

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran sejumlah bentuk media komunikasi dan informasi memang telah menjadi salah satu ciri menarik dari zaman yang disebut “era informasi” saat ini, sekaligus menjadi konsumsi penting bagi masyarakatnya. Ini dapat dilihat, antara lain pada pertumbuhan dan perkembangan media massa, baik dalam kualitas maupun kuantitasnya (Asep Saeful Muhtadi, 2013: 67).

Tabligh islam merupakan proses keagamaan yang harus terus menerus dikembangkan. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang akselerasi dengan perkembangan kehidupan manusia, maka penggunaan media untuk berdakwah juga mengalami perkembangan. Tabligh yang pada awalnya hanya menggunakan media tradisional, kemudian berkembang menjadi lebih banyak alternatifnya yaitu dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi modern, baik melalui media cetak (buku, koran, majalah, tabloit dan lain-lain) maupun dengan media elektronik (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya). Perkembangan media dakwah dengan teknologi modern ini menuntut semua pihak, khususnya aktifis dakwah untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi untuk kemaslahatan umat manusia (www.Mediatabligh.com).

Salah satu media modern yang memiliki beberapa kelebihan, dan telah dijadikan sebagai media tabligh yaitu media televisi. Televisi sebagai salah satu hasil karya teknologi komunikasi memiliki berbagai kelebihan, baik dari sisi programatis maupun teknologis. Dilihat dari sisi dakwah, media televisi dengan berbagai kelebihan dan kekuatannya seharusnya bisa menjadi

media Tabligh yang efektif jika dikelola dan dipergunakan secara profesional. Karena dakwah melalui media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat, mengingat pemirsa televisi di Indonesia mayoritas beragama Islam. Selain itu secara ekonomis, dakwah melalui media televisi sebenarnya juga mempunyai pangsa pasar yang potensial jika digarap secara profesional pula. Berbicara tabligh di televisi, berbicara pula tentang format acara.

Format acara untuk televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang di sesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut (Naratama, 2013: 68).

Tayangan-tayangan Tabligh di televisi pun semakin beragam dengan berbagai format acara yang berbeda, seperti format acara yang menghadirkan ustad kondang, menghadirkan ibu-ibu majelis sebagai penonton nya, dan format-format program acara tabligh lainnya. Tabligh di televisi pun bukan tanpa masalah, televisi yang merupakan media dengan segmentasi luas seringkali menimbulkan masalah. Ketika pesan dakwah yang ada di televisi tidak sesuai dengan aliran-aliran yang ada di masyarakat, acara televisi yang membahas isu-isu agama yang sensitif di kalangan masyarakat, dan beberapa masalah lainnya. Disini, di tuntut adanya program acara yang kreatif, inovatif, dan relevan yang bisa di terima di kalangan masyarakat.

Berangkat dari permasalahan di atas, penulis sangat tertarik untuk meneliti inovasi program tabligh hari ini, dimana tayangan tabligh harus senantiasa berkembang dengan format yang berbeda dan berkualitas, sesuai perkembangan zaman. Seperti yang akan penulis teliti tentang *Model Tayangan Tabligh Inovatif (studi kasus pada acara berita islami masa kini Trans TV)*. Program acara Berita islami masa kini merupakan sebuah acara yang berisikan kumpulan berita islami yang tayang di Trans TV setiap hari senin sampai jum'at. Tayangan acara Berita Islami Masa Kini (BERIMAN) memberikan pemahaman pada masyarakat seputar

fakta tentang agama Islam yang dikemas dengan model pemberitaan dengan teknik dokumenter, *feature*, dan *video magazine*.

Berbeda halnya dengan berita-berita pada umumnya, program acara ini memberikan format berita yang berbeda. Setiap segment itu memiliki beragam tema yang di kemas dengan VT dan materi yang berisi pesan dakwah menjadi lebih menarik. di dukung oleh video-video yang bersumber dari sosial media *youtube* yang membuat lengkap untuk sebuah pengaplikasian pesan dakwah menjadi *audio visual* yang menarik.

Namun, model tayangan tabligh yang inovatif pun bukan tanpa masalah, mengingat dakwah di televisi mempunyai segmentasi yang luas. Pesan dakwah yang harus selaras dengan masyarakat luas pun harus di utamakan. Banyak dari kasus-kasus kemarin, ada beberapa program acara tabligh yang di tegur oleh komisi penyiaran indonesia (KPI), diantaranya seperti: Menghina *sara*, menyajikan pesan dakwah yang ber tolak belakang dengan masyarakat luas, dan hal-hal yang tidak selaras lainnya. Salah satu nya Program Acara Berita Islami Masa Kini TRANS TV yang pernah di tegur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), karena menayangkan pemberitaan yang menampilkan kisah seorang mualaf dinilai menyalahi aturan yang berlaku. dan teguran yang kedua tentang tema kesalahan dalam mengamalkan surat Al-Fatihah. Dua Tema tersebut dinilai tidak relevan dengan sosial di kalangan masyarakat (www.kpi.co.id).

Berangkat dari itu, program acara tabligh harus tetap inovatif dalam kancah pertelevisian indonesia, ditengah ganasnya dunia bisnis dan kapitalis media. Tayangan Tabligh harus terus berevolusi dengan perkembangan zaman. lalu inovasi tayangan tabligh seperti apa yang harus di kembangkan? Bagaimana mengemas program acara Tabligh menjadi tayangan yang relevan? Bagaimana model acara tabligh yang inovatif? Tentu untuk menjawab pertanyaan itu harus dilakukan penelitian yang cukup mendalam sehingga dari uraian di atas, akan dilakukan

penelitian dengan judul: “Model Tayangan Tabligh Inovatif (Studi Kasus pada Acara Berita Islami Masa Kini TRANS TV).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagaimana model tayangan Tabligh pada program acara berita islami masa kini Trans TV?
2. Bagaimana konsep materi Tabligh pada program berita islami masa kini Trans TV?
3. Bagaimana strategi produser berita islami masa kini Trans TV dalam memproduksi tayangan tabligh?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh dan menggali informasi tentang inovasi dakwah di televisi pada program acara berita islami masa kini. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui model tayangan tabligh pada program berita islami masa kini Trans TV.
- b. Untuk mengetahui konsep materi tabligh pada program acara berita islami masa kini Trans TV.
- c. Untuk Mengetahui Strategi Produser Berita Islami Masa Kini Dalam Memproduksi Tayangan Tabligh.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan empiris dan menambah Referensi bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan dakwah yang dilakukan di media Televisi. Sehingga dapat berguna bagi pengembangan khazanah informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan selanjutnya, dan lebih khusus Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam. Serta diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian pada bidang yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat menggugah para calon jurnalis atau orang yang ingin berkarir di dunia televisi. Untuk menjadi kreator televisi yang terus membuat inovasi tayangan dakwah demi keberlangsung nya dakwah di televisi. Selain itu, penelitian ini pun diharapkan dapat menggugah para praktisi media yang ingin terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas tayangan tabligh yang relevan di kalangan masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih mendalam terkait dengan inovasi tayangan tabligh yang semakin hari harus semakin di kembangkan.

E. Kerangka Berpikir

1. Landasan Teoritis

a. Tinjauan Tentang Tabligh

Kata tabligh berasal dari akar kata (*ballagha, yuballighu, tablighan*), yang berarti menyampaikan. Tabligh adalah kata kerja transitif, yang berarti membuat semua orang sampai, menyampaikan, atau melaporkan, dalam arti menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam bahasa Arab orang yang menyampaikan disebut mubaligh. (AS Enjang dan Aliyudin, 2009: 63)

Sedangkan menurut Dr. Ibrahim Imam dalam *al-ushlubal-islamy*, Tabligh adalah: “Memberikan informasi yang benar, pengetahuan yang faktual dan hakikat pasti yang bisa menolong atau membantu manusia untuk membentuk pendapat yang tepat dalam suatu kejadian atau dari berbagai kesulitan.” Kata tabligh juga terdapat dalam surat Al-Maidah ayat 67:



“Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”.

b. Tinjauan Tentang Model

Model adalah rencana refesentasi atau deskripsi yang dapat menjelaskan suatu objek, sistem, atau suatu konsep. model ini dapat berupa model citra (contohnya: gambar rancangan, citra computer), rumusan matematis, maupun model fisik, seperti prototipe, market, dan sebagainya.

Model dapat merujuk kepada: *Pertama*, model konseptual, yaitu model yang berfungsi memaparkan suatu ide secara konseptual. Model inilah yang biasanya di gunakan dalam suatu bidang ilmu, misalnya saja adalah: model pembelajaran, maka akan membahas tentang pemaparan ide-ide yang menjadi pedoman dalam suatu pembelajaran. *Kedua*, model data, yakni menjelaskan tentang struktur yang berbasis pada data.

Model dakwah adalah suatu pola atau ragam yang di gunakan seorang da'i untuk mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemashlahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam model tabligh yang di lakukan pada program acara berita islami masa kini memakai beberapa metode Tabligh secara denfinitif, Tabligh di rumuskan para ahli antara lain sebagai i'lam, sebagaimana yang dikemukakan oleh Ibrahim Imam dan Abdul Latif Hamzah (Abdul Latif Hamzah al i'lam fi Shadr al-Islam, kairo: Dar-al-Fikr, 1985).

I'lam didefinisikan sebagai berikut: *Pertama*, membekali manusia dengan informasi dan berita yang benar, dengan pengetahuan ilmiah, kenyataan faktual dan akurat untuk membantu terbentuknya pemikiran dan pandangan dalam menghadapi kenyataan dan kesulitan yang di hadapi.

Kedua, menyampaikan ajaran dasar-dasar akidah dan ketauhidan, ajaran dalam ubuhiah sesuai dengan petunjuk kitab Allah dan sunah Rasul, serta akhlak dalam politik, sosial dan kemasyarakatan dan perekonomian dengan tujuan agar islam dijadikan pandangan hidupnya.

Ketiga, suatu ilmu yang membahas cara menyampaikan ajaran islam dengan berbagai cara dan metode ilmiah, melalui jalan istinbath (deduksi), iqtibas (induksi) atau istiqlal' (Penelitian dan eksperimen).

c. Tinjauan tentang Tayangan Televisi

Perkembangan dunia pertelevisian yang maju menjadi tantangan tersendiri bagi kreator televisi, ketika setiap hari harus terus menerus membuat inovasi program acara dakwah yang bisa diterima oleh khalayak. Dengan ini perlu adanya inovasi dalam program acara dakwah sehingga aktivitas dan gerak dakwah semakin luas. Dalam membuat sebuah program acara televisi ada hal-hal dasar sekaligus tahapan yang harus di perhatikan antara lain:

- Menentukan tujuan dasar ketika membuat script
- Menganalisis target penonton
- Pilih format acara tv dan *style* dari acara tersebut.
- Mengembangkan tema visual utama

- Melakukan reseach untuk mempelajari bagaimana kira-kira konsep akan di tampilkan dan di eksploitasi.
- Menulis treatment dari script utama
- Membuat outline dari semua aspek penting yang ada di *script*
- Menulis script (screenplay/skenario)
- *Review* dan revisi sampai semua dinyatakan fix
- Mengembangkan ke dalam storyboard sebagai bagian dari visualisasi, biasanya untuk program drama ini mutlak untuk di perlukan.
- Pengembangan melalui editing script di post production, membuat catatan tentang perubahan beberapa bagian shot yang keluar dari shooting script.
- Ikuti proses secara teratur dengan membangun cerita minimal struktur cerita dasar: perkenalan, konflik dan penyelesaian.

Menurut Frank Jefkins (dalam Wulandari, 2009: 42), televisi memiliki sejumlah karakteristik khusus dari program acara, yaitu: 1) Selain menghasilkan suara, televisi juga menghasilkan gerakana, visi dan warna; 2) Pembuatan program televisi lebih mahal dan lama; 3) Karena mengandalkan *visual*, maka segala sesuaru yang tampak haruslah di buat semenarik mungkin.

Melihat begitu besar nya efek media massa televisi, dalam penelitian ini di harapkan insan pers atau kreator televisi dapat meningkatkan pengetahuannya dalam menerjemahkan tema-tema dakwah menjadi bentuk audio visual yang menarik dan memperhatikan pesan-pesan komunikasi agama yang lebih universal. Tidak terkesan eksklusif, tidak mengandung pesan permisif, dan juga tidak membuka peluang salah informasi.

d. Tinjauan tentang Inovatif

Inovasi adalah proses pembaharuan/pemanfaatan/pengembangan dengan menciptakan hal baru yang berbeda dengan sebelumnya. Inovasi juga dapat diartikan penemuan baru dalam

teknologi atau kemampuan dalam memperkenalkan temuan baru yang berbeda dari yang telah ada sebelumnya. Menurut Stephen Robbins (1994), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

Pertama, Memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri-ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang di terapkan. *Kedua*, Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar orsinilitas dan kebaruan.

Ketiga, Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang tidak tergesa-gesa, namun inovasi di persiapkan secara matang dengan program yang jelas dan di rencanakan terlebih dahulu. *Keempat*, Inovasi yang di gulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin di capai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Kelebihan televisi sebagai media dakwah jika dibandingkan dengan media yang lainnya adalah :

- a). Media Televisi memiliki jangkauan yang sangat luas sehingga ekspansi dakwah dapat menjangkau tempat yang lebih jauh. Bahkan pesan-pesan dakwah bisa disampaikan pada mad'u yang berada di tempat-tempat yang tidak sulit dijangkau.
- b). Media televisi mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalam jumlah yang besar. Hal ini sesuai dengan salah satu karakter komunikasi massa yaitu komunikasi yang heterogen dan tersebar. Kelebihan ini jika dimanfaatkan dengan baik tentu akan berpengaruh positif dalam aktifitas dakwah. Seorang da'i yang bekerja dalam ruang yang sempit dan terbatas bisa menjangkau mad'u yang jumlahnya bisa jadi puluhan juta dalam satu sesi acara.
- c). Media televisi mampu menampung berbagai metode dakwah sehingga membuka peluang bagi para da'i memacu kreatifitas dalam mengembangkan metode dakwah yang efektif.

d). Media televisi beshifat audio visual. Hal ini memungkinkan dakwah dilakukan dengan menampilkan pembicaraan sekaligus visualisasi berupa gambar.

F. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah yang di tempuh dalam penelitian ini adalah melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian

Terkait judul yang peneliti pilih mengenai “Model Tayangan Tabligh Inovatif (*Studi Kasus Pada Acara Berita Islami Mas Kini TRANS TV*)” penelitian ini berlangsung di Media televisi TRANS TV di Jl.Kapten P. Tandean kav 12-14A jakarta selatan. Seperti yang telah dipaparkan di latar belakang, TRANS TV merupakan media yang tepat untuk diteliti karena Trans TV termasuk kedalam grup Transcorp yang merupakan Televisi terbesar di indonesia.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, di mana paradigma ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Pengetahuan hasil bentukan manusia itu tidak bersifat tetap tetapi berkembang terus. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada subjek dan bukan pada objek, hal ini berarti bahwa ilmu pengetahuan bukan hasil pengalamansemata, tetapi merupakan juga hasil konstruksi oleh pemikiran (Arifin, 2012: 140).

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan Subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi

serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog *interpretative*, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Eriyanto 2004:13).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif Karena pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk memahami interaksi sosial, misalnya dengan wawancara mendalam sehingga akan ditemukan pola- pola yang jelas. Menurut Moleong (2007: 6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata- kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pendekatan ini pun digunakan untuk mengkaji makna-makna dari sebuah perilaku, simbol maupun fenomena- fenomena yang terjadi.

1. Metode Penelitian

penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, jenis penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menemukan informasi sebanyak-banyaknya dari suatu fenomena. Menurut Hadari Nawawi, metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian

(seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. (Kholid Narbuko dan H.Abu Ahmadi, 2002: 2)

Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan apa yang saat ini berlaku. Ditambahkan pula menurut teori Mardalis yang menyatakan bahwa terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan. Jadi penelitian deskriptif yang dilakukan akan berusaha mendeskripsikan dan menggambarkan proses program Berita Islami masa kini TRANS TV.

4. Sumber dan Jenis Data

a. Jenis Data

- 1) Jenis Data Primer. Data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010: 22). Jenis data primer yang digunakan berupa hasil dari wawancara dengan pihak Trans TV.
- 2) Jenis Data Sekunder. Data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti serta dari studi Pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, SMS, foto dan lain-lain (Arikunto, 2010: 22). Sebagai data tambahan, data sekunder yang digunakan merupakan dokumen-dokumen yang ada di Trans TV.

b. Sumber Data

- 1) Sumber Data Primer. Pihak Trans TV yang dapat menjawab pertanyaan dari rumusan masalah di atas. Karena menyoroti model Tayangan Tabligh Inovatif pada program

tablighberita islami masa kini yang ada di Trans TV sehingga yang menjadi sumber data primer yaitu divisi produksi Trans TV yaitu Produser.

- 2) Sumber Data Sekunder. Berkaitan dengan praktik produksi yang di lakukan oleh divisi produksi Trans TV, sehingga sumber data sekunder yang tepat merupakan pihak divisi prouksi berita islami masa kini diantaranya ; Produser , Tim kreatif dan Staf Produksi lainnya.

5. Informan Penelitian

Penelitian ini mengkaji inovasi program acara dakwah pada program acara berita islami masa kini maka peneliti memutuskan informan pertama atau informan kunci yang paling sesuai dan tepat ialah Produser, Tim kreatif atau asisten produksi. Dari informan kunci ini selanjutnya diminta untuk memberikan rekomendasi untuk memilih informan-informan berikutnya, dengan catatan informan tersebut merasakan dan menilai kondisi lingkungan kerja sehingga terjadi sinkronisasi dan validasi data yang didapatkan dari informan pertama.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Hal ini sebagaimana yang dikatakan Creswell (1998: 36) bahwa studi kasus adalah telaah atas sebuah kasus yang terkait tempat dan waktu di mana sumber informasi didapatkan dari pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat teknik pengumpulan data, diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperkaya isi dan kepentingan akurasi data dari pihak TRANS TV. Sebagaimana dikatakan Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2007: 72), bahwa melalui kegiatan wawancara, peneliti akan mengetahui hal- hal yang lebih mendalam tentang

partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.

Peneliti memilih melakukan wawancara mendalam, ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi (Sulistyo-Basuki 2006:173).

Untuk menghindari kehilangan informasi, maka peneliti meminta izin kepada informan untuk menggunakan alat perekam. Sebelum dilangsungkan wawancara mendalam, peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topik penelitian.

b. Observasi

Observasi menurut Kusuma (1987:25) adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau obyek lain yang diselidiki. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tidak terstruktur, observasi partisipatif, dan observasi nonpartisipan.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan objek penelitian maka, peneliti memilih observasi partisipatif. Observasi partisipatif yaitu suatu teknik pengamatan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diselidiki. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian, yaitu dengan mengamati kegiatan-kegiatan yang ada di ruang produksi Trans TV.

c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono, (2009:240) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data mengenai dari pihak *Trans TV* Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bognan & Biklen (1982) sebagaimana dikutip Moleong (2007:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Analisis data pada penelitian kualitatif bukanlah berdasarkan ukuran- ukuran matematis yang terlebih dahulu ditetapkan peneliti dan disepakati oleh pengamat lain. Untuk analisis data kualitatif berdasarkan pada ungkapan subjek penelitian sebagaimana dikehendaki dan dimaknai oleh subjek penelitian (Mulyana, 2008: 11). Analisis data dilakukan setelah data-data terkumpul yang kemudian dituangkan ke dalam sebuah narasi sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian studi kasus, proses analisis data terdiri beberapa tahap, yaitu membuat deskripsi mengenai kasus dan hasil yang didapat saat terjun ke lapangan. Menurut Creswell (1998: 148- 149), ada beberapa langkah untuk menganalisis data, diantaranya:

a. Deskripsi

Peneliti akan mendeskripsikan kasus dan konteks penelitian secara detil. Dalam hal ini, mendeskripsikan mengenai kegiatan produksi divisi produksi program berita islami masa kini dan inovasi yang di lakukan Trans TV dalam memproduksi program acara dakwah

Peneliti mencari sekumpulan data yang saling berkaitan dan memiliki isu yang relevan. Dalam hal ini, peneliti melakukan pemilihan- pemilihan data yang dianggap sesuai dengan fokus penelitian. Dalam proses ini terjadi reduksi data, di mana hanya data- data yang mendukung fokus penelitian yang digunakan.

b. Interpretasi

Peneliti melakukan interpretasi data, yaitu dengan menginterpretasikan data yang didapatkan dari informan terhadap masalah penelitian.

c. Representasi Hasil

Dilakukan berdasarkan susunan narasi yang tersusun pada tahap interpretasi, sehingga dapat memberikan jawaban atas masalah penelitian.

