

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pasar muslim Indonesia semakin meningkat berkembangnya, mulai booming 2010. Membuat bertambahnya jenis pokok kebutuhan seperti makanan, minuman, pakaian dan lainnya. Selain kemasan yang menarik, penyajian juga menjadi salah satu tujuan utama untuk menarik perhatian. seperti dalam bidang fashion, bidang kuliner hingga travel yang dapat dirasa oleh umat Islam dalam kemajuan pasar muslim.

Berbicara sejarah, selalu berkaitan dengan waktu dan tempat. Dengan dua point tersebut kita dapat mengetahui asal muasal berkembangnya umat islam. yang dimana dari beberapa Negara diantaranya ada yang memiliki peninggalan umat islam baik berupa tempat, alat dan lainnya yang masih dirawat. Fenomena yang terjadi sekarang, manusia pada umumnya dikesibukan dari kegiatan sehari-hari memilih untuk mencari dunia hiburan. Salah satunya berwisata dengan keluarga atau teman adalah pilihan tepat untuk mengisi waktu liburanya,

Peluang besar dalam kegiatan dakwah ialah pemanfaatan media, terutama media massa sangat tepat untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Media massa adalah suatu alat informasi berupa surat kabar, majalah, radio, televisi, buku yang beroperasi dalam bidang informasi. Media televisi merupakan media salah satu media komunikasi massa audio visual yang disebut juga media pandang dengar, artinya kita dapat menikmati dari keduanya dalam satuwaktu Aep Kusnawan (2004:74). Didalamnya menayangkan atau memberikan informasi, baik itu terbuka maupun tertutup, yang dikemas dalam program tersistematis.

Televisi yang berfungsi sebagai alat penghubung untuk menyampaikan pesan-pesan melalui udara yang mempunyai jangkauan cukup luas sehingga pilihan utama masyarakat untuk

dijadikan sumber informasi karna televisi merupakan teknologi informatif sehingga proses penyampaian pesan dapat diterima oleh masyarakat dengan cepat juga pengemasan pesan yang begitumenarik mudah untuk dicerna Morrisan (2010:25). Sedangkan secara lebih jauhnya, Siaran televisi merupakan media dari jangkauan dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah. Dan penanganan produksi siaran televisi membutuhkan banyak biaya juga persiapan yang begitu rumit karena televisi menayangkan bersifat realistik atau kejadian nyata.

Program televisi merupakan bagian dari manajemen televisi dalam arti program adalah bentuk acara atau rencana yang dimana pesan yang ingin disampaikan terhadap audien, program atau acara dibuat semenarik mungkin guna memacu audien agar tetap mengikuti siaran yang ditayangkan oleh stasiun televisi namun tidak terlepas dari kebutuhan audien

Setiap program di media televisi memiliki ragam jenis tayangan, salah satunya adalah tayangan program religi Islami. Dimana Indonesia sendiri memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam itu artinya tidak menutup kemungkinan hal ini yang mendasari media televisi membentuk program religi Islami sebagai sasaran utama agar di lirik oleh masyarakat. Baik itu sebagai hiburan ataupun sebagai kebutuhan untuk menambah pengetahuan dalam agama “Islam”.

Kemampuan dan kekuatan televisi sendiri menurut para ahli mampu mempengaruhi khalayak, bahkan membentuk masyarakat. seperti contoh film sinetron banyak mempengaruhi masyarakat mulai dari kalangan anak-anak, kalangan remaja dan kalangan dewasa. Banyaknya penggemar sinetron membuat terus menonton acara tersebut. Maka dakwah melalui media elektronik khususnya televisi sangat efektif. Stasiun televisi di Indonesia ada beberapa yang menarik dengan sajiannya, salah satunya adalah “*News and entertainment television*” NET. Televisi yang berbasis *High definition television* HD TV.

Yang mulai resmi mengudara sejak tanggal 26 Mei 2013 ini menyajikan program-program yang dikemas menarik unik yang ditujukan kepada pemirsa untuk seluruh kalangan

Salah satu program yang menarik bagi peneliti untuk diteliti adalah program hiburan “Muslim Travelers NET TV”. Program ini tayang pada pukul 04.30 WIB. Muslim Travelers adalah salah satu program religi Net TV. Program ini menampilkan berbagai informasi yang pembawaanya menggunakan cara santai dan menghibur dengan tema jalan-jalan. Konsep yang disajikan pada program tayangan Muslim Travelers ini mengandung nilai edukasi, inovasi, serta motivasi kepada penonton secara luas yang memicu pemikiran-pemikiran kreatif generasi bangsa. Mulai dari sang host yang mengenakan hijab serta pakaian sopan dan menarik. Tempat-tempat yang dikunjungi bernuansa Islam, sang *voice over* pun terkadang melantunkan ayat-ayat suci Al-Qur’an yang membuat penonton ikut bersyukur atas semua nikmat yang diberikan oleh Allah SWT.

Gaya hidup yang sepadan dengan ajaran Islam kini makin menyebarkan virus. Keindahan dan ketentraman agama Islam menjadi bagian dari tren kekinian dampak positif inilah yang akan dirasakan banyak orang, baik disadari ataupun tidak. Kisah positif ini yang disajikan oleh program Muslim Travelers. Dikemas dengan ringan dan penuh energi, penonton diarahkan untuk menonton keindahan alam yang ada di beberapa sisi di dunia yang patut kita syukuri nikmatnya. Mulai dari alaminya hingga kisah-kisah Islam yang dimana belum pernah kita jumpai tentunya dapat menginspirasi dan menambah wawasan bagi umat Muslim.

Disisi lain sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu meningkatkan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Saat ini, tempat-tempat wisata mulai banyak diminati. Hal tersebut seiring dengan peningkatan wisatawan Muslim dari tahun ke tahun. Pengembangan wisata mulai dilakukan oleh berbagai Negara, baik Negara yang mayoritas Muslim ataupun non Muslim. Faktor utama dalam penelitian ini adalah judul programnya

yang menarik yaitu “Muslim Travelers” yang artinya diterjemahkan dalam bahasa Indonesia “Wisatawan Muslim” oleh sebab itu peneliti akan mencari tahu bagaimana suatu pesan dakwah pada tayangan program televisi, terutama tayangan Muslim Travelers NET dapat diketahui pemaknaannya secara menyeluruh.

Muslim Travelers. Inilah program andalan NET setiap ramadan datang, sejak tahun 2014 silam. Acara berdurasi 30 menit ini menggabungkan konsep dokumenter, reality show, hiburan dan petualangan. Disini akan diceritakan ragam kisah kehidupan warga muslim dari seluruh dunia. Pada episode Makanan Halal Di Korea Selatan, muslim travelers menjumpai bebrapa tempat peninggalan sejarah Islam yang masih utuh dan telah dijadikan wisata, yang pada saat itu dinasti islamiyah hijrah dari asia tengah untuk mensyiarkan islam.

Kemudian episode kisah anggota parlemen pertama di Milan yang bernama Sumaya. Ketika berdialog dengan host muslim travelers. Jejak perjuangan untuk mensyiarkan Islam dalam parlemen, salah satu diantaranya Sumaya dicuriigai dengan isu-isu Islam radikalisme namun Sumaya tidak begitu gentar dengan potensi yang ia miliki untuk menumbuhkan giroh semangat muslim. Sumaya pun adalah tokoh pergerakan kaum wanita yang memperjuangkan hak asasi manusia. Banyak televisi di Indonesia yang menayangkan program-program bernuansa Islam oleh host ustad atau ustadzah, muslim travelers dalam program NET.TV yang mengandung unsur nilai pesan dakwah, dikemas secara modern untuk wisata islami muslim travelers.

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan diuraikan, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul **“KONSTRUKSI PESAN DAKWAH ISLAM DALAM PROGRAM TELEVISI MUSLIM TRAVELERS NET”** (Analisis Deskriptif Manajemen Pesan dalam Program Televisi Muslim Travelers Net pada Episode Makanan Halal di Korea Selatan dan Episode Kisah Anggota Parlemen Pertama di Milan). Dengan beberapa alasan

diantaranya: Pertama, pada program televisi muslim travelers Net terdapat unsur dakwah mulai dari host yang selalu mengenakan hijab mencerminkan seorang muslim dengan tutur bahasa penyampaian yang sopan. Kedua, terdapat pesan dakwah ketika proses dialog host dengan narasumber. Ketiga, selalu mengunjungi tempat bernuansa islam seperti peninggalan sejarah sehingga kita dapat mengetahui mulainya berkembang ajaran islam disetiap Negara dan mengunjungi para tokoh yang memperjuangkan ajaran Islam pada wilayah yang bisa dikatakan minoritas tentunya umat Islam dapat menyesuaikan dan menerapkan ajarannya.

B. Fokus Penelitian

Sebagaimana sesuai dengan beberapa gambaran yang dituangkan dalam latar belakang yang sudah diuraikan diatas, menemukan beberapa hal menariknya dan dijadikan bahan untuk diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep pesan dakwah pada program televisi “Muslim Travelers” NET ?
2. Bagaimana penerapan pesan dakwah pada program televisi “Muslim Travelers” NET ?
3. Bagaimana evaluasi pesan dakwah pada pada program televisi “Muslim Travelers” NET ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui konsep pesan dakwah pada program televisi “Muslim Travelers” NET ?
2. Mengetahui penerapan pesan dakwah pada program televisi “Muslim Travelers” NET ?
3. Mengetahui evaluasi pesan dakwah pada program televisi “Muslim Travelers” NET ?

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademik

Peneliti dapat menjadikan kajian yang menarik, karena menjadikan televisi sebagai media dakwah sehingga bisa dijadikan untuk referensi tambahan di bidang komunikasi dan penyiaran Islam. terutama tentang wisatwan muslim. Kemudian dari hasil penelitian guna dapat bermanfaat sebagai sumber informasi untuk dijadikan penunjang bagi parapeneliti

2. Kegunaan Praktis.

Agar dapat menambah wawasan dan berperan aktif melalui media massa terkhusus dalam program-program televisi. Tidak hanya hiburan namun sebagai sarana informatif yang lebih berguna bagi masyarakat. Meningkatnya partisipasi dan pemahaman masyarakat serta meningkatkan kesadaran akan manfaat media televisi bagi keberlangsungan dakwah Islam.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah merangkum beberapa peneliti terdahulu yang selaras dengan penelitian ini. Hasil dari beberapa penelitian yang relevan bisa dijadikan sebagai masuk untuk menunjang referensi dan pengetahuan. Diantaranya penelitian terdahulu sebagai berikut.

Dalam skripsi Kemal Aqwan Maulana UIN Syarif Hidayatullah Jkarta 2016 dengan judul Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan Teori Hirarki Isi Pesan Media oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese. Penelitian

ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan bagaimana pelaksanaan produksi program berita Indonesia Morning Show di NET.TV, bagaimana proses produksi program berita Indonesia Morning Show ditinjau dari teori hirarki isi Pesan media, bagaimana analisis produksi program berita Indonesia Morning Show melalui 3 tahap sesuai yang dikatakan Fred Wibowo yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu dalam pelaksanaan produksi program Indonesia Morning Show di NET.TV melalui tiga tahap utama yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi yang dimana dalam tahapannya memiliki proses penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Tahap selanjutnya produksi dimana terdapat proses peliputan, penulisan naskah dan dubbing, pada tahapan akhir adalah pasca produksi dimana terdapat proses penyuntingan, penayangan live sampai evaluasi. Ditinjau dari teori hirarki pengaruh isi pesan media, tim manajeral memilih berita mana yang akan naik dilihat dari unsur audiens sebagai target utamanya. Kemudian dari unsur organisasi dan juga ideologi media. Perusahaan pengiklanan, organisasi sosial dan instansi pemerintah juga berperan sebagai salah satu sumber berita yang dipilih.

Skripsi Churiyana Nugraha UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2018. Dengan judul Produksi Siaran Berita Televisi (Studi Deskriptif Siaran Program Berita Nusantara Kini Pagi di Jawapostv). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Dari hasil penelitian dapat kita lihat proses pembuatan program Nusantara Kini Pagi di Jawapostv, Pertama produksi program Nusantara Kini Pagi dimulai dari tahapan pra produksi yakni merumuskan topik inti melalui rapat perencanaan yang kemudian dapat menghasilkan topik inti yang akan dijadikan sebagai bahan liputan untuk reporter sesuai intruksi coordinator lapangan. Kemudian mempersiapkan peralatan yang akan dipakai ketika proses produksi. Kedua, tahap produksi mempersiapkan materi, sarana, biaya, organisasi pelaksana, dan produksi yang dimulai menerjemahkan lalu

membuat script, dubbing, kemudian editing. Ketiga, pasca produksi dimulai dengan proses editing offline, editing online, dan mixing atau pengecekan antara gambar, naskah dan suara sudah sesuai atau belum yang kemudian hasil akhir editing akan dipreview oleh produser. Jika sudah mendapatkan persetujuan maka video atau data akan dikirim melalui server. Di ruang master control room, video itu dioperasikan untuk sampai ke televisi pemirsa. Itu dilakukan saat siaran live yang dikomando oleh seorang program director.

Skripsi Taufik Gilang UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul penelitian, “Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi” : Studi Deskriptif pada tim Program MQTV Bandung 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi program dan juga proses produksinya. Hasil dari penelitian

ini menyampaik bahwa MQTV menggunakan strategi program melalui tahap perencanaan yang dilakukan dengan cara meneliti kebutuhan pasar sesuai evaluasi dan memanfaatkan ranah dakwah untuk membuat program dengan menggunakan bahasa yang sangat mudah dipahami oleh khalayak.

Skripsi Siti Suabaitul Romdoni UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul penelitian “Manajemen Reportase Dalam Produksi Berita di RRI Bandung 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses Manajemen Reportase Dalam Produksi Berita di RRI Bandung. Hasil dari penelitian ini menemukan beberapa hal penting diantaranya : proses perencanaan peliputan berita yang di tentukan oleh RRI pusat, yang selanjutnya pembagian tugas peliputan berita berdasarkan POS (reporter yang digunakan di suatu lembaga tertentu) berdasarkan asal daerah reporter RRI tersebut.

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	TEORI DAN METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Kemal Aqwan Maulana Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2016 Skripsi Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di	Teori Hirarki Isi Pesan Media Oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996:60) Metode Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini ada tiga tahap utama pada pembuatan program Indonesia Morning Show di NET.TV yaitu praproduksi, produksi dan pascaproduksi yang dimana dalam tahapannya memiliki proses penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Tahap selanjutnya produksi dimana terdapat proses peliputan, penulisan naskah dan dubbing. Pada tahapan terakhir	Penelitian ini sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan teori yang berbeda. Penelitian yang akan diteliti menggunakan teori proses produksi

	News and Entertainment		adalah pascaproduksi dimana terdapat proses penyuntingan, penayangan live sampai evaluasi		
2	Skripsi Churiyana Nugraha UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2018. Dengan Judul Produksi Siaran Berita Televisi (Studi Deskriptif Siaran Program Berita Nusantara Kini Pagi di Jawapostv)	Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode studi deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produksi program Nusantara Kini Pagi di Jawapost terbagi menjadi tiga tahap, dimulai dengan tahap pra produksi penentuan topik inti yang akan dijadikan bahan liputan reporter sesuai intruksi koordinator lapangan, kemudian tahap produksi yakni menyiapkan materi, sarana, biaya, organisasi pelaksana, dan pelaksanaan produksi yang	Persamaan penelitian ini terdapat pada objek penelitian yaitu proses produksi program acara di televisi juga pada jenis penelitiannya kualitatif dengan metode deskriptif	Perbedaan terletak pada program acara yaitu Nusantara Pagi dan Berita Jabar Hari ini, tempat penelitian juga berbeda, antara Jawapos TV dengan NET.TV

			<p>dimulai</p> <p>menerjemahkan lalu</p> <p>membuat naskah,</p> <p>dubbing, kemudian</p> <p>proses editing.</p> <p>Sedangkan pasca</p> <p>produksi dimulai</p> <p>dengan dengan</p> <p>proses editing</p> <p>offline, editing</p> <p>online, dan mixing</p> <p>atau pengecekan</p> <p>antara gambar,</p> <p>naskah, dan suara</p> <p>sudah sesuai atau</p> <p>belum setelah itu</p> <p>hasil akhir editing</p> <p>akan ditinjau oleh</p> <p>produser</p>		
3	<p>Skripsi</p> <p>Taufik Gilang</p> <p>UIN Sunan</p> <p>Gunung Djati</p> <p>Bandung</p> <p>dengan judul</p>	<p>Teori</p> <p>Strategi</p> <p>Program</p> <p>Morissan</p> <p>(2008:12)</p>	<p>Hasil dari penelitian</p> <p>ini mengarahkan</p> <p>bahwa MQTV</p> <p>melakukan strategi</p> <p>program melalui</p> <p>tahap perencanaan</p>	<p>Metode</p> <p>pada</p> <p>penelitian</p> <p>ini sama-</p> <p>sama</p> <p>menggunakan</p>	<p>Perbedaanya</p> <p>terlihat dari</p> <p>fookus</p> <p>penelitian yaitu</p> <p>mengenai</p> <p>strategi</p>

	penelitian “Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi” : Studi Deskriptif pada Tim Program MQTV Bandug 2017	Metode Deskriptif Kualitatif	yang dilakukan dengan cara meneliti target pasar berdasarkan evaluasi dan memanfaatkan ranah dakwah untuk membuat program dengan menggunakan bahasa yang sangat mudah dipahami	an metode kualitatif	program. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan mengenai proses produksi program televisi
4	Siti Suabiatul Romdoni UIN Sunan Gunung Djati Bandung, judul penelitian “Manajemen Reportase Dalam Produksi Berita di RRI Bandung	Metode Deskriptif Kualitatif	Hasil dari Penelitian ini menemukan beberapa hal penting diantaranya : proses perencanaan peliputan berita yang di tentukan oleh RRI pusat, yang selanjutnya pembagian tugas peliputan berita berdasarkan POS (reporter yang	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan an metode kualitatif	Perbedaanya terlihat sangat jelas dari objek penelitian, jika penelitian mengambil objek radio bukan televisi seperti yang akan diteliti

	2014		ditugaskan di suatu lembaga tertentu) berdasarkan asal daerah reporter tersebut		
--	------	--	---	--	--

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya

2. Landasan Teori

Dalam penelitian ini untuk mengetahui makna pesan dakwah secara menyeluruh, peneliti menggunakan teori Hirarki pengaruh isi media juga Konsep manajemen Ricky W.Griffin Dalam artian, media menjadi alat control untuk menguasai masyarakat. Teori tersebut dapat digunakan sebagai salah satu cara menganalisis makna program yang dibuat oleh NET TV pada tayangan Muslim Travelers dalam tiap episodenya. Teori ini dipilih karena memberikan secara lengkap tentang seperti apa media itu digunakan, dan diterapkan.

Karena media sebagai alat untuk menyampaikan suatu informasi. Media massa dalam konsep McLuhan yang dikutip oleh Aep Kusnawan (2014:156) bahwa *the medium is message*, memiliki aneka makna : pertama saluran komunikasi, jenis komunikasinya ditentukan sendiri. Contohnya cara menonton televisi membentuk cara kita berpikir, dengan tidak mempertimbangkan apa yang ditonton. Kedua perubahan dari *the medium is message* menjadi *the medium is message* secara sederhana maksudnya ialah media telah membius kesadaran dan mengubah persepsi kita sampai gaya hidup kita. Ketiga gurauan

McLuhan tentang *the medium is message* maksudnya mendominasi medium telah menjadi komunikasi massa bagian dari kehidupan.

Sementara untuk meninjau bagaimana menyampaikan materi dakwah di televisi, peneliti menggunakan unsur-unsur dakwah. Menurut kajian ilmu dakwah yaitu : 1. da'I (penyampaian dakwah), 2. Maudu' (pesan dakwah), 3. Wasilah (Media dakwah), 4. Ushlub (Metode dakwah), 5. Mad'u (objek dakwah).

Akan tetapi pada penelitian ini yang paling diutamakan dari lima unsur dakwah yaitu pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang disampaikan oleh da'I kepada mad'u yaitu semua ajaran Islam yang terdapat pada kitabullah atau sunnah Rasulullah. Pesan dakwah ini sesungguhnya dalam Al-Qur'an disampaikan dengan istilah yang beragam pada dasarnya kandungannya menunjukkan fungsi ajaran Islam, seperti surat QS.An-Nahl ayat 125 disebut sebagai sabili rabbika (jalan Tuhan). Sedangkan secara umum materi dakwah bisa diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok: masalah Akidah (keimanan). Masalah Syariat (keislaman dan Masalah Akhlak (budi pekerti).

Pendapat di atas senada dengan pendapat Endang S.A yang dikutip oleh Enjang AS: materi dakwah adalah al-islam (Al-Qur'an dan Al-Sunnah) tentang macam-macam soal kehidupan dan penghidupan manusia. Sedangkan Syukriadi Sambas (1995:38) mengungkapkan bahwa proses penyampaian lebih ditekankan pada aspek penggunaan metode, media dan pesan yang disesuaikan dengan objek dakwah. Dalam menyampaikan suatu pesan dibutuhkan alat bantu. Dakwah termasuk dalam tindakan komunikasi, walaupun tidak setiap aktivitas komunikasi adalah dakwah Abdul Basit (2013).

3. Kerangka Konseptual

Berdasarkan judul penelitian yaitu Manajemen Pesan Dakwah Islam Dalam Program Televisi Muslim Travelers NET. Sebagaimana telah diuraikan bahwa yang menjadi fokus peneliti dalam penelitian yaitu:

1. Konsep pesan program Muslim Travelers NET TV
2. Penerapan pesan program Muslim Travelers NET TV
3. evaluasi pesan program Muslim Travelers NET TV
 - a. Teori Hirarki Pengaruh Isi Media

Teori Hirarki pengaruh isi media diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese. Teori ini menerangkan tentang pengaruh terkait isi dari sebuah informasi media oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Yaitu pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*), pengaruh dari organisasi media (*organizational level*), pengaruh dari luar media (*outside media level*), dan yang terakhir adalah pengaruh ideology (*ideology level*).

Dapat kita ambil dari teori ini adalah bagaimana isi pesan media yang disampaikan kepada masyarakat merupakan hasil pengaruh dari kebijakan bagian dalam organisasi media dan pengaruh dari bagian luar media itu sendiri. Pengaruh internal pada isi media sebetulnya ada keterkaitan dengan kepentingan dari pemilik media.

Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada isi media keterikatan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dari faktor eksternal lainnya. Stephen D. Reese mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media.

b. Konsep Manajemen media

Manajemen media dipandang sebagai disiplin administrasi bisnis yang mengidentifikasi dan menggambarkan fenomena dan masalah strategis dan operasional dalam kepemimpinan perusahaan media. Manajemen media memuat fungsi manajemen strategis, manajemen organisasi dan pemasaran media.

Manajemen secara istilah adalah potensial untuk mengawasi dan memotivasi karyawan dan kemampuan untuk mengoperasikan fasilitas dan sumber daya dengan cara yang hemat biaya. Tugas inti dari manajemen media adalah membangun jembatan antara disiplin teori umum manajemen dan spesifikasi industri media. Manajemen media mencakup semua kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian yang berorientasi pada tujuan dalam kerangka proses pembuatan dan distribusi untuk informasi atau konten hiburan di perusahaan media. Profesional media membutuhkan keterampilan komersial, strategis, dan manajerial yang kuat agar berhasil dalam industri yang mengalami perubahan mendasar.

Menurut Ricky W. Griffin, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan atas kinerja untuk sebuah tujuan yang tersusun secara sistematis, berdasarkan pendapat di atas, maka konsep manajemen terdiri dari 4 point penting yang biasa disebut dengan POAC, yakni *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*, beberapa point tersebut merupakan konsep manajemen yang diterapkan pada media massa, untuk lebih jelasnya berikut uraian singkat konsep manajemen dalam media massa.

1) *Planning*

George Terry berpendapat, planning atau perencanaan adalah penetapan konsep yang harus dilaksanakan oleh sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama. Dalam sebuah perencanaan, diperlukan beberapa faktor penting yang harus disiapkan. Adapun beberapa faktor penting dalam konsep manajemen yang terangkum dalam media massa diantaranya:

a) *Specific*

Perencanaan harus mempunyai arah yang jelas. Dalam artian ketika proses penyampaian tidak boleh begitu meluas karna sangat berpengaruh terhadap gagasan yang akan dibuat, jika ditinjau akan sangat kecil tingkat keberhasilan bilamana perencanaan terlalu melebar dan tidak spesifik. Dengan demikian cakupan wilayah yang disampaikan harus jelas

b) *Measureable*

Program kerja atau rencana mempunyai target agar dapat menilai tingkat keberhasilannya. Setiap program dari media massa harus memiliki tolak ukur dalam pencapaiannya. Tolak ukur pada media kita bisa melihat dari berjalannya berapa audien yang telah melihat berita ataupun jumlah perusahaan yang mengiklankan produknya pada media

c) *Achievable*

konsep yang akan dikerjakan harus mempunyai target khusus agar dapat tercapai. Rencana tidak dapat tercapai jika memang rencana tersebut hanya sebuah harapan-harapan yang tidak logis dan sulit ditempuh

d) *Realistic*

Seimbang dengan potensial yang dimiliki oleh sumber daya yang ada. Tidak boleh membuat sebuah rencana yang dimana itu tidak selaras dengan dukungan sumber daya karena justru itu dapat berpengaruh terhadap kestabilan perusahaan. Baiknya rencana yang akan dilakukan harus sesuai dengan kapasitas, baik kapasitas secara keuangan maupun dari segi SDM yang dimiliki sehingga tujuan pun akan diraih lebih maksimal

e) Time

Penetapan waktu dengan jelas sesuai target. Ketika hendak membuat perencanaan batasan waktu pun diperlukan karena menjadi acuan untuk memulai dan berhenti, penilaian pun akan lebih mudah dikerjakan dengan penetapan waktu yang jelas. Dalam media massa, konsep haruslah dibuat spesifik mungkin dengan manajemen strategi sesuai dengan apa yang dimiliki. Perencanaan harus dibuat sesuai dengan arah tujuan guna untuk meraih hasil yang maksimal. Maka dari itu, sebuah perencanaan harus disusun dengan mempertimbangkan banyak faktor penting di dalamnya agar berjalan dengan lancar.

2) *Organizing*

Konsep manajemen selanjutnya dalam media massa adalah organizing. Menurut Geogre Terry, organizing berasal dari kata organon dalam bahasa Yunani yang berarti alat, yaitu proses pengelompokan beberapa individu yang mempunyai keselarasan dalam visi ke dalam kelompok tertentu sesuai dengan potensi, peran dan fungsi masing-masing. Dengan demikian, setiap elemen di dalam media massa akan bergerak sesuai potensi yang dimilikinya.

3) *Actuating*

Menurut Terry, pelaksanaan (*actuating*) adalah usaha dalam menggerakkan elemen-elemen yang ada dalam kelompok dengan sedemikian rupa, sehingga apa yang telah direncanakan dengan seksama itu menjadi patokan mereka untuk mencapai tujuan. Proses pengerjaan dilakukan secara bersama namun tidak terlepas dari fokus masing-masing yang dimiliki.

4) *Controlling*

Ketika sebuah program sudah ditayangkan, maka bukan berarti pekerjaan usai begitu saja. Mulai dari berjalannya pekerjaan, pengawasan masih berjalan hingga pekerjaan selesai sekalipun. Pengawasan dilakukan dengan menata dan meninjau setiap kegiatan yang dikerjakan.

Pemantauan berfungsi memastikan setiap elemen-elemen bergerak sesuai dengan SOP masing-masing sehingga pekerjaan akan tercapai tepat waktu dengan hasil yang memuaskan. Ketika program telah selesai dibuat, maka pengawasan tetap dilakukan guna memantau baik dari dalam ataupun dari luar. Sehingga point-point evaluasi dapat menjadi proyeksi untuk selanjutnya dan menimbulkan perubahan inovatif.

c. Konsep dakwah di televisi

Dakwah di televisi mempunyai dua unsur kajian, untuk dapat mengetahui konsep tersebut peneliti menggabungkan dua unsur kajian tersebut, diantaranya;

1) Televisi sebagai media komunikasi massa

Berbicara televisi adalah bagian dari media massa yang dimana mempunyai peran sebagai perantara untuk melakukan proses komunikasi massa. Peran media

televisi sebagai media massa atau media komunikasi massa pun demikian sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan

2) Media massa sebagai saluran dakwah

Media berasal dari bahasa latin *mediare*, yang artinya pengantar atau perantara dalam bahasa arab disebut *wasilah*, alat penghubung atau alat yang digunakan. Jika dikaitkan dengan dakwah, media bermakna alat yang menjadi saluran penghubung da'I dengan mad'u.

Berdasarkan uraian diatas, yang mengungkapkan bahwa dalam komunikasi massa, televisi merupakan salah satu media menyampaikan pesan dan jika dihubungkan dengan dakwah, media sebagai alat yang menjadi saluran penghubung. Dengan demikian, konsep dakwah di televisi membahas mengenai pesan televisi sebagai media penyampai pesan dakwah dari da'I (komunikator dakwah) kepada mad'u (komunikan dakwah).

Asmuni Syukir berpendapat, “televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal.

Proses dakwah merupakan pesan ajakan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik, baik secara langsung maupun tidak langsung dan produk televisi sebagai perantara penyampai pesan adalah program. Dengan demikian kegiatan dakwah dapat dikemas dalam bentuk program televisi sebagaimana peran televisi mempunyai kemampuan menyampaikan pesan dengan jangkauan cukup luas dan

itu bisa diterima oleh masyarakat karena dengan mudah dan cepat. Jika ditinjau sangat efektif dakwah melalui program televisi karena itu dapat menunjang bagi keberlangsungan dakwah

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor NET.TV The East LT. 27-29 Jl. Dr. Ide Agung Gede Mega Kuningan, Kuningan Timur, Setiabudi, Jakarta Selatan. Alasan memilih tempat karena dirasa, data yang dibutuhkan tersedia di kantor NET.TV, lokasinya terjangkau oleh peneliti sehingga dapat menghemat waktu dan biaya, memiliki legalitas sebagai stasiun televisi resmi

2. Interpretif Paradigma

Banyaknya paradigma atau perspektif yang baik dipilih maka pada penelitian ini sebagai kerangka konseptual adalah penelitian konstruktif pesan sebab jenis data yang diolah berdasarkan hasil analisis kualitatif. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Teori Hierarki Pengaruh Isi media dan konsep Manajemen Media

3. Objek Penelitian

Sesuai dengan uraian diatas, objek yang akan diteliti adalah program televisi muslim travelers Net.TV. pada episode Makanan Halal di Korea Selatan dan episode Kisah Anggota Parlemen Pertama di Milan

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian metode deskriptif kualitatif dimana peneliti berusaha mendapatkan informasi sebanyak mungkin tentang persoalan yang

menjadi topik penelitian dengan mengutamakan data-data verbal. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan perhitungan, maksudnya data yang dikumpulkan tidak dalam bentuk angka-angka.

5. Sumber data

Menurut Dewi Sadiyah (2015:87) sumber data yaitu data dari informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (*sumber informan*). Sumber data yang menjadi rujukan utama pada penelitian adalah Muslim Travelers NET TV “Analisis Deskriptif Manajemen Pesan dalam Program Televisi Muslim Travelers Net pada Episode Makanan Halal di Korea Selatan dan Episode Kisah Anggota Parlemen Pertama di Milan)”

a. Data primer

Data primer adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang atau lainnya yang menjadi subjek penelitian (sumber informasi pertama, *first hand* dalam mengumpulkan data penelitian) Dewi Sadiyah (2015:86). Data utama dari penelitian ini didapat dari dokumentasi berupa video audio visual tayangan Muslim Travelers NET TV yang diperoleh dari youtube dan website resmi NET TV.

b. Data sekunder

Menurut Arifin (2004:16), data sekunder adalah data yang rangkum dari hasil literatur buku yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti oleh si peneliti, baik dari biro-biro statistik ataupun dari hasil penelitian peneliti. Data sekunder sangat dibutuhkan untuk melengkapi data primer. Data ini diperoleh dari sejumlah literatur pustaka yang ada seperti, buku situs internet, jurnal-jurnal dan lainnya yang bisa membantu dan berkaitan dengan objek penelitian.

6. Jenis Data

Jenis data merupakan kumpulan informasi yang diperoleh dari sebuah pengamatan baik berupa konsep pesan, penerapan pesan dan respon terhadap pesan. Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah dokumentasi elektronik yang mengumpulkan semua informasi elektronik dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal atau sejenisnya. Yang dapat dilihat, atau didengar melalui computer juga elektronik lainnya. Dokumentasi berupa video audio visual dari tayangan Muslim Travel ers NET TV yang diperoleh dari YouTube dan Website resmi NET TV. Kemudian yang pertama data yang diambil dari konsep pesan program muslim muslim travelers mulai dari penyusunan konsep hingga dapat ditayangkan di televisi, yang kedua data diambil dari penerapan konsep terhadap program muslim travelers net yang fokus terhadap unsur-unsur dakwah yang dikemas dalam audio visual, yang ketiga data diambil dari respon masyarakat terhadap adanya program Muslim Travelers NET.

7. Teknik Pengumpulan data

Pada umumnya teknik pengumpulan data menurut Dewi Sadiyah (2015:87) dalam penelitian terdiri atas 4 jenis yaitu: observasi (*observation*), wawancara (*interview*), angket (*questionary*), dan dokumentasi (*documenter*). Dalam pengumpulan data, yaitu dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan induk dari semua ilmu pengetahuan, observasi sangat dibutuhkan bagi peneliti karena alat untuk mencari sebuah data dan lainnya, yakni dengan melihat dan mendengarkan. Observasi pada penelitian ini yaitu pengumpulan

data dimana peneliti mengamati dan mencatat informasi mengenai program televisi muslim travelers

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik proses dialog dengan responden dengan pertanyaan-pertanyaan baik terstruktur ataupun tidak, yang kemudian ketika proses wawancara beberapa jawaban responden dicatat atau direkam guna informasi-informasi dapat tersimpan. Wawancara dilakukan secara tatap muka perorangan agar pertanyaan dapat terjawab dengan fokus juga terarah sesuai rencana, kemudian wawancara ini meliputi produser program dan beberapa tim program muslim travelers serta informan pendukung yaitu beberapa audien yang relevan.

c. Dokumentasi

Pengambilan data dengan cara mendownload video dari youtube, teknik ini digunakan untuk menghimpun data tentang konsep, penerapan serta respon masyarakat pada program muslim travelers net tv. Peneliti mengambil video dari beberapa episode yang terbaru. Dalam penelitian ini, hasil dokumentasi yang disajikan adalah video program muslim travelers net yang didapat dari youtube.

Dewi Sadiyah (2015:91) mengemukakan pendapatnya mengenai studi dokumentasi ialah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen–dokumen berupa buku, catatan, arsip, surat-surat, majalah, surat kabar, jurnal, laporan penelitian dan lainnya. Dapat disimpulkan bahwa studi dokumentasi bukan berarti hanya studi historis, melainkan studi dokumentasi berupa data tertulis yangn mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.

d. Analisis Data

Analisis data ialah salah satu langkah untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai objek yang diteliti dan disesuaikan dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam fokus penelitian, kemudian data-data yang didapat pada objek penelitian akan dianalisis agar peneliti bisa mengetahui gambaran yang akan diteliti. Selaras dengan fokus penelitian yang akan dibahas isi pesan dalam program Muslim Travelers NET. TV. Maka langkah-langkah yang di tempuh dalam menganalisis datanya adalah melalui serangkaian proses, yaitu:

1) Merangkum Data

Dalam penelitian merangkum data sangatlah penting, pasalnya peneliti dapat mempertimbangkan dan memfokuskan data mana saja yang harus dimiliki. Peneliti hanya mencari data-data yang sesuai dengan kebutuhan, dalam hal ini peneliti merangkum data sesuai teori yang digunakan

2) Menafsirkan data yang sudah dikategorikan

Setelah data terkumpul dan melewati tahap pengkategorian, kemudian data-data ditafsirkan guna peneliti dapat memahami secara logika bahwasanya data tersebut sudah menggambarkan. Sehingga peneliti dapat menggunakan data tersebut dengan jelas

3) Menarik kesimpulan.

Kemudian peneliti harus memahami secara spesifik akan data-data tersebut, yang pada akhirnya titik temu data ada keterkaitan dengan objek penelitian sehingga peneliti dapat memahami secara mudah juga menjadikan data tersebut sebagai acuan