maka keberadaan stasiun televisi pendidikan telah menjadi kebutuhan yang memang mendesak.

Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah yang merupakan kota industri, perdagangan, kelautan, wisata/ budaya, dan pendidikan juga tak lepas dari kebutuhan ini. Dari pertimbangan semacam itulah dan dengan turunnya surat keputusan gubernur Jawa Tengah No. 483/116/2003 tanggal 13 September 2003 dan diperbarui dengan surat keputusan Gubernur Jawa Tengah No. 483/12A/2005 tertanggal 8 Pebruari 2005 secara resmi telah diturunkan izin mendirikan sebuah stasiun televisi pendidikan yang dikelola oleh Universitas Dian Nuswantara Semarang (UDINUS), dengan nama “Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara” yang populer dengan sebutan nama TV-KU<sup>4</sup>.

Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara dipandang cukup mampu menyelenggarakan siaran secara berkala, dan siap menjadi salah satu agen pembangunan di daerah Semarang dan sekitarnya pada khususnya, dan Jawa Tengah pada umumnya.

### **C. Struktur Organisasi Televisi-KU UDINUS Semarang**

Struktur organisasi merupakan suatu urutan, sistem interaksi suatu kerjasama antara satu orang dengan orang lain dalam mencapai tujuan

---

<sup>4</sup> Arsip company profil televisi-KU UDINUS.

bersama. Struktur organisasi akan mencerminkan tugas dan wewenang yang jelas pada suatu jabatan tertentu, disamping itu untuk menghindari adanya tumpang tindih tugas antara satu dengan yang lain, Adapun struktur organisasi Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara adalah sebagaimana terlampir.

Sedangkan untuk sistem manajemen televisi-KU antara lain termanifestasi dalam bentuk job diskripsi<sup>5</sup>, yaitu sebagai berikut.

1. Presiden Komisaris

- Bertanggung jawab terhadap semua kebijakan-kebijakan, infrastruktur dan bertanggung jawab penuh terhadap aspek hukum yang berbentuk perseroan terbatas (PT).

2. Direktur Utama

- Bertanggung jawab terhadap presiden komisaris.
- Bertanggung jawab terhadap semua operasional dan program-program secara keseluruhan.

3. Publik Relation

- Bertanggung jawab terhadap presiden komisaris dan direktur utama.
- Bertanggung jawab terhadap semua bentuk kerjasama baik dari pihak luar maupun pihak dalam sendiri.

4. Direktur Operasional

- Bertanggung jawab terhadap direktur utama.

---

<sup>5</sup> Arsip televisi-KU UDINUS

- Bertanggung jawab terhadap pengkajian dan pengembangan secara keseluruhan.
- Memberikan masukan kepada semua divisi di bawahnya mulai dari divisi pemasaran, keuangan dan administrasi, program, pemberitaan, dan divisi teknik.

#### 5. Manajer Pemasaran

- Bertanggung jawab terhadap direktur operasional.
- Membina hubungan baik dengan pihak luar.
- Bertanggung jawab terhadap semua jenis publikasi dan masuknya semua program sponsorship.

#### 6. Manajer Keuangan dan Administrasi

- Bertanggung jawab terhadap direktur operasional.
- Bertanggung jawab terhadap sistem administrasi perusahaan dan personalia.
- Bertanggung jawab terhadap sirkulasi keuangan perusahaan.
- Bertanggung jawab atas status atau aspek hukum perusahaan.
- Bertanggung jawab atas keseluruhan inventaris perusahaan.
- Bertanggung jawab terhadap peningkatan kualitas SDM personalia.

#### 7. Manajer Divisi Program

- Bertanggung jawab terhadap direktur operasional.
- Bertindak sebagai pimpinan redaksi.
- Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan keseluruhan konsep program sejak perencanaan sampai tahap evaluasi.

- Bertanggung jawab secara hukum atas keseluruhan isi materi program.

#### 8. Manajer Divisi Pemberitaan

- Bertanggung jawab terhadap direktur operasional.
- Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan keseluruhan konsep pemberitaan dan semua jenis peliputan mulai perencanaan, proses reporter sampai pada tahap editing.

#### 9. Manajer Teknik

- Bertanggung jawab terhadap direktur operasional.
- Bertanggung jawab terhadap kinerja dan kemampuan SDM personalia teknik.

#### 10. Produser Non Berita

- Bertanggung jawab terhadap divisi programmer.
- Bertanggung jawab terhadap semua awak produksi dan kinerjanya.
- Bertanggung jawab terhadap proses editing non berita.

#### 11. Produser Berita

- Bertanggung jawab terhadap divisi pemberitaan.
- Bertanggung jawab terhadap semua proses reporter.
- Bertanggung jawab terhadap proses editing bagian berita.

Dengan melihat televisi-KU sebagai suatu sistem manajemen seperti di atas, maka hasil yang menjadi tujuan awal adalah hasil dari usaha keseluruhan bagian-bagian (bidang fungsional) yang ada pada televisi-KU tersebut.

#### **D. Tujuan, Visi, Dan Misi Televisi-KU UDINUS Semarang**

Stasiun Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara adalah sebuah televisi lokal komersil yang dikelola oleh sebuah badan hukum berbentuk Perseroan Terbatas di bawah kepemimpinan sebuah Presiden Komisaris dengan nama “PT Televisi Kampus Universitas Dian Nuswantara”.

Televisi ini berdiri dengan maksud menumbuhkembangkan ilmu pengetahuan yang memiliki tujuan, meningkatkan kesejahteraan warga masyarakat dengan cara meningkatkan pengetahuan teoritis dan ketrampilan praktis serta aplikatif melalui program-program siaran yang khusus dirancang untuk keperluan itu.

Pesan-pesan di dalam sebuah televisi bukan hanya didengar tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (audio visual)<sup>6</sup>, dan televisi siaran (television broadcast) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen.<sup>7</sup> Pesan dan ciri media televisi seperti inilah yang coba dikaitkan dengan visi dan misi televisi-KU agar televisi ini dapat diterima oleh masyarakat luas dan tujuan awal sebagai televisi pendidikan dapat berkembang dengan baik.

Televisi inipun mempunyai visi dan misi yang semuanya ingin meningkatkan mutu pendidikan dari semua hal melalui sebuah media audio

---

<sup>6</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa, Sebuah Analisa Media Televisi*, Jakarta : Rineka Cipta. 1996. hlm. 16

<sup>7</sup> Onong Uchjana Effendy, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*, Bandung : Alumni. 1984. hlm. 24.

visual, yang mempunyai visi adalah mencerdaskan bangsa melalui media audio visual dan mempunyai misi memberikan pendidikan melalui media televisi dengan materi pendidikan teoritis maupun praktis serta aplikatif kepada masyarakat kota Semarang khususnya dan warga Jawa Tengah pada umumnya.

#### **E. Format Dan Program Siaran Televisi-KU UDINUS Semarang**

Televisi-KU merupakan sebuah stasiun televisi yang bertujuan mengembangkan pada sektor pendidikan maka sebagian besar program siaran televisi-KU bertemakan tentang pendidikan dan program acaranya banyak yang berkaitan tentang pendidikan. Dalam televisi ini program pendidikannya adalah sebanyak 70% sedangkan untuk 30% nya sendiri adalah program acara hiburan dan program acara lain-lain<sup>8</sup>. Sedangkan untuk program acaranya selama per-bulan sebagaimana terlampir:

Format dan jadwal siaran televisi-KU sudah terprogram dengan rapi selama satu tahun, tetapi setiap bulan jadwal siaran bisa berubah tergantung ada tidaknya program acara masuk dari pihak luar, karena manajemen televisi-KU juga menyediakan durasi ruang penyiaran bagi pihak luar yang ingin memasukkan program di televisi-KU. Untuk program acara masukan dari luar seperti :

1. Film-film independen buatan dalam negeri dan luar negeri.
2. Film-film seri yang ada hubungannya dengan pendidikan.
3. Partisipasi dari institusi pemerintahan.

---

<sup>8</sup>Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 15 Mei 2008

4. Film atau sinetron atau klip musik, dan semua jenis promosi lokal dan luar negeri.

Sedangkan untuk program siaran pendidikannya tidak bisa berubah, karena semua program acara pendidikan yang ada di televisi-KU adalah program masukan kerjasama dari pihak televisi luar yaitu televisi Edunews (TVE) dan Voice of America (VOA).

Di televisi-KU Semarang ini juga terdapat program-program religius yang bertujuan untuk penyiaran Islam. Program tersebut sebagai wujud aktualisasi dari penyerapan program dari aspek-aspek sosial. Dalam arti sebagian besar penduduk Jawa Tengah beragama Islam. Namun tujuan utama dari program tersebut adalah pendidikan agama Islam terhadap masyarakat Jawa Tengah. Sedangkan format program-program siaran dakwah selama bulan April sebagai berikut :

1. Klinik Sakinah

- a. Senin, 7 April 2008

- Tema : Kerajaan diri
- Format acara : Talkshow interaktif
- Pemateri : K. H. Syaifuddin (tokoh masyarakat Indraprasta)
- Durasi waktu : 60 menit (pukul 17.00-18.00 WIB)

- b. Senin, 14 April 2008

- Tema : Cara Mendidik Anak
- Format acara : Talkshow interaktif
- Pemateri : Ustad Arfian

- Durasi waktu : 60 menit (pukul 17.00-18.00 WIB)

c. Senin, 21 April 2008

- Tema : Membangun Mahligai Rumah Tangga Islami
- Format acara : Talkshow interaktif
- Pemateri : Muhammad Jamaluddin S. Ag. (dosen tamu IAIN Semarang)
- Durasi waktu : 60 menit (pukul 17.00-18.00 WIB)

d. Senin, 28 April 2008

- Tema : Keluarga Menggapai Cinta Allah
- Format acara : Talkshow interaktif
- Pemateri : K.H. Syaifuddin (tokoh masyarakat Indraprasta)
- Durasi waktu : 60 menit (pukul 17.00-18.00 WIB)

1. Seni Menata Hati

a. Kamis, 3 April 2008

- Tema : Islam dan Pembentukan Masyarakat Sukses
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : Prof. Amin Syukur
- Durasi waktu : 60 menit (pukul 20.00-21.00 WIB)

b. Kamis, 10 April 2008

- Tema : Islam Peranannya Dalam Kehidupan Sosial Masyarakat
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : Ibu Dharosi (dosen Universitas Diponegoro)

- Durasi waktu : 60 menit (20.00-21.00 WIB)

c. Kamis, 17 April 2008

- Tema : Membangun Manusia Muslim Masa Depan
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : Prof. Amin Syukur
- Durasi waktu : 60 menit (pukul 20.00-21.00 WIB)

d. Kamis, 24 April 2008

- Tema : Membersihkan Hati
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : Ibu Dharosi (dosen Universitas Diponegoro)
- Durasi waktu : 60 menit (pukul 20.00-21.00 WIB)

2. Kedai Rohani

a. Jumat, 4 April 2008

- Tema : Allah Tempat Bersandar
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : Ustad Syahroni
- Durasi waktu : 30 menit (22.00-22.30 WIB)

b. Jumat, 11 April 2008

- Tema : Golongan Penghuni Surga
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : K.H. Ahmad Hilman Al-Ghyfari (tokoh masyarakat)
- Durasi waktu : 30 menit (22.00-22.30 WIB)

c. Jumat, 18 April 2008

- Tema : Pentingnya Kesabaran
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : K. Muhammad Zuhri, S.Ag
- Durasi waktu : 30 menit (22.00-22.30 WIB)

d. Jumat, 25 April 2008

- Tema : Sabar dan Syukur
- Format acara : Interaktif
- Pemateri : Ustad Syahroni
- Durasi waktu : 30 menit (22.00-22.30 WIB)<sup>9</sup>

3. Program acara satu bulan penuh selama bulan suci romadhan.

Semua acara pada saat bulan ramadhan di siarkan secara tidak langsung dalam format kultum (kuliah tujuh menit) yang programnya disiarkan pada saat menjelang berbuka puasa. Sedangkan untuk siaran secara langsungnya pada saat sholat idul fitri berlangsung.

Pelaksanaan penyiaran dakwah Islam di televisi-KU selalu mengacu pada perencanaan yang telah digariskan, Dalam pelaksanaan program-program semacam ini semua divisi dan staf yang bersangkutan sangat berperan penting dan harus dilaksanakan dengan semaksimal mungkin.

Sedangkan untuk perubahan program (perencanaan ulang) dilakukan programmer setiap satu bulan sekali seperti program-program acara masukan

---

<sup>9</sup>Arsip company profil televisi-KU UDINUS.

dari pihak luar, untuk program acara semacam ini bisa dimasukkan dalam program acara talkshow ataupun masuk ke program acara lain yang bukan program acara kontrak dari TVE dan dari VOA (Voice of America) karena program acara yang masuk kesini merupakan program acara sistem kontrak yang sebagian besar acaranya adalah program acara pendidikan.

#### **F. Sasaran Target Televisi-KU UDINUS Semarang**

##### 1. Sasaran dan jumlah pemirsa.

Sasaran pemirsa televisi ini adalah semua lapisan masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar Karesidenan Semarang khususnya dan warga Jawa Tengah pada umumnya, terutama mereka yang memiliki jiwa muda dan selalu kritis terhadap ilmu pendidikan dan selalu ingin mengembangkan diri. Program-program siaran dirancang untuk semua strata pendidikan, terutama yang berkaitan dengan program peningkatan kesejahteraan masyarakat. Diperkirakan, pemirsa adalah mereka yang berusia antara 10 sampai dengan 60 tahun<sup>10</sup>.

Sedangkan perkiraan jumlah pemirsa dari kalangan pelajar, mahasiswa, guru, dan dosen dari perkiraan pesimistik adalah 1.000.000 orang untuk perkiraan yang lebih banyak atau perkiraan optimistik adalah 2.000.000 orang, sedangkan perkiraan jumlah pemirsa dari kalangan non pelajar dari semua usia, untuk perkiraan pesimistik hanya 500.000 orang dan untuk perkiraan optimistik adalah 1.000.000, jadi total perkiraan

---

<sup>10</sup>Hasil wawancara dengan ibu Cicik Harini, pada tanggal 15 Mei 2008

jumlah pemirsa pesimistik adalah 1.500.000 dan optimistik adalah 3.000.000<sup>11</sup>.

Jadi harapan dari televisi ini sebagai stasiun televisi pendidikan sudah sesuai dengan apa yang menjadi tujuan awal. Hal itu bisa dilihat dari jumlah sasaran target kebanyakan dari kalangan orang-orang yang berilmu pengetahuan.

2. Jam tayang, dan rencana pengembangan daerah cakupan (Coverage Area).

Televisi-KU yang merupakan televisi lokal yang bisa dikatakan baru, masih mempunyai jam tayang yang sangat terbatas dalam waktu satu hari hanya 12 jam. Jam tayang televisi-KU mulai on air pada siang hari sampai dengan malam hari, yaitu pada pukul 11:00 hingga pukul 23:30 WIB. Rencananya pada tahap selanjutnya jam tayang akan ditingkatkan hingga bisa memenuhi penyelenggaraan siaran yang ideal yaitu, 18 sampai 24 jam perharinya.

Sedangkan untuk rencana pengembangan baik dari aspek program, daerah cakupan (coverage area) dan daerah layanan (service area) akan terus ditingkatkan, untuk pengembangan aspek program mulai dari materi siaran sampai pada tahap produksi, dikembangkan dengan memperhatikan masukan dari semua pihak terutama memperhatikan kebutuhan pasar yaitu dari pemirsa dan para pemasang iklan. Untuk daerah cakupan pancaran televisi-KU tergantung kepada daya pancar dan lokasi pemancar, untuk daya pancar televisi ini adalah 3.000 watt yang memancarkan horizontal

---

<sup>11</sup> Arsip company profil televisi-KU UDINUS

kesegala arah yang semua itu didukung oleh ketinggian lokasi pemancar antena yang posisi antenanya berada kurang lebih 70 meter dari atas permukaan tanah yaitu di bukit Sari Gombel.

Daerah cakupan sementara yang terkena pancaran televisi-KU secara umum meliputi sebagian besar kota-kota di Pantura Jawa Tengah mulai dari Semarang dan sekitarnya. Sedangkan untuk daerah layanan dan spesifikasi transmisi ditingkatkan secara bertahap dalam waktu pertahun yaitu sebagai berikut :

Tahun I	Daerah layanan :  Semarang,  Ungaran,  Ambarawa,  Salatiga, Demak,  Kudus, Jepara	Daya pancar 3  KW	Sistem antena daya tinggi,  menara dibukit Gombel.
Tahun II	Daerah layanan :  Jawa Tengah  bagian utara  (pantura) dan  bagian tengah.	Daya pancar 10  KW, terdiri atas  3 pemancar.	Sistem antenna daya tinggi,  menara berada di 3 tempat :  Gombel, Pekalongan, dan  Tawangmangu
Tahun III	Daerah layanan :  seluruh Jawa  Tengah dan  sekitarnya	Daya pancar 15  KW, terdiri atas  5 pemancar.	System antenna daya tinggi,  menara berada di 5 tempat :  Gombel, Pekalongan,  Tawangmangu, Wonosobo,

	(sebagian Jatim dan Jabar)		(Kledung), dan Banyumas (Kruput)
--	-------------------------------	--	-------------------------------------

### 3. Kerjasama dengan pihak lain.

Televisi-KU yang merupakan sebuah televisi lokal yang bisa dibidang baru sangat membutuhkan banyak sumbangsih dari semua pihak dalam bentuk apapun, baik itu pemikiran maupun dari segi financial, maka segala bentuk kerjasama yang memang saling menguntungkan seperti sumbangan, hibah, dan bentuk kerjasama dari pihak lain diterima dengan tangan terbuka sepanjang tidak bertentangan dengan visi, misi, dan tujuan pendirian televisi pendidikan ini, serta tidak ada ikatan dalam bentuk apapun<sup>12</sup>. Kerjasama yang bisa dilakukan adalah :

1. Kerjasama dalam pengadaan hardware dan software penyiaran
2. Kerjasama dalam sponsorship penyelenggaraan kegiatan
3. Kerjasama dalam pelatihan casting sumber daya manusia
4. Kerjasama dengan masjid sekitar kampus UDINUS pada saat pelaksanaan siaran langsung sholat Idul Fitri

Beberapa contoh jenis kerjasama antara lain :

- a. Kerjasama dengan departemen pendidikan nasional (dalam hal ini PUSTEKKOM) dalam bentuk
  - Penyiaran program siaran pendidikan yang dikelola oleh  
Televisi Edukasi (TVE)

---

<sup>12</sup> Arsip company profil televisi-KU UDINUS.

- Peningkatan sumber daya manusia
  - Produksi bersama
- b. Kerjasama dengan Voice of America dalam bentuk penyiaran program-program pendidikan seperti Science World, Dunia Kita, Cross Roads Café (pelajaran bahasa inggris), Jurnal VOA.
- c. Kerjasama dengan pemerintah kota atau daerah dalam bentuk program siaran seperti :
- Berita-berita kota atau propinsi
  - Sosialisasi kebijakan dan program-program pemerintah kota dan propinsi
  - Siaran interaktif tentang system pelayanan pemerintah kota atau propinsi
- d. Kerjasama dengan lembaga pendidikan lain dari berbagai strata (perguruan tinggi, SMU, SMP, SD atau sederajat, lembaga pendidikan ketrampilan, kursus dan lain-lain), kerjasama ini dalam bentuk :
- Pembuatan paket program siaran pendidikan
  - Siaran langsung kegiatan belajar mengajar (intra atau ekstra kurikuler)
  - Berita-berita pendidikan
  - Paket hiburan yang mendidik
- e. Kerjasama dengan institusi lain yang memiliki platform yang sama, dalam bentuk pembuatan dan pertukaran program.

- f. Kerjasama dengan Stasiun Televisi Swasta Pusat dalam bentuk :
- Siaran jaringan yaitu meneruskan program siaran dari pusat
  - Pembuatan program siaran bersama
  - Kerjasama pemasaran produk periklanan
- g. Kerjasama dengan pihak Stasiun Televisi Swasta Lokal dalam bentuk :
- Pembuatan program siaran bersama
  - Tukar-menukar berita daerah
  - Kerjasama pemasaran produk periklanan
- h. Kerjasama dengan pihak swasta lainnya dalam bentuk :
- Penayangan hasil produksi (PH)
  - Promosi produk dengan kemasan ilmiah
  - Sponsorship

#### 4. Kontribusi televisi-KU

Dengan telah berdirinya televisi pendidikan ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih atau kontribusi nyata dari segi sosial budaya, ilmu pengetahuan dan lainnya yang diperuntukkan terhadap semua pihak baik itu masyarakat Semarang khususnya dan Jawa Tengah pada umumnya, televisi-KU diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai berikut :

- a. Kontribusi sosial budaya
- Peningkatan pendidikan masyarakat secara umum
  - Peningkatan pendidikan keislaman secara umum

- Peningkatan partisipasi pembangunan oleh masyarakat
  - Pelestarian budaya bangsa
  - Peningkatan kesehatan masyarakat
- b. Kontribusi iptek terapan
- Peningkatan keterampilan problem solving di dunia industri kecil dan menengah
  - Peningkatan pengetahuan komputer untuk usaha kecil dan menengah
  - Peningkatan penguasaan teknik elektronika untuk industri kecil dan menengah yang bersesuaian
- c. Kontribusi tak langsung
- Peningkatan kesejahteraan masyarakat secara umum
  - Peningkatan daya saing produk-produk hasil industri kecil dan menengah di Jawa Tengah

Harapan dan kontribusi seperti itulah yang akan coba dilakukan oleh televisi-KU terhadap masyarakat Jawa Tengah, hal ini agar masyarakat Jawa Tengah tidak ketinggalan terhadap daerah-daerah lainnya<sup>13</sup>.

#### **G. Profil Siaran Dakwah Televisi-KU UDINUS Semarang**

Siaran dakwah di televisi-KU UDINUS meliputi beberapa program acara baik itu program harian maupun program satu tahun sekali, yang program acaranya sebagai berikut :

---

<sup>13</sup> Arsip company profil televisi-KU UDINUS.

a. Klinik Sakinah

Klinik Sakinah adalah program acara talkshow yang dilaksanakan satu minggu sekali dengan format acara interaktif yang berdurasi waktu 60 menit, program acara Klinik Sakinah mempunyai target sasaran dalam pembangunan rumah tangga (keluarga sakinah) dengan mengacu pada syariat Islam dalam membentuk sebuah keluarga sakinah yang bernaafaskan Islam.

Sedang untuk pemateri didatangkan dari luar yang benar-benar kompeten dibidangnya dan disesuaikan dengan tema materi yang akan diangkat dan tema yang diangkat biasanya tema-tema yang aktual pada saat itu, jadi tema acaranya bisa berubah-ubah.

b. Seni Menata Hati

Program acara Seni Menata Hati merupakan program acara talkshow keagamaan Islam yang dilaksanakan satu minggu sekali dengan format acara interaktif yang berdurasi waktu 60 menit, Seni Menata Hati sendiri mempunyai target sasaran yang lebih luas yaitu, semua kalangan. Untuk tema materi formatnya sama dengan program keluarga sakinah yang bisa berubah-ubah, sedang untuk pemateri program acara ini untuk sementara hanya memakai jasa dua pemateri yang didatangkan dari luar yaitu, dosen dari Universitas Diponegoro ibu Dharosi, dan dari instansi pemerintahan daerah Semarang yaitu Prof. Amin Syukur.

c. Kedai Rohani

Program acara Kedai Rohani sendiri juga hampir sama dengan program acara religius di atas, hanya untuk program acara ini durasi waktunya lebih pendek yaitu hanya berdurasi waktu 30 menit, Kedai Rohani ini membahas tentang kehidupan yang bernuansa Islam dengan format acara interaktif yang dikemas semenarik mungkin ada tambahan format acara menghibur dengan sedikit humoran dari pemateri, dengan sistem seperti ini diharapkan agar pemirsa tidak mudah bosan dan selalu ingin terus mengikuti program acara ini.

d. Program acara satu bulan penuh selama bulan suci romadhan.

Program acara selama bulan romadhan yaitu sebagai berikut :

- Kultum (kuliah tujuh menit)

Program acara ini adalah program ceramah keagamaan menjelang berbuka puasa dengan bertemakan tentang hal-hal yang berkaitan dengan puasa ramadhan yang disampaikan dai secara langsung.

- Ngabuburit Cerdas

Program acara ngabuburit cerdas ini adalah program acara talkshow keagamaan seputar bulan puasa, program acara ini bersifat interaktif yaitu pemateri menyampaikan materi kemudian dibuka pertanyaan. Program ini berdurasi waktu 60 menit mulai jam 16.30WIB sampai jam 17.30WIB. setelah acara ini selesai baru acara kultum.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 15 Mei 2008

### **BAB III**

#### **MANAJEMEN SIARAN DAKWAH TV-KU UDINUS SEMARANG**

Televisi sebagai media yang muncul belakangan dibanding media cetak dan radio, ternyata memberi nilai yang sangat spektakuler dalam sisi-sisi pergaulan hidup manusia saat ini. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media massa tersebut telah mampu menguasai jarak secara geografis dan sosiologis<sup>1</sup>.

Televisi juga ikut serta dalam pengawasan sosial terlepas apakah media televisi berdampak negatif atau positif, beberapa acara televisi secara nyata telah membentuk pola kehidupan masyarakat terhadap berbagai macam informasi yang disajikan. Salah satu kelebihan dari media televisi adalah paket acaranya yang mampu membuka wawasan berfikir pemirsanya untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat.

Kemampuan media massa televisi seperti itulah yang nantinya akan mampu membuat konsep diri pada pemirsa setelah menyaksikan tayangan acara televisi jelas akan menentukan seberapa jauh media televisi itu mempunyai dampak yang menyentuh aspek kepribadian pemirsa secara emosional, intelektual maupun sosial<sup>2</sup>.

Kesimpulan akhir dari keberadaan komunikasi massa media televisi ialah bahwa kehadiran televisi menjadi bagian yang sangat penting sebagai sarana untuk berinteraksi satu dengan lainnya dalam berbagai hal yang menyangkut

---

<sup>1</sup>Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa. Sebuah Analisis Media Televisi*, : Jakarta. Rineka Cipta. 1996. hlm. 22

<sup>2</sup>*Ibid.*, hlm. 94

perbedaan dan persamaan persepsi tentang sesuatu yang sedang terjadi di belahan dunia. Dalam hal ini massa menjadi obyek utama dari liputan media televisi terlepas apakah dalam tayangan liputannya, media tersebut bertujuan mempropaganda ideologi suatu negara atau masyarakat, itu semua sudah menjadi konsekuensi yang harus diterima oleh masyarakat yang sudah terlanjur menganggap teknologi industrialisasi sebagai zaman keemasan bagi suatu bangsa<sup>3</sup>.

Pada masa sekarang ini telah semakin banyak muncul teknologi media massa televisi, baik itu televisi swasta, lokal maupun televisi milik negara. Yang hampir semua saling bersaing untuk memperebutkan banyak khalayak, baik itu mulai dari anak-anak sampai orang tua, laki-laki maupun perempuan, dengan indikasi semacam itu media massa ini bersaing mengadu strategi dengan berbagai cara yang bertujuan untuk mempertahankan eksistensi media televisi masing-masing.

Dari sekian banyak cara yang dilakukan salah satunya adalah menggunakan sistem manajemen dan pengemasan acara yang menarik dan dirangkum sedemikian rupa agar dapat mudah diterima masyarakat pada umumnya, mengemas acara televisi memang tidak semudah membalik telapak tangan, banyak unsur yang mempengaruhinya tetapi yang lebih penting para perancang paket acara televisi tidak bosan untuk mencari format materi acara televisi yang mengandung unsur pendidikan.

---

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm. 21.

Faktor-faktor seperti di atas inilah yang nantinya coba diterapkan oleh televisi-KU, yang akan dijadikan bahan pertimbangan terutama dalam hal pembentukan manajemen siaran yang baik. Televisi-KU merupakan badan hukum yang mempunyai suatu sistem keseluruhan bagian dari badan atau lembaga adalah suatu kesatuan yang saling mempengaruhi satu sama lain. Ibarat tubuh, jika salah satu anggota tubuh sakit maka akan menyebabkan segenap tubuh ikut merasakan sakit, sedangkan manajemen sendiri memiliki hakekat bahwa untuk mencapai suatu tujuan akhir, maka harus saling terikat satu dengan lainnya dan harus diadakan pembagian kerja secara optimal, mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga tahap evaluasi.

Televisi-KU sebagai salah satu media massa lokal yang memiliki visi misi dalam bentuk memajukan sektor pendidikan, namun tidak menutup kemungkinan mengacu pada sektor lain termasuk pengembangan dakwah Islam melalui media massa. Dalam hal ini, sistem manajemen televisi-KU tidak mengedepankan sistem manajemen Islam, akan tetapi sistem manajemen televisi-KU bertujuan untuk mencerdaskan melalui pendidikan lewat media *audio visual* sesuai dengan yang termuat di visi misi. Televisi-KU sebagai sebuah media massa lokal komersil yang berbentuk badan hukum berupa perseroan terbatas (PT) maka untuk mencapai visi misinya, memiliki sebuah sistem manajemen yang dikemas secara profesional. yang menjadi tujuan awal adalah hasil dari usaha keseluruhan bagian-bagian (bidang fungsional) yang ada pada televisi-KU.

Dalam hal ini penulis tidak akan membahas keseluruhan bidang-bidang fungsional. Namun akan lebih menyoroti penerapan fungsi-fungsi manajemen

kepada bidang programer saja, dan tidak menutup kemungkinan bidang fungsional yang lain akan ikut dibahas. Hal ini mengingat bahwa yang penulis angkat adalah manajemen siaran dakwah yang ada di televisi-KU, maka langkah-langkah manajemen yang diambil programmer akan selalu mempengaruhi atau terikat oleh kebijakan-kebijakan manajemen televisi secara keseluruhan termasuk kebijakan program siaran yang bernuansa dakwah Islam.

Tahapan langkah manajemen di televisi-KU adalah menyusun garis-garis besar haluan kerja televisi-KU, sebagai induk dari semua perencanaan yang dilakukan. Tahapan tersebut adalah tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga pada tahap pengawasan atau evaluasi.

Tahapan manajemen siaran seperti di atas dapat diterangkan, sebagai berikut;

#### **A. Perencanaan (Planning)**

Sebelum seorang manajer dapat mengorganisasi, mengarahkan dan mengawasi, mereka haruslah membuat rencana yang memberikan tujuan dan arah organisasi. Perencanaan adalah pemilihan dan penetapan kegiatan, selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir bila rencana tersebut telah ditetapkan, rencana haruslah diimplementasikan. Setiap saat selama proses implementasi dan pengawasan, rencana-rencana mungkin memerlukan perbaikan agar tetap berguna. "Perencanaan kembali" kadang-kadang dapat menjadi faktor kunci agar mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin.

Salah satu aspek yang juga penting dalam perencanaan adalah pembuatan keputusan, proses pengembangan dan penyeleksian sekumpulan kegiatan untuk memecahkan suatu masalah tertentu.

Ada beberapa tahap perencanaan di televisi-KU, perencanaan yang dilakukan oleh televisi-KU seperti yang dikemukakan oleh bapak Lilik Eko Nuryanto selaku direktur operasional televisi-KU sebagai berikut :

“perencanaan di televisi-KU adalah perencanaan secara menyeluruh mulai program acara apa saja yang akan dibuat, perencanaan biaya yang akan digunakan, merencanakan kapan proses produksi, editing sampai kapan program disiarkan, terus perencanaan penjadwallan program secara menyeluruh terutama periklanan yang harus dilakukan secara serius”<sup>4</sup>.

Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan pada perencanaan program-program siaran dakwah Islam yang ada di televisi-KU UDINUS Semarang. Di dalam televisi-KU sendiri program acara seperti itu adalah program acara talkshow satu minggu sekali yang mempunyai durasi waktu 60 menit, seperti program Klinik Sakinah, Seni Menata Hati, Kedai Rohani dan ada program tahunan yaitu ketika bulan suci romadhon selama satu bulan penuh dan program siaran langsung pada saat sholat Idul Fitri berlangsung.

Tahap perencanaan ini berarti persiapan menyusun semua program di televisi-KU yang sudah dilakukan pada saat awal tahun, termasuk semua program keagamaan mulai dari menentukan konsep acara secara keseluruhan seperti metode yang dipakai, tema, pemateri, sasaran yang

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 30 desember 2008

diinginkan, sampai kepada biaya yang akan dikeluarkan. Maka dibuatlah perencanaan program-program religius, yang meliputi beberapa aspek kehidupan keagamaan, diantara program keagamaan televisi-KU sistem perencanaanya sebagai berikut :

1. Klinik sakinah

Perencanaan konsep program acara ini dilakukan pada saat awal tahun seperti semua konsep acara yang ada, yang dilakukan setelah selesai tahap evaluasi pada saat tutup tahun. Perencanaan ini adalah menentukan konsep acara seperti apa, sasaran yang diinginkan, sampai kepada biaya yang akan dikeluarkan.

Perencanaan inipun tidak hanya satu kali pada saat itu, tetapi selama satu bulan sekali dilakukan peninjauan ulang konsep program acara agar program ini berjalan maksimal dan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Klinik Sakinah adalah program acara talkshow yang dilaksanakan satu minggu sekali dengan format acara interaktif yang berdurasi waktu 60 menit, program acara Klinik Sakinah mempunyai target sasaran dalam pembangunan rumah tangga (keluarga sakinah) dengan mengacu pada syariat Islam dalam membentuk sebuah keluarga sakinah yang bernaftaskan Islam.

Sedang untuk pemateri didatangkan dari luar yang benar-benar kompeten dibidangnya dan disesuaikan dengan tema materi yang akan

diangkat dan tema yang diangkat biasanya tema-tema yang aktual pada saat itu, jadi tema acaranya bisa berubah-ubah.

## 2. Seni menata hati

Program acara Seni Menata Hati spesifikasinya adalah sebagai berikut : Program acara Seni Menata Hati merupakan program acara talkshow keagamaan Islam yang dilaksanakan satu minggu sekali dengan format acara interaktif yang berdurasi waktu 60 menit, Seni Menata Hati sendiri mempunyai target sasaran yang lebih luas yaitu, semua kalangan. Untuk tema materi formatnya sama dengan program keluarga sakinah yang bisa berubah-ubah, sedang untuk pemateri program acara ini untuk sementara hanya memakai jasa dua pemateri yang didatangkan dari luar yaitu, dosen dari Universitas Diponegoro ibu Dharosi, dan dari instansi pemerintahan daerah Semarang yaitu Prof. Amin Syukur.

## 3. Kedai rohani

Program acara Kedai Rohani spesifikasinya adalah sebagai berikut : Program acara Kedai Rohani sendiri juga hampir sama dengan program acara religius di atas, hanya untuk program acara ini durasi waktunya lebih pendek yaitu hanya berdurasi waktu 30 menit, Kedai Rohani ini membahas tentang kehidupan yang bernuansa Islam dengan format acara interaktif yang dikemas semenarik mungkin ada tambahan format acara menghibur dengan sedikit humoran dari

pemateri, dengan sistem seperti ini diharapkan agar pemirsa tidak mudah bosan dan selalu ingin terus mengikuti program acara ini.

#### 4. Program acara satu bulan penuh selama bulan suci romadhan.

Sedangkan untuk program ini konsep acaranya berbeda dengan ketiga program acara di atas, program ini adalah salah satu program acara relegius yang spesial, karena selama satu bulan penuh televisi-KU memperpanjang durasi on air yang semula hanya sampai pada pukul 23.30 WIB sekarang diajukan sampai pukul 05.30 WIB, dan selama satu bulan penuh menyajikan program acara ke-Islaman.

Mulai dari program acara siraman rohani selama bulan puasa yang berdurasi waktu 15 menit, pelaksanaan waktu adzan lima waktu dan waktu imsa' yang disesuaikan dengan daerah setempat (Semarang), program acara talkshow interaktif ngabuburit cerdas yang bertemakan kagamaan tentang puasa dengan pemateri berubah-ubah yang dilaksanakan sebelum berbuka puasa berdurasi waktu 60 menit, sampai kepada program pemutaran film-film rohani setelah pelaksanaan ibadah Sahur yaitu sekitar pukul 05.00 WIB, yang semuanya dilaksanakan selama satu bulan penuh. Setelah bulan ramadhan selesai dilaksanakan program acara siaran langsung sholat idul fitri dari masjid sekitar.

Sedangkan untuk upaya pemecahan masalah yang akan timbul televisi-KU mengemas keempat program acara ini dalam bentuk talkshow sehingga masyarakat dapat ikut langsung mendapatkan pemecahan dari

masalah yang dikemukakan, disamping menjadi bahan evaluasi. Perencanaan yang matang dari mulai persiapan hingga akhir kegiatan mutlak dilakukan guna membentuk satu tujuan yang mulia yaitu tatanan masyarakat yang utuh (*fis-silmi kaffah*)<sup>5</sup>

Program acara relegius keagamaan (Islam) yang merupakan program acara mingguan seperti Klinik Sakinah, Seni Menata Hati dan Kedai Rohani secara garis besar spesifikasinya sebagai berikut :

a. Subyek (pemateri)

Untuk subyek (pemateri) dalam program acara ini berubah-ubah tidak hanya satu pemateri, pemateri yang diambil merupakan pemateri dari luar dan yang berkompeten dalam bidangnya, biasanya pemateri yang didatangkan disesuaikan dengan tema yang sudah ditentukan sebelumnya.

b. Obyek (sasaran)

Sedangkan untuk obyek sasarannya sendiri dari ketiga program acara religius ini ketiganya mempunyai target sasaran sendiri-sendiri, untuk Klinik Sakinah target sasaran yang diinginkan adalah pola kehidupan dalam rumah tangga atau yang diinginkan adalah membentuk sebuah keluarga sakinah, sedangkan untuk Seni Menata Hati dan Kedai Rohani memasang target sasaran lebih umum yaitu semua kalangan dan kelompok-kelompok mulai dari laki-laki, perempuan, anak-anak sampai kepada orang tua.

---

<sup>5</sup> M. Jakfar Puteh, *Dakwah di Era Globalisasi (Strategi Menghadapi Perubahan Sosial)*, Yogyakarta : AK Group, 2006 hlm 118.

c. Materi

Program acara relegius ini tidak hanya monoton dalam satu tema saja tetapi untuk temanya sendiri disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada saat itu, tema harus menarik dan harus terus aktual, tidak menutup kemungkinan untuk tema bisa dapat masukan dari pihak luar dalam hal ini pemateri dan pemirsa televisi-KU.

d. Metode

Metode yang digunakan pada saat program acara ini berlangsung adalah metode Interaktif, yaitu pemateri menyampaikan materi terlebih dahulu kemudian setelah selesai dibuka tanya jawab<sup>6</sup>.

Perencanaan yang sudah dilakukan oleh televisi-KU sudah sangat maksimal meskipun belum sesuai dengan perencanaan yang baik seperti teori perencanaan yang dikemukakan oleh George R. Terry, tetapi proses perencanaan yang sudah dilakukan oleh televisi-KU sudah mampu memenuhi sasaran yang diinginkan dan hasilnya juga berjalan maksimal.

## **B. Pengorganisasian (Organizing)**

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses susunan struktur organisasi yaitu departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi adalah pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja organisasi agar kegiatan-kegiatan sejenis saling berhubungan dapat

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 11 Juni 2008.

dikerjakan bersama. Hal ini akan tercermin pada struktur formal suatu organisasi dan tampak atau ditunjukkan oleh bagan suatu organisasi. Pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu pada organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan sekumpulan kegiatan. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.

Pengorganisasian di televisi-KU sudah sesuai dengan job masing-masing semua program telah dipegang oleh masing-masing bagian sesuai dengan struktur organisasi yang ada di televisi-KU,<sup>7</sup> Pengorganisasian dalam penyiaran (*broadcasting*) semua program siaran dakwah di televisi-KU berlangsung pada divisi programmer dan staf-staf yang ada di bawahnya, yaitu koordinator traffic, koordinator produksi dan koordinator properti.

Masing-masing staf memerankan fungsi yang berbeda-beda, misalnya dalam hal ini programmer memerankan fungsi sebagai pimpinan redaksi, koordinator traffic memerankan fungsi sebagai pelaksana harian program, koordinator produksi memerankan fungsi sebagai pelaksana proses produksi mulai dari tahap awal produksi sampai tahap editing, sedangkan koordinator properti memerankan fungsi sebagai penanggung jawab terhadap semua properti yang digunakan dalam proses produksi.

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 30 desember 2008

Secara praktis pengorganisasian tersebut dapat penulis simpulkan sebagai berikut, programmer sebagai pimpinan redaksi membuat konsep program siaran dakwah sebagaimana digariskan dewan redaksi dan membagi naskah program kepada tim produksi, tim properti dan tim traffic, ketiga tim inilah yang nantinya akan mengkoordinir semua hal yang ada pada saat proses produksi berlangsung, mulai dari penentuan materi, pemateri sampai pada properti apa saja yang dibutuhkan pada saat proses produksi berlangsung yang semua itu sudah diatur dalam jadwal program dan jadwal siaran yang sudah dikoordinasikan dengan divisi-divisi lainnya terutama divisi marketing.

Dalam hal penentuan biaya proses produksi digolongkan berdasarkan kebutuhan yang ada misalnya, untuk kebutuhan pelaksanaan siaran, honor untuk pemateri, presenter dan sebagainya, semua itu dikoordinasikan dengan manajer keuangan dan administrasi. Materi yang akan disampaikan dibedakan berdasarkan situasi dan kondisi aktual dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, semua itu berkoordinasi dengan divisi marketing.

Untuk mengadakan evaluasi dan perencanaan selanjutnya dapat dilakukan pada saat pertemuan rutin tahap evaluasi satu minggu sekali yaitu pada hari sabtu yang dikoordinir oleh direktur operasional<sup>8</sup>.

Dengan melihat pengorganisasian tersebut maka penulis menganalisa bahwa pengorganisasian tersebut telah berjalan baik dan

---

<sup>8</sup>Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 11 Juni 2008.

efektif, karena telah memenuhi asas pengorganisasian yang fungsional, sebagaimana dijelaskan oleh Hadari Nawawi sebagai berikut : Organisasi harus fungsional, adanya pengelompokan kerja yang telah menggambarkan pembagian kerjanya, organisasi harus menggambarkan pelimpahan wewenang dan tanggung jawab. Organisasi harus mencerminkan rentangan kontrol, harus mengandung kesatuan perintah, harus fleksibel dan seimbang<sup>9</sup>.

Pengorganisasian penyiaran dakwah di televisi-KU telah memenuhi asas fungsional, hal ini dapat dilihat dalam job diskripsi tersebut diatas sebagai contoh: pembagian tugas (job) antara divisi programmer, administrasi dan marketing masing-masing telah memiliki nilai guna yang berbeda-beda. Programmer memerankan fungsi sebagai pelaksana terhadap keseluruhan konsep program, sebagaimana digariskan oleh dewan redaksi, administrasi memerankan fungsi pengaturan administrasi perusahaan dan personalia yang meliputi inventarisasi, peralatan serta keuangan perusahaan, sedang divisi marketing memerankan fungsi pembinaan hubungan baik dengan pihak luar televisi-KU.

Jadi pengorganisasian seperti diatas inilah yang diterapkan oleh televisi-KU dengan penggunaan sistem job diskripsi maka diharapkan akan adanya sebuah rasa tanggung jawab terhadap tugas yang dibebankan kepada setiap elemen yang ada dan diharapkan semua proses produksi

---

<sup>9</sup> Hadari Nawawi, *Administrasi pendidikan*, Jakarta : Gunung Agung, 1989, hlm 27.

dapat berjalan dengan baik, kesatuan perintah dapat diamati dengan adanya penanggung jawab pada setiap divisi terhadap seluruh staf-staf yang ada di bawahnya, yang berarti seluruh staf-staf yang ada di bawah divisi hanya menerima perintah dari kepala staf (penanggung jawab divisi).

Dalam pengorganisasian untuk program acara keagamaan di televisi-KU yang meliputi empat program acara yaitu Klinik Sakinah, Seni Menata Hati, Kedai Rohani dan program bulan ramadhan juga hampir sama dengan sistem pengorganisasian secara garis besar yang telah diuraikan di atas, yaitu setiap program acara terdapat beberapa bagian yang mempunyai tugas masing-masing sesuai dengan apa yang sudah ditentukan dari tahap awal perencanaan dan semuanya itu harus dipertanggungjawabkan secara maksimal.

### **C. Penggerakan (Actuating)**

Penggerakan merupakan hubungan manusia dalam kepemimpinan yang mengikat para bawahan agar bersedia mengerti dan menyumbangkan tenaganya secara efektif serta efisien dalam pencapaian tujuan suatu organisasi. Di dalam manajemen, penggerakan ini bersifat sangat kompleks karena disamping menyangkut manusia juga menyangkut berbagai tingkah laku dari manusia-manusia itu sendiri. Hal ini berbeda dengan sifat media massa, manajemen yang akan diterapkan di media massa juga berbeda termasuk tahap penggerakan.

Sifat media massa adalah serempak cepat yang dimaksud keserempakan disini ialah keserempakan kontrak antara komunikator dengan komunikan yang demikian besar jumlahnya. Pada saat yang sama media massa dapat membuat khalayak secara serempak menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan seorang komunikator.

Pesan melalui media massa adalah bersifat umum (publik) media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk kelompok orang tertentu. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak hanya untuk sajian seketika. Seperti pesan melalui televisi setelah dilihat dan didengar kemudian tidak ada lagi, yang telah diganti dengan pesan berikutnya.

Sebagai media komunikasi massa, televisi merupakan sarana yang sangat ampuh untuk penyiaran yang sifatnya cepat, maka televisi-KU berusaha sebaik mungkin dalam pelaksanaan program acara agar dapat diterima oleh khalayak dengan mudah dan mengena, dalam pengaturan program acarapun televisi-KU mencoba mengaktualisasikan dan mengimplementasikan atau membuat bukti nyata siaran setiap harinya, seperti penayangan program acara yang menarik dan dibutuhkan khalayak secara aktual termasuk program acara relegiusnya.<sup>10</sup>

Pelaksanaan penyiaran dakwah Islam di televisi-KU selalu mengacu pada perencanaan yang telah digariskan, Dalam pelaksanaan ini

---

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 30 desember 2008

semua divisi dan staf yang bersangkutan sangat berperan penting dan harus dilaksanakan dengan semaksimal mungkin.

Dalam pelaksanaan penyiaran dakwah dan penyiaran-penyiaran lainnya fungsi penggerakan banyak dilakukan pimpinan-pimpinan dalam tiap divisi, dalam penggerakan untuk mencapai optimalisasi kerja seperti yang disampaikan bapak Lilik Eko Nuryanto adalah sebagai berikut :

“kemampuan dan keprofesionalitas staf-stafnya banyak didapatkan dari pelatihan-pelatihan, praktek kerja baik langsung maupun tak langsung dari televisi-KU, penyatuan visi dan misi kerja sebagai team work, dan pendekatan-pendekatan antara karyawan dan pemirsa yang terus dilakukan oleh semua pihak”<sup>11</sup>.

#### **D. Pengawasan (Controlling)**

Fungsi pengawasan yang utama yaitu adalah untuk mengukur pelaksanaan dan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab penyimpangan serta mengambil tindakan korektif jika perlu.

Pengawasan pada tiap-tiap divisi dilakukan oleh penanggung jawab pada tiap-tiap divisi yang dalam hal ini dilakukan oleh kepala divisi. Pengawasan terhadap seluruh divisi dilakukan oleh direktur operasional. Sedangkan untuk direktur operasional diawasi oleh direktur utama, dan untuk direktur utama sendiri diawasi oleh presiden komisaris. Jadi pengawasan tertinggi berada pada presiden komisaris.

Dalam penelitian ini, akan diprioritaskan pengawasan pada divisi programmer yang menangani langsung semua program acara TV-KU terutama program acara siaran dakwah. Jika suatu siaran tidak sesuai

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 11 Juni 2008.

standar yang digariskan maka langkah yang diambil adalah antara lain : mengadakan sistem kontrol, penghentian program secara perlahan-lahan, mengganti program dengan cara bertahap yaitu dengan cara mempertimbangkan masukan dari berbagai pihak yang itu dipertimbangkan dan diterapkan sesuai standarisasi dari televisi-KU sendiri.

Sedangkan untuk pengawasan atau tahap evaluasi secara menyeluruh yang dilakukan oleh televisi-KU seperti yang dikemukakan oleh bapak Lilik Eko Nuryanto selaku direktur operasional adalah sebagai berikut :

“tahap evaluasi meliputi evaluasi waktu yaitu satu minggu sekali evaluasi program di masing-masing bagian, evaluasi sumber daya manusianya, kualitas siarannya sampai tahap evaluasi satu bulan sekali dan evaluasi secara menyeluruh satu tahun penuh yang dilakukan pada saat akhir tahun”<sup>12</sup>

Sedangkan untuk pengawasan oleh setiap divisi di televisi-KU pada dasarnya dilakukan dua tahap. *tahap pertama* yaitu, sebelum atau saat program acara dimulai, *tahap kedua* yaitu, setelah program acara selesai, untuk pengawasan semua program acara siaran dakwah mulai dari awal perencanaan sampai proses akhir siaran sudah ada bagian yang bertanggung jawab sesuai dengan apa yang menjadi tugasnya masing-masing. Semua pengawasan program siaran dakwah itupun sama dilakukan oleh divisi programmer dan staf-stafnya agar pengawasan yang dilakukan berjalan lebih mudah dan maksimal.

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan bapak Lilik Eko Nuryanto, Direktur Operasional pada tanggal 30 desember 2008

Proses pengawasan dan evaluasi sangat penting karena hal ini sangat menentukan keberlangsungan televisi-KU sendiri, jadi untuk proses pengawasan ini sangat ditekankan sekali oleh divisi programmer sedangkan untuk pengawasan dan evaluasi secara keseluruhannya dilakukan pada waktu satu bulan sekali, pengawasan dan evaluasi ini diikuti oleh semua divisi dan staf setiap divisi yang dipimpin langsung oleh direktur operasional<sup>13</sup>.

Kemajuan ilmu dan teknologi membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai segi tatanan kehidupan manusia mulai cara berpikir, bersikap, dan bertingkah laku. Walaupun ilmu pengetahuan dan teknologi mampu membawa perubahan besar, namun kemajuan itu belum mampu menjawab problematika kehidupan manusia yang juga semakin kompleks dengan demikian diperlukan adanya dakwah sebagai petunjuk hidup, agar manusia tidak kehilangan idealisme di tengah jalan. Karena dengan ajaran agama yang mampu menjawab berbagai tantangan dan problematika kehidupan manusia baik dahulu, sekarang, maupun yang akan datang.

Dalam upaya menjadikan dakwah sebagai sarana untuk mengajak manusia ke jalan Illahi, supaya dakwah mampu diterima oleh seluruh manusia sepanjang zaman, maka pergerakan dakwah harus jeli dan peka dalam menatap segala persoalan kemasyarakatan. Artinya pelaksanaan dakwah harus memperhatikan segala yang dapat menunjang terlaksananya dakwah secara efektif dan efisien.

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan bapak Sugiyono, Manajer Divisi Programmer pada tanggal 12 Juni 2008

Sangat perlu diperhatikan dalam penyebaran dakwah adalah pemilihan media sebagai sarana penyaluran pesan-pesan dakwah.

Berarti perkembangan media dakwah harus sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan peradaban manusia, supaya dakwah Islam mampu mewarnai keseluruhan aspek kehidupan manusia. Media dakwah merupakan komponen yang sangat penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran dakwah. Di era modern seperti sekarang ini sudah menjadi keharusan bagi juru dakwah untuk memanfaatkan segala teknologi yang ada untuk mempermudah pencapaian tujuan dan sasaran dakwah. Tanpa memanfaatkan media-media yang ada dakwah tidak akan mengalami kemajuan. Maka dari itu para penyelenggara dakwah harus arif dalam menempatkan media-media yang dapat menunjang kelancaran dakwah.

Sebagai suatu sistem maka metode dakwah merupakan usaha yang teratur, memahami persyaratan sebagai agen perubahan kemanusiaan. Bahkan mempunyai kualitas terbaik yang bertujuan tercapainya pembentukan masyarakat bernilai budaya unggul dan diridhai Allah, seperti dalam kancah kehidupan modern yang makin kurang menentu. Untuk mencapai tujuan yang dimaksud, para penyelenggara dakwah harus menguasai metode dakwah yang tepat dalam usaha mempengaruhi audiensnya. Supaya menerima ajaran yang disampaikan oleh orang yang menyampaikannya, melalui berbagai pendekatan baik bersifat persuasif, edukatif maupun motivatif.

Manajemen siaran dakwah tidak akan berjalan tanpa adanya orang yang mampu mengatur dengan baik. Dakwah sebagai usaha yang teratur membutuhkan pengaturan yang sistematis dalam upaya mempermudah pencapaian tujuan. Suatu

cara untuk mempermudah pencapaian tujuan, dengan memperkuat organisasi dan manajemen dakwah. Dakwah sebagai kegiatan kemasyarakatan sangat membutuhkan organisasi, untuk mencapai tujuannya yang luhur. Dengan adanya organisasi akan mempermudah dalam melaksanakan aktivitas, pendelegasian dan pengorganisasian baik secara vertikal maupun horizontal.

Sebagai usaha yang teratur maka posisi dakwah dalam dunia modern perlu memfungsikan dalam dua hal tersebut. Seperti organisasi dakwah harus menguasai manajemen secara menyeluruh, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, maupun pengawasan. Di antara sekian banyak fungsi manajemen maka yang terpenting adalah fungsi penggerakan, sebab penggerakan merupakan fungsi secara langsung berhubungan dengan manusia (pelaksana). Berarti fungsi manajerial memegang posisi yang sangat vital dalam menggerakkan para pendukung dakwah, untuk bekerjasama menyampaikan berbagai ide bagi masyarakat.

Dengan pemanfaatan fungsi manajemen seperti di atas, akan mencoba memaparkan manajemen siaran dakwah yang diterapkan televisi-KU, manajemen siaran dakwah di televisi-KU menerapkan fungsi-fungsi manajemen mulai tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan sampai tahap pengawasan. Untuk mengetahui manajemen siaran dakwah yang diterapkan penulis mendapatkan data melalui wawancara dan melalui arsip-arsip yang dimiliki oleh televisi-KU, data-data inilah yang nantinya akan dikembangkan dalam penulisan skripsi ini.

Maka kegiatan dan lembaga dakwah dapat berwujud dalam berbagai pranata dan lembaga sosial, termasuk televisi. Karena televisi merupakan media

audio visual maka pengaruh televisi sangat besar dalam perubahan masyarakat. Sehingga apabila digunakan untuk media dakwah akan sangat berguna untuk pendidikan dan penyiaran islam, seperti yang dilakukan oleh televisi-KU Semarang.

Di televisi-KU Semarang terdapat program-program religius yang bertujuan untuk penyiaran Islam. Program tersebut sebagai wujud aktualisasi dari penyerapan program-program dari aspek sosial. Dalam arti sebagian besar penduduk Jawa Tengah yang beragama Islam. Namun tujuan utama dari berdirinya televisi ini adalah menumbuh kembangkan pendidikan terhadap masyarakat Semarang khususnya dan Jawa Tengah pada umumnya. Tujuan itupun tidak terus melupakan tujuan lain dalam bentuk dakwah keagamaan, yang sudah terwakili oleh program-program siaran keagamaan tersebut yaitu:

- Klinik Sakinah
- Seni Menata Hati
- Kedai Rohani
- Program acara satu bulan penuh selama bulan suci romadhan.

Dengan program-program yang bernuansa religius ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif pada masyarakat, berupa bimbingan moral terhadap masyarakat.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan data-data di atas dapat disimpulkan bahwa televisi-KU sedikit banyak telah memberikan sebuah sumbangsih dalam penyiaran dakwah ke-Islaman disamping dalam program-program siaran dakwah yang ada, walaupun dalam kuantitasnya relatif sedikit.

Dari pembahasan di atas dapat penulis ambil kesimpulan bahwa manajemen siaran dakwah Islam yang ada di televisi-KU yang telah menggunakan fungsi-fungsi manajemen yang diterapkan dalam program siaran dakwah mulai tahap perencanaan, pengorganisasia, penggerakan dan sampai tahap pengawasan semuanya telah berjalan dengan baik, dari fungsi manajemen siaran dakwah di atas televisi-KU mampu menghadirkan program siaran-siaran dakwah yang berkualitas mulai program siaran Klinik Sakinah, Seni Menata Hati, Kedai Rohani samapi program siaran selama bulan ramadhan yang sedikit banyak mampu menerapkan manajemen siaran dakwah dengan begitu baik sesuai dengan fungsi manajemen.

Sedangkan dari keempat program siaran dakwah yang ada di televisi-KU pola manajemen siaran dakwahnya hampir sama, hanya sedikit yang membedakan dari semua program yaitu pola manajemen siaran pada bagian penggerakan hal ini dikarenakan dari satu program dengan program lain terdapat perbedaan waktu dan lamanya program itu berlangsung.

Manajemen siaran dakwah televisi-KU antara lain termanifestasi pada job diskripsi televisi-KU yang di dalamnya memuat fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Secara garis besar manajemen siaran televisi-KU telah tertata rapi. Sebagai stasiun televisi lokal dalam hal ini Jawa Tengah, merupakan keberanian, waktu, dan biaya yang tidak sedikit. Dalam konteks penyiaran dakwah televisi-KU telah mampu mengaktualisasikan dalam bentuk yang berbeda dari televisi lainnya.

## **2. Saran**

Dalam pembahasan yang peneliti lakukan di televisi-KU penulis melihat beberapa hal yang perlu kiranya dicatat, yaitu:

- a.** Penambahan durasi jam tayang televisi-KU, hal ini perlu dilakukan untuk memberikan sumbangsih pendidikan yang lebih banyak lewat media massa televisi lokal kepada masyarakat.
- b.** Disamping penambahan durasi jam tayang, intensitas program-program religiusnya harus ditambah, mengingat sebagai media pendidikan moral maka seharusnya tiap hari walaupun berdurasi pendek.
- c.** Program-program siaran dakwah harusnya yang lebih memasyarakat, hal ini mengingat televisi KU sebagai televisi lokal daerah.

### **3. Penutup**

Alhamdulillah berkat rahmat Allah SWT, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi diri penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Kami tidak pernah melihat kesempurnaan sedikitpun dari karya kecil ini. Oleh karenanya, saran dan kritik yang membangun selalu penyusun nantikan, demi terciptanya kesempurnaan penelitian ini. Tidak lupa, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini hingga selesai semoga skripsi ini berguna bagi penelitian lebih lanjut.

Tiada kesempurnaan dimata manusia, segala kelebihan didalam karya ini, semata-mata datang dari Allah swt. Adapun kekurangan-kekurangannya menunjukkan pengusun, bahwa kami masih jauh dari sifat kesempurnaan dan kebenaran. Kebenaran mutlak hanya milik Tuhan semata. Semoga amal baik kita selalu menyertai langkah dan doa orang-orang yang selalu berbuat baik kepada kita semua.

Demikian akhir dari penulisan skripsi ini dan agar diperoleh hasil yang lebih mendekati kesempurnaan. Akhir hanya keridhaan Allah SWT yang penulis mohon, semoga rahmat dan karunia-Nya selalu dilimpahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW dan seluruh umat-Nya. Amien.

## DAFTAR PUSTAKA

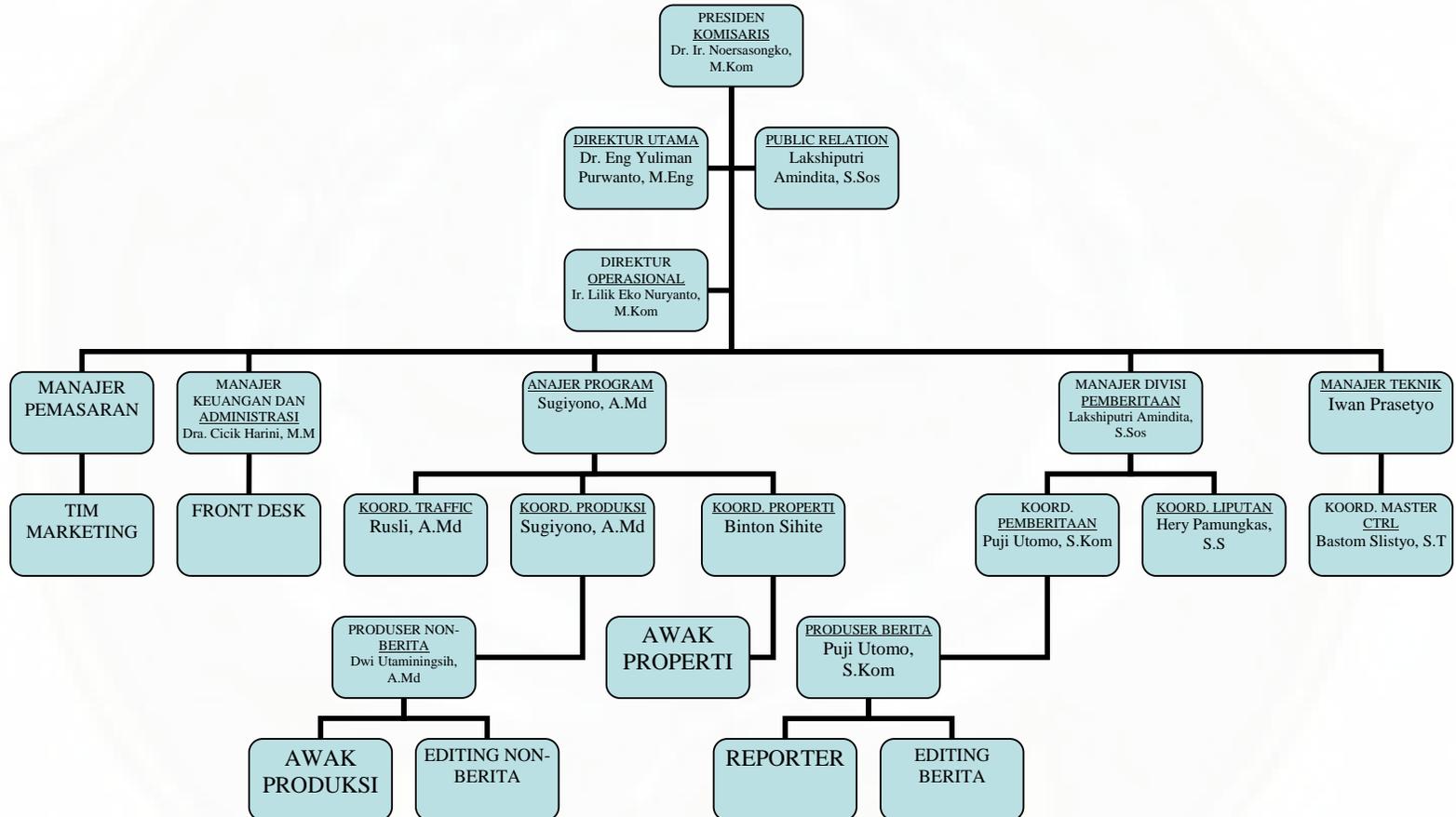
- Ansyar Arsyad, *Pokok-pokok Manajemen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Arsip company profil televisi-KU UDINUS
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1994.
- Effendy, Onong Uchjana, *Televisi Siaran, Teori dan Praktek*, Bandung : Alumni. 1984.
- Hadari, Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta, Gajah Mada University Press, 1998.
- Hasibuan Malayu Sp, *Organisasi dan motivasi(dasar peningkatan produktivitas)*, Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Ishadi, *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangannya*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PT. Gramedia, 1999.
- Masdar Farid Mas'udi, *Dakwah Membela Kepentingan Siapa*, Jakarta: P3M Pesantren, 1987.
- Noeng, Muhadjir, *Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Tehnik)*, Bandung, Tarsito, 1985.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Pranowo, Bambang. M. (dkk), *Sterioptip Etnik: Asimilasi, Integrasi Sosial*, Jakarta PT. Pustaka Grafika Kita, 1988.
- Puteh, Jakfar. M, *Dakwah di Era Globalisasi (Strategi Menghadapi Perubahan Sosial)*, Yogyakarta: Ak Group, 2006.
- Rosadi, Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi(Konsep dan Aplikasi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Rosyidi, *Dakwah Sufistik Kang Jalal*, Jakarta: KPP Paramadina, 2004.
- Sanapiah, Faisal, *Format-format Penelitian Sosial (Dasar-dasar dan Aplikasi)*, Jakarta, Rajawali, 1989.

- Shaleh, Rosyad.A, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1979.
- Syaodih, Nana Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Suwandi Handaya ningrat, *Pengantar Studi Administrasi dan Manajemen*, Jakarta: Gunung Agung, 1985.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Totok Djuroto, *Mengelola Radio Siaran*, Semarang: Dahara Prize, 2007.
- Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa, Sebuah Analisa Media Televisi*, Jakarta : Rineka Cipta. 1996.
- Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Yunus Hanis Syam, *Panduan Berdakwah Lewat Jurnalistik*, Yogyakarta: Pinus, 2006.

## INTERVIEW GUIDE

1. Bagaimana sejarah dan perkembangan televisi-KU UDINUS Semarang?
2. Visi dan misi dari televisi ini apa?
3. Bagaimana struktur organisasinya?
4. Manajemen siaran yang diterapkan seperti apa?
5. Program apa saja yang merupakan program siaran dakwah?
6. Program apa saja yang menunjang program siaran dakwah?
7. Bagaimana perencanaan program siaran dakwah dan berapa prosentase program dakwah tersebut?
8. Siapa yang melaksanakan dakwah tersebut?
9. Siapa saja sasaran yang dituju?
10. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan dalam program siaran dakwah tersebut?

## STRUKTUR ORGANISASI PT. TV-KU



Jadwal Siaran TV-KU per April 2008

Jam	Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu
11:00 – 11:30	Rahasia Dapur Kita	Tvku Chatting	Tvku Chatting	Tvku Chatting	Tvku Chatting	Rahasia Dapur Kita	Rahasia Dapur Kita
11:30 – 12:00	Tvku Chatting					Tvku Chatting	Tvku Chatting
12:00 – 12:30	Non Stop Music	Non Stop Music	Non Stop Music	Non Stop Music	Non Stop Music	Non Stop Music	Non Stop Music
12:30 – 13:00							
13:00 – 13:30	Siaran Pendidikan Dari TVE						
13:30 – 14:00							
14:00 – 14:30							
14:30 – 15:00							
15:00 – 15:30							
15:30 – 16:00							
16:00 – 16:30							
16:30 – 17:00							
17:00 – 17:30	Sinetron Keajaiban Cinta	Klinik Sakinah	Lesehan Sore	Evening Talks	<u>Special talkshow</u> Nyonya meneer	High School Forum	Pengobatan nabawi (ust.guntur bumi)
17:30 – 18:00							
18:00 – 18:30	Edu News	Edu News	Edu News	Edu News	Edu News	Edu News	Edu News
18:30 – 19:00	Campus On Tv	Liputan Khusus	Gandrung Tambang-Sari (R)	Digitech Channel	Adi & Ayah	Go Sporty	Semara X-Pose
19:00 - 19:30	Jelang pilgub jateng 2008	Dunia digital		Technologi today	30'-dialogue	Resah	Dunia kita

19:30 – 20:00	Napak Tilas	World Channel	World Channel	World Channel	World Channel	World Channel	Local Movies Channel
20:00 – 20:30	Kongkow Gusdur	Special talkshow (wali kota)	Gardu PLN	Rs. Panti wilasa Rs.telogorejo	Seni menata hati (prof.amin syukur)	Gandrung Tembang-Sari	Tm (tertawa tapi mesra)
20:30 – 21:00	Pecinan						
21:00 – 21:30	Lintas Berita	Lintas Berita	Lintas Berita	Lintas Berita	Lintas Berita	Lintas Berita	Lintas Berita
21:30 – 22:00	Java Jazz	Fragmen KPK	Channel-23	Penyembuhan Holistik	Jelang Pilgub 2008	Discover Indonesia	Java Jazz
22:00 – 22:30		Tech Head			Sing A Song	Sing A Song	
22:30 – 23:00		OOPS	Get Reel Music Mix				
23:00 – 23:30		Get Reel Music Mix					

## RATE CARD IKLAN TVKU per JANUARI 2008

NO.	BENEFIT	DURATION	TIME	RATE	NOTES
1	TVC	30"	Regular Time: 12:00 – 18:00	Rp. 200.000,-	
			Priem Time: 18:00 – 23:00	Rp. 350.000,-	
2	TVC	30"	ROS	Rp. 150.000,-	
3	TVC	15"		60% RATE	
4	TVC	45"		150% RATE	
5	TVC	60"		180% RATE	
6	OBB/CBB	10"		100% RATE	
7	BI/BO	5"		60% RATE	
8	Running Text	15"		35% RATE	
9	Superimpose Logo	10"		30% RATE	
10	Backdrops			200% RATE	Ukuran max. 100x100cm
11	Time Signal	10"		150% RATE	
12	PSA	15"	ROS	Rp. 100.000,-	
13	PSA	30"	ROS	Rp. 175.000,-	
14	PSA	60"	ROS	Rp. 225.000,-	
15	PSA Comm.	30"	ROS	Rp. 150.000,-	
16	Still Page/Slide	15"	ROS	Rp. 100.000,-	
17	Addilbs	10"		100% RATE	3 kali sebut
18	Creditt Title			100% RATE	Max 100 karakter
19	Promo Program	30"	ROS	100% RATE	
20	Built in	15"		200% RATE	

**CATATAN :** OBB/CBB : Opening/Closing Billboard  
 BI/BO : Bumper In/Out  
 PSA : Public Service Advertisement  
 ROS : Running on Station

### PAKET BLOCKING TIME (SIARAN TUNDA)

- Blocking Time Acara 30 menit : Rp. 2.500.000,-
- Blocking Time Acara 30 menit + Produksi : Rp. 5.000.000,-
- Blocking Time Acara 60 menit : Rp. 3.000.000,-
- Blocking Time Acara 60 menit + Produksi : Rp. 7.000.000,-

### PAKET LIPUTAN BERITA (Produksi + Biaya Tayang)

- Liputan Unt. News durasi 2 menit : Rp. 750.000,-

### PAKET TALKSHOW (DIALOG INTERAKTIF SIARAN LANGSUNG) – durasi 60 menit.

- Rutin seminggu sekali : Rp. 2.500.000,-/ Talkshow, minimal 13 x talkshow
- Rutin dua minggu sekali : Rp. 3.500.000,-/ Talkshow, minimal 13 x talkshow
- Tidak Rutin/ Insidentil : Rp. 6.000.000,-/ Talkshow

### PAKET TVC

- 11-60 Spot : 87.50% RATE
- 61-180 Spot : 75.00% RATE
- 181-500 Spot : 62.50% RATE
- 501- Up Spot : 50.00% RATE

## **CURRICULUM VITAE**

Nama : Hidayat  
NIM : 02210954  
Fakultas : Dakwah  
Tempat/Tgl. Lahir : Jepara, 12 Juli 1983  
Alamat : Kriyan Rt. 20/Rw. 04 Kalinyamatan Jepara.  
Nama Ayah : Mas'an Bustaman (Alm)  
Nama Ibu : Sufi'ah  
Alamat : Kriyan Rt. 20/Rw. 04 Kalinyamatan Jepara.

### **Riwayat Pendidikan**

1. Taman Kanak-kanak Tarbiyatul Atfal Kriyan(lulus tahun 1990)
2. Sekolah Dasar Negeri Kriyan 2 (lulus tahun 1996)
3. Madrasah Tsanawiyah Nurul Islam Kriyan (lulus tahun 1999)
4. Madrasah Aliyah Nurul Islam Kriyan (lulus tahun 2002)
5. Masuk IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2002