

## STRATEGI PRODUKSI PROGRAM *TALK SHOW* UMPAT BETAKUN DI SALURAN DAKWAH ISLAMIC CENTER KALIMANTAN TIMUR DALAM MENYAJIKAN PESAN KOMUNIKASI

Hafifah Indriani Lubis\*, M.Syaikhu Nuris, Siti Suhada

Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur

Jl. APT Pranoto, Samarinda Kota, Kalimantan Timur

\*Email: [hafifahindrianilubis@gmail.com](mailto:hafifahindrianilubis@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study was conducted to find out how the stages of the talk show program production process on the Islamic Center Dakwah Channel in East Kalimantan in presenting communication messages and how the strategy for planning and presenting the talk show program production on the Dakwah Islamic Center East Kalimantan Channel in presenting communication messages.*

*This research was descriptive and qualitative using analytical techniques from Miles and Huberman. The research location was the East Kalimantan Islamic Da'wah Channel Television Station. Data collection was done by observing, interviewing, and documentation. Informants in this study were three people consisting of producers as well as program directors, presenters, and Master Control Room (MCR) of the Umpat Betakun TV Channel Dakwah Islamic Center East Kalimantan.*

*The results of the study were shown the production stage carried out in the Umpat Betakun program went through three stages, namely Pre- Production which was the initial stage of the entire series of production processes for the Umpat Betakun program, Production was the ongoing stage of production for the Umpat Betakun program, Post-Production was the final stage in the form of evaluation between event directors and production team. As the program planning strategies, such as determining themes, determining broadcast times, and utilizing social media to promote the program and in the presentation strategy, the Umpat Betakun program was made as relaxed as possible between the resource person and the presenter. The talk show is presented with a deep interactive feel and provides opportunities for viewers at home or the public to participate in interactive dialogue through comments on YouTube live broadcasts or sending messages via WhatsApp chat.*

**Keywords:** *Communication, Program Production, talk show, Strategy*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tahapan proses produksi program *talk show* di Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur dalam menyajikan pesan komunikasi dan bagaimana strategi perencanaan dan penyajian produksi program *talk show* di Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur dalam menyajikan pesan komunikasi.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif menggunakan teknik analisis dari Miles dan Huberman. Lokasi penelitian di Stasiun Televisi Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini sebanyak tiga orang yang terdiri dari produser sekaligus pengarah acara, presenter dan Master Control Room (MCR) Program Umpat Betakun TV Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur.

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahap produksi yang dilakukan dalam program Umpat Betakun melalui tiga tahap yaitu Pra Produksi merupakan tahap awal dari seluruh rangkaian proses produksi program Umpat Betakun, Produksi merupakan tahap berlangsungnya produksi program Umpat Betakun, Pasca Produksi merupakan tahap akhir berupa evaluasi antara pengarah acara dan tim

produksi. Sedangkan untuk strategi perencanaan program yang dilakukan seperti menentukan tema, menentukan jam tayang dan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu cara untuk mempromosikan programnya dan dalam strategi penyajian program umpat betakun di buat sesantai mungkin antara narasumber dan presenter dan disajikan dengan nuansa interaktif yang mendalam serta memberikan kesempatan bagi pemirsa di rumah atau masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam dialog interaktif melalui komentar di siaran langsung youtube atau mengirimkan pesan melalui *chatting* whatsapp.

**Kata kunci:** Komunikasi, Program produksi, talk show, strategi

## PENDAHULUAN

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa merupakan singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication* (Ardiyanto, 2014). Media massa adalah “komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya. Komunikasi massa tak akan terlepas dari massa, penyampaian pesannya adalah melalui media. Komunikator dalam komunikasi massa adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimkannya secara serempak kesejumlah orang banyak yang terpisah (Aziz, 2017). Komunikator dalam komunikasi massa biasanya media massa seperti surat kabar, majalah, radio atau televisi.

Televisi adalah salah satu media massa yang ikut berperan dalam menyajikan informasi-informasi yang menarik kepada masyarakat luas (Bahri, 2019). Televisi juga sebagai penemuan penting dalam bidang teknologi komunikasi yang telah lama hadir di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Kehadiran televisi akan terus bertambah dan meningkat seiring berlalunya waktu. Sebagian besar masyarakat menganggap bahwa televisi bukan barang mewah lagi, tetapi sudah merupakan kebutuhan setiap orang dalam keluarga. Saat ini televisi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian dan kehidupan manusia karena beberapa orang menganggap bahwa televisi merupakan

suatu cerminan perilaku masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa televisi merupakan salah satu jenis media massa yang mampu memberikan informasi, edukasi, hiburan dan sebagainya dengan sajian program acara dan informasi yang memenuhi kebutuhan masyarakat luas adalah televisi karena dapat memberikan informasi dengan bentuk *audio visual*.

Hadirnya televisi tidak terlepas dari fungsinya yaitu memberi informasi, edukasi, dan hiburan. Sebagai alat memberikan informasi (fungsi informasi), artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui dan memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik (fungsi pendidikan), artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan moral seseorang. Sebagai alat menghibur (fungsi hiburan), yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur (Cangara, 2018). Keberadaan televisi telah memberi kesenangan (menghibur) karena program hiburan seperti sinetron, komedi, film, kuis, olahraga dan kesenian. Televisi juga memberikan informasi dan edukasi dengan menyajikan masalah-masalah sosial melalui program berita, *talk show* dan sebagainya.

Program merupakan segala hal yang disajikan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan pemirsa. Program menjadi faktor yang paling penting dan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun televisi. Program televisi adalah sesuatu yang dapat membawa audien mengenal suatu stasiun televisi. Pentingnya strategi dalam program acara televisi menjadi penentu dalam sebuah keberhasilan suatu program. Di industri penyiaran strategi digunakan dalam

berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audiens. Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya (Djamal, 2011).

Sebuah program harus memperhatikan dasar hukum penyiaran seperti UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran. Pada pasal 6 ayat 3 menjelaskan bahwa dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal (Fachruddin, 2013). Undang-undang ini menjadi hukum resmi terhadap eksistensi lembaga penyiaran lokal, secara langsung membuka perizinan atas berdirinya televisi-televisi lokal daerah di Indonesia.

Televisi lokal sebagai stasiun televisi dengan jangkauan terbatas disuatu daerah, memiliki ciri khas sebagai berikut; (1) Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat; (2) Isinya mengacu dan menyesuaikan untuk kepentingan masyarakat setempat; (3) Berita-berita yang dimuat mengenai peristiwa, kegiatan, masalah dan tokoh masyarakat setempat; (4) Khalayaknya terbatas pada masyarakat yang sewilayah dengan tempat media massa itu; (5) Khalayaknya kurang bervariasi dalam struktur ataupun diferensiasi sosial bila dibandingkan dengan khalayak media massa nasional (Febriyana, 2013). Televisi lokal selain bersaing dengan televisi-televisi nasional, juga harus bersaing dengan sesama televisi lokal yang berada pada wilayah siaran yang sama, televisi berlangganan, televisi digital, media online dan media penyiaran *streaming* internet lainnya, yang semuanya berupaya untuk merebut perhatian pemirsa.

TV Islamic Center merupakan salah satu TV Lokal yang terdapat di Samarinda Kalimantan Timur dengan menggunakan saluran jaringan Tepian Kabel, yang di kenal sebagai stasiun “Saluran Dakwah

Islamic Center”, berdiri pada tahun 2014 dengan peresmian dilakukan oleh Gubernur Kalimantan Timur melalui surat keputusan gubernur No. 451/K.114/2017 dengan kepala UPT H.Adria Nopol yang berlaku hingga 2022 dan disahkan pada maret 2017. Memiliki surat izin televisi No. 07/CIT/XII/2014 Siaran ini sebagai salah satu “Saluran Dakwah Islamic Center” yang diberi satu buah channel oleh Tepian Kabel.

Pendirian saluran dakwah ini didukung oleh Dinas Kominfo dengan surat pengesahan pada tanggal 11 Agustus 2014, dan Kepala Kantor Kementerian Agama Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. Tidak hanya itu, siaran bernuansa Islami ini telah mendapatkan surat rekomendasi kelayakan dari KPID Kalimantan Timur pada tanggal 15 September 2014, adanya dukungan dari majelis ulama provinsi Kalimantan Timur pada tanggal 19 agustus 2014 serta dukungan dari gubernur Kalimantan Timur pada tanggal 12 Agustus 2014 dan lulus dalam rapat koordinasi persiapan FRB (Forum Rapat Bersama) di Bogor pada tanggal 14 November 2014.<sup>46</sup>

Adanya TV Dakwah Islamic Center ini menjadi salah satu media komunikasi atau media penyampai dakwah yang berada di kota Tepian Samarinda Kalimantan Timur hingga saat ini. TV Islamic Center Kaltim menyajikan program atau acara yang beragam mulai dari berita, acara anak-anak hingga *talk show*. Salah satu program yaitu Umpat Betakun yang merupakan acara sore yang dikemas dengan model *talk show* melalui studio TV Islamic Center Kaltim.

Saluran Dakwah TV Islamic Center stasiun televisi yang menyajikan siaran bertema islam dan menyiarkan program acara *talk show* seperti Lentera Ilmu, FITASA (Fikiran Aktual Wanita Sholehah), Sharing Ilmu Bersama HSG KU, dan Umpat Betakun Fasya UINSI Samarinda. Masing-masing menyajikan program *talk show* yang berbeda mulai dari tema, narasumber dan memiliki kemasan yang dibuat semenarik mungkin untuk

meraih perhatian khalayak (penonton).

Program Umpat Betakun ini merupakan kerjasama terkait penyiaran Islam di Bumi Borneo antara Badan Pengurus Islamic Center (BPIC) Kalimantan Timur dengan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda (UINSI Samarinda) hingga terbentuklah program acara yang bernama Umpat Betakun Fasya UINSI. Program tersebut tayang di TV Islamic Center Kaltim pada hari Selasa pukul 16.30 WITA. Program Umpat Betakun dikemas secara Live (siaran langsung) melalui studio TV Islamic Center Kaltim.

Sebuah program yang menarik menjadi alasan bagi masyarakat untuk menikmati hasil produksi sebuah stasiun televisi. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang baik untuk merencanakan sebuah produksi program televisi agar mencapai suatu tujuan dan menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi (Helmianti, 2018).

Strategi dalam produksi diawali dengan merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran mendalam yaitu, materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (*financial*), organisasi pelaksana produksi dan tahapan pelaksanaan produksi (Idris, 2016).

Tim produksi program televisi harus membuat perencanaan dan persiapan yang matang. Proses produksi program televisi dibagi menjadi 3 tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi, dimana ketiganya termasuk langkah-langkah atau strategi dalam produksi program. Peneliti tertarik untuk mempelajari strategi produksi pada program *talk show* Umpat Betakun di Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur. Penelitian ini fokus pada proses produksi dan strategiperencanaan produksi Umpat Betakun di Saluran Dakwah Islamic

Center Kalimantan Timur sebagai program *talk show* yang menyajikan pesan komunikasi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan di TV Islamic Center Kalimantan Timur yang beralamat di Jl. Slamet Riyadi No.1, Teluk Lerong Ulu, Samarinda Iilir, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati untuk memberikan gambaran mengenai strategi produksi. Data yang diperlukan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut: observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*), dokumentasi. Analisis data dilakukan berdasarkan Miles and Huberman, yaitu melibatkan tiga serangkaian kegiatan yang terdiri dari *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *data verivication* (verifikasi data)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program *talk show* Umpat Betakun merupakan salah satu program acara yang ditayangkan di TV Islamic Center Kalimantan Timur yang merupakan bagian dari UPT. Radio & TV Islamic Center Kalimantan Timur yang memiliki tugas untuk menyiarkan seluruh kegiatan-kegiatan yang ada di sekitar Islamic Center dan kegiatan yang bersifat religi. TV Islamic Center juga menyediakan layanan dokumentasi untuk acara diluar. Oleh karena itu TV Islamic Center ini juga sebagai badan usaha dari pengelolaan Masjid Islamic Center. Program ini menyajikan informasi dan pengetahuan tentang agama yang lebih dalam lagi kepada pemirsa di Kota Samarinda.

Berdasarkan hasil dari rapat pembuatan program maka diputuskan bahwa nama program *talk show* adalah Umpat Betakun yang merupakan bahasa daerah artinya mau bertanya, yang menanyakan seputar tentang pengetahuan-pengetahuan agama. Tujuan dari program umpat betakun ini untuk menambahkan ilmu-ilmu agama agar lebih banyak lagi dan pengetahuan dari ustadz-ustadzah atau alim ulama di seluruh Kota Samarinda dan menghadirkannya kepada masyarakat Kota Samarinda.

Program ini tayang pada hari Selasa pukul 16.30 WITA, proses produksi dilakukan di dalam studio. Program Umpat Betakun pertama kali tayang pada tahun 2014. Seiring berjalannya waktu program acara Umpat Betakun ini menjalin kerjasama terkait penyiaran Islam di Bumi Borneo antara Badan Pengurus Islamic Center (BPIC) Kalimantan Timur dengan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda (UINSI Samarinda) hingga terbentuklah program acara yang bernama Umpat Betakun Fasya UINSI Samarinda dengan menghadirkan para narasumber yang berkompeten atau ahli dalam bidangnya.

Pihak dari Fakultas Syariah UINSI Samarinda menyediakan ustadz-ustadzah sebagai narasumber untuk mengisi acara di Program Umpat Betakun. Membahas tentang ilmu-ilmu keislaman dibidang syariah dan hukum yang unggul, berorientasi pada spiritualitas, intelektualitas dan profesionalitas. Disajikan dengan nuansa interaktif dan mendalam, serta memberikan kesempatan bagi pemirsa di rumah atau masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam dialog interaktif tersebut melalui komentar siaran langsung Youtube atau mengirimkan pesan melalui Whatsapp ke nomor yang telah disediakan.

### **Tahapan Proses Produksi Program Umpat Betakun**

Memproduksi sebuah program televisi diperlukan perencanaan dan persiapan yang

matang, sebelum pada akhirnya akan ditayangkan dandisiarkan kepada pemirsa. Mulai dari tema atau materi yang menarik, sarana dan prasarana, serta kru pelaksana produksi agar proses produksi berjalan dengan baik dan efisien.

Setelah melakukan wawancara dengan informan yaitu ibu Dzunie Masruroh selaku pengarah acara program *talk show* Umpat Betakun. Peneliti melakukan observasi terlebih dahulu secara langsung di lapangan untuk melihat bagaimana proses produksi program *talk show* Umpat Betakun. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti, ada 3 tahapan proses yang dilalui dalam proses produksi program Umpat Betakun yang sesuai dengan SOP (*Standart Operasional Procedure*), yaitudimulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Berikut hasil dari observasi dan wawancara tersebut, peneliti akan menjabarkannya di bawah ini :

#### ***Pra Produksi***

Tahap pra produksi merupakan semua tahap persiapan dan perencanaan sebelum proses kegiatan shooting dimulai.<sup>47</sup> Sebelum acara Umpat Betakun dimulai, semua kru mempersiapkan studio dan peralatan yang dibutuhkan, melakukan *briefing* kepada narasumber dan presenter atau pembawa acara serta memastikan kesiapan semua alat yang digunakan seperti kamera, *lighting*, *switcher*, *sound*, monitor, operator MCR (*Master Control Room*), tata dekorasi, mengisi buku produksi, mempersiapkan *bumper in* dan *bumper out*, vMix aplikasi untuk menampilkan streaming ke youtube atau mungkin mau streaming ke media sosial seperti Facebook dan sarana media sosial Whatshappsebagai layanan interaktif.

Tahap pra produksi ini sangat mempengaruhi jalannya proses produksi berlangsung nantinya. Pengarah Acara program Umpat Betakun bertugas memantau semua kru untuk menyiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan

persiapan produksi dan bertanggung jawab penuh atas jalannya produksi di studio. Pra produksi meliputi tiga bagian, yaitu:

### 1. Penemuan Ide

Penemuan ide adalah rancangan yang ada di dalam pikiran seseorang secara imajinatif yang melintas cepat seperti penentuan tema, pra produksi program *talk show*. Penentuan tema tidak sepenuhnya menjadi kewenangan pengarah acara dan tim produksi mengingat program ini merupakan program kerja sama dengan Fakultas Syariah UINSI Samarinda dengan narasumber dari tenaga pendidik dan dosen-dosen dari Fakultas Syariah UINSI Samarinda memiliki wewenang untuk menentukan tema atau materi yang kemudian diserahkan kepada pengarah acara dan tim untuk dibahas nantinya. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masrurroh. “Kalau biasanya temanya itu dari mereka sendiri yang menentukan bukan dari kami, tapi dari penanggung jawabnya. Misalnya jadwalnya dijadwalkan siapa yang mengisi, biasanya dari pengisi acara itu yang ngasih temanya sendiri”.<sup>48</sup>

Program Umpat Betakun ini tidak menggunakan naskah, *talk show* telah ditentukan temanya dan dikomunikasikan oleh presenter. Presenter diharuskan untuk menguasai setiap tema yang akan dibahas nantinya. Seperti yang diungkapkan Marghyna Agustianti, presenter program Umpat Betakun : “Biasanya kalau kami minta materinya langsung dari narasumber, terus dipelajari dan dipahami betul-betul kemudian mengkonfirmasi lagi ke narasumbernya”.<sup>49</sup>

### 2. Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), konfirmasi narasumber dan tema yang akan dibahas, mengatur segala ruang studio dan sebagainya. Pengarah acara berperan aktif dan sangat bertanggung jawab dalam hal

tersebut demi kelancaran program yang dijalankan.

Menjalin kerja sama dengan UINSI Samarinda menetapkan jangka waktu kerja dalam jangka setahun dan membuat perencanaan jadwal yang akan mengisi acara. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masrurroh :

“Bisa saja misalkan kita melakukannya dalam jangka waktu setahun. Misalnya kalau dalam jangka setahun tu kita ni kan berkerja sama dengan UINSI, nah kita itu ada kerjasama dalam setahun otomatis kita langsung konfirmasi ke UINSI jadwal para pengisi acara dalam setahun itu siapa, dia udah punya jadwalnya kan misalnya acara di hari selasa tanggal ini bulan ini tu siapa, tapi dalam waktu setahun biasa dibagi perbulan jadi dalam waktu perbulan dia punya rencananya, kalau misalnya di pertahun itu dia keluarkan perbulan nanti dikonfirmasi lagi apakah memang benar pada hari H itu yang ini akan hadir atau engga, kalau dia sesuai di pengisi acara di perencanaan itu pada hari itu berhalangan otomatis dari pihak UINSI yang akan mengganti pengisinya habis itu setelah ditetapkan para pengisi acaranya”.<sup>50</sup>

Setelah mengetahui pengisi acaranya, kemudian mengkonfirmasi kembali seminggu sebelum acara untuk mendapatkan informasi mengenai tema dan narasumber lalu membuat sport program yang akan ditayangkan seminggu sebelum acara. Pada waktu dilaksanakannya tiba, narasumber dikonfirmasi kembali untuk diingatkan untuk mengisi acara Umpat Betakun. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masrurroh.

“Kita hubungi dulu konfirmasi seminggu sebelumnya, apakah akan hadir terus temanya apa, pengisinya siapa nama lengkapnya semua itu harus tau kita informasi data pribadinya dia, karena kita akan membuat sport program itu harus ditayangkan seminggu sebelum acara. Di

hari H kita konfirmasi lagi paginya kita whatsapp lagi orangnya diingatkanlah orangnya ibaratnya mengingatkan bahwa hari ini pada jam ini dengan tema ini bapak atau ibu akan mengisi di acara umpat betakun gitu”.<sup>51</sup>

### 3. Persiapan

Tahap ini kru juga bertugas meneliti dan melengkapi settingan panggung atau studio, peralatan dan mengisi buku produksi. Satu jam sebelum produksi *live* Umpat Betakun berlangsung, para kru yang bertugas terlebih dahulu mempersiapkan alat-alat yang akan dipakai saat *live*, seperti kamera yang sudah disetting lalu disambungkan ke *switcher*, *microphone* sudah bisa digunakan, nama narasumber dan presenter serta tema sudah tercatat di *vmix*, mengingatkan operator MCR untuk *live streaming* di Youtube atau Facebook, *bumper in* dan *bumper out* dari program tersebut, nomor Whatsapp sebagai media interaktif. Narasumber dan pembawa acara juga sudah di *briefing* terlebih dahulu sebelum *live* berlangsung. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh.

“Jadi 1 jam sebelum acara kita persiapan apa-apa yang ada di studio, sebelumnya 30 menit sebelum acara narasumber sudah hadir di dalam studio kemudian diisi buku produksinya siapa yang presenter hari itu, siapa narasumbernya kemudian temanya tentang apa. Kemudian lihat kesiapan dari soundnya dicek micnya satu persatu, setting kameranya 3 kamera disetting di kanan kiri dan tengah semua itu dicek disambungkan ke *switcher* dilihat di monitor apakah semua kamera ini sudah *standby* habis itu kita konfirmasi ke MCR lagi apakah ada gambarnya atau engga, setelah itu kita konfirmasi judul, nama narasumber dan nama presenter itu untuk dicatat di MCR ditulis di *vMix*nya, setelah itu baru kita mengingatkan MCR untuk *live streaming* di youtube atau engga dia ada media sosial lain

kaya facebook dan tugas MCR operator menyiapkan *bumper in*, *bumper out*nya habis itu kalau ada materi berupa PPT disiapkan di dalam *vMix* dan lain sebagainya”.<sup>52</sup>

Tahapan ini sangat penting untuk dilakukan, karena akan berdampak pada proses pelaksanaan produksi nantinya. Tahapan ini juga bertujuan untuk meminimalisir berbagai kesalahan baik kesalahan teknis maupun non teknis yang bisa saja terjadi saat pelaksanaan produksi berlangsung.

#### b. Produksi

Apabila tahap pra produksi selesai dilakukan, maka tahapan yang selanjutnya harus dilakukan oleh tim program Umpat Betakun adalah tahapan pelaksanaan produksi (*live shooting*). Memproduksi sebuah acara harus dipersiapkan secara matang. Bila ada kesalahan sedikit saja baik teknis maupun non teknis dapat menghasilkan produk tayangan yang kurang baik sehingga dapat mengurangi kualitas tayangan dan hasilnya tidak maksimal.

Tahapan ini meliputi kegiatan pengambilan gambar dari seluruh rangkaian baik di studio maupun di luar studio. Pada tahapan ini, program *talk show* Umpat Betakun dilakukan secara langsung (*live*) di dalam studio TV Islamic Center Kalimantan Timur hari Selasa pukul 16.30-17.30 WITA, program ini berdurasi 60 menit setiap kali tayang. Dalam penayangannya terdapat 3 (tiga) segmen untuk tayangan Umpat Betakun yang disiarkan secara *live* ini diawali dengan menampilkan *bumper in*.



Gambar 4.3 Bumper in Umpat Betakun  
(Sumber : Data yang diolah penulis)

Segmen I adalah opening program, yang mana dimaksudkan adalah pada pembukaan program ini menggunakan tampilan gambar profil program tersebut. Setelah itu host membuka acara dan memperkenalkan diri, memperkenalkan narasumber dan nama acara serta tema yang akan di angkat dan mengundang pemirsa untuk bisa melakukan sesi interaktif mengirimkan pertanyaan di whatsapp atau di *channel* youtube.

Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh :

“Jadi dalam tahapan produksi itu ada 3 segmen tentunya yang pertama adalah opening dalam setiap acara pastinya, ada opening yang dibawakan oleh si presenter, presenter membuka acara dengan mengenalkan narasumber, nama acara, mengenalkan temanya apa yang akan dibawakan dan mengundang kepada pemirsa untuk bisa melakukan sesi interaktif baik di whatsapp maupun mengirimkan pertanyaan di channel youtube itu segmen opening”.<sup>53</sup>



Gambar 4.4 Host Acara Umpat Betakun  
(Sumber : Data yang diolah penulis)

Segmen II, ialah pembahasan mengenai tema yang diangkat. Dalam segmen ini masih diisi dengan dialog antara host dan narasumber. Kemudian pembawa acara mengingatkan kembali materi yang sudah disampaikan lalu membuka peluang untuk pemirsadirumah bertanya melalui *chatting* di nomor whatsapp yang sudah disiapkan untuk bertanya tentang permasalahan dari tema yang sedang dibahas tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh.

“Kemudian di sesi pembahasan yang dilaksanakan oleh narasumber, si narasumber tentunya menjelaskan tema yang akan dibawakan pada hari tersebut, kemudian presenter tugasnya mengarahkan acara tersebut supaya terjadi adanya dialog interaktif baik itu interaktif antara presenter dan narasumber maupun juga interaktif antara si narasumber dengan pihak luar atau masyarakat yaitu pemirsa yang tanya jawab”.<sup>54</sup>



Gambar 4.5 Narasumber Program Umpat Betakun  
(Sumber : Data yang diolah penulis)



Gambar 4.6 Tema dan Nomor Whatsapp  
(Sumber : Data yang diolah oleh penulis)

Setelah pertanyaan atau pesan yang masuk ke dalam nomor Whatsapp tersebut

akan dibacakan oleh presenter dan memberikan kembali ke narasumber untuk menjawabnya. Presenter juga bertugas untuk mengarahkan acara agar terjadi dialog interaktif antara narasumber dengan penanya dari masyarakat luar atau pemirsa dirumah.

Segmen III, adalah closing program segmen terakhir. Setelah tanya jawab selesai dilanjut dengan kesimpulan tentang tema yang telah disampaikan oleh narasumber, sebelum presenter menutup acara dan disambung dengan *bumper out*. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh.

“Sesi terakhir si presenter mengajak narasumber untuk memberikan closing statementnya tentang kesimpulannya apa tentang pembahasan pada hari itu, kemudian pesan-pesannya kepada pemirsa dirumah. Setelah sesi narasumber selesai, presenter kemudian menyimpulkan terkait materi yang telah disampaikan dan dilanjutkan dengan pamit undur diri dan ditutup dengansalam”.<sup>55</sup>

Proses produksi terdori dari tiga unit pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu unit perekam gambar, unit perekam suara, dan unit peralatan pencahayaan. Kamera yang digunakan saat produksi program Umpat Betakun terdiri dari tiga kamera yang masing-masing memiliki tugas dan fungsi tersendiri.

Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh. “Sudah disetting kameranya tiga-tiganya, maksudnya tidak ada pergerakan jadi cuma kamera standby. Dari tiga kamera itu satu kamera full shot, dua kamera medium shot untuk host dan narasumber”.<sup>56</sup>

Dari uraian di atas penulis menemukan bahwa *angle* kamera yang digunakan pada saat produksi program Umpat Betakun itu menggunakan dua *angle*

yaitu *full shot* dan *medium shot*. Dimana *full shot* merupakan pengambilan gambar secara keseluruhan tubuh dari kepala sampai kaki, sedangkan *medium shot* merupakan pengambilan gambar dari kepala sampai pinggang.

Tahapan produksi adalah seluruh rangkaian kegiatan pengambilan gambar di studio dan yang terlibat dalam proses produksi Umpat Betakun yaitu kameraman, pengarah acara, produser, presenter, *master control*, dan *switcher*. Saat proses *on air talk show* Umpat Betakun, yang memiliki andil besar dan cukup sibuk adalah kru yang berada di MCR (*Master Control Room*) karena mereka bertanggung jawab memberikan tayangan dengan kualitas gambar dan suara yang jernih tanpa ada noise yang dapat mengganggu tercapainya pesan yang disampaikan oleh narasumber dan presenter. MCR (*Master Control Room*) yang juga di sebut ruang kendali siaran televisi merupakan ruangan yang berikan perangkat teknis utama penyiaran dalam mengontrol segala proses siaran. Seperti yang diungkapkan oleh MCR program Umpat Betakun, bapak Candra Hadi Utomo.

“Pertama ya menyiapkan segala peralatan untuk *live streaming*, tujuannya supaya bisa menampilkan hasil dari bagian *switcher* untuk ditampilkan di TV dan *streaming*, terus yang kedua ialah persiapan seperti nama-nama narasumber, host, tema *talk show*, tema acara, dan lain-lain seperti itu”.<sup>57</sup>

MCR menjadi pusat dari segala kegiatan produksi televisi. MCR sangat penting karena semua materi siaran baik secara langsung (*live*) maupun rekaman di studio, atau kejadian diluar studio harus melalui MCR terlebih dahulu sebelum akhirnya di pancarkan ke satelit. Materi siaran bisa berupa iklan, logo stasiun televisi, program acara, *running text* dan sebagainya. Semua telah disiapkan di MCR untuk ditayangkan.

### c. Pasca Produksi

Tahapan terakhir dalam melaksanakan proses produksi, yaitu tahapan pasca produksi berupa evaluasi atau tahap akhir dari sebuah produksi program acara televisi antara pengarah acara dan tim produksi. Dikarenakan program *talk show* Umpat Betakun yang bersifattayang secara langsung (*Live*) maka tidak banyak yang dilakukan oleh kru produksi saat proses on air selesai, karena hasil dari pengambilan gambar sudah bisa langsung ditonton oleh pemirsa dirumah pada saat itu juga. Kru hanya akan menonaktifkan rekaman baik itu *streaming* di Youtube atau di media sosial lain, menonaktifkan kamera dan semua alat-alat yang digunakan selama proses on air berlangsung.

Tahapan pasca produksi dalam Umpat Betakun hanya menggunakan langkah evaluasi setelah acara mengenai kesalahan apa saja yang terjadi pada saat produksi berlangsung, mungkin kesalahan dari sumber daya manusia atau mungkin kesalahan teknis ditengah-tengah acara karena program dilakukan secara langsung (*Live*) dan tidak ada penyutingan atau pengeditan kembali. Seperti yang diungkapkan Dzunie Masruroh, Pengarah Acara Program Umpat Betakun:

“Jadi pasca produksi seperti biasanya setelah 1 jam acaraberlangsung, setelah presenter menutup acaranya, *off recording* juga dilakukan dari dalam MCR pada *off streaming* di Youtube maupun media sosial lainnya. Setelah itu, dimatikan kamera, *switcher*, *sound system* dan *lighting*. Setelahnya dilakukan evaluasi terkait acara baik dari isi acara, presenter, narasumber, kru yang terlibat hingga teknis lainnya.<sup>58</sup>

Pasca produksi berupa evaluasi internal antara pengarah acara dan tim produksi yang membahas tentang kekurangan-kekurangan apa yang ada saat produksi. Evaluasi adalah untuk menilai

seberapa jauh program yang dihasilkan telah disesuaikan atau diproduksi bisa dianggap baik menurut sasaran. Pengarah acara mengevaluasi semua kesalahan yang terjadi dalam proses berlangsungnya produksi baik dari kinerja tim, dan kesalahan yang dilakukan pembawa acara atau narasumber, kesalahan teknis pada saat produksi berlangsung, sehingga tim produksi program Umpat Betakun dapat meningkatkan penayangan- penayangan lebih menarik untuk kedepannya. Seperti yang diungkapkan oleh Pengarah Acara Program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh.

“Jadi pasca produksi sudah selesai di record di dalam, kita evaluasi apakah bisa kita tayangkan lagi dengan rekaman ulang kalau misalnya sebagai back up di minggu depan ternyata ada halangan kita gak bisa live lagi jadi itu yang akandiputar ulang”.<sup>59</sup>

Dari uraian di atas penulis menemukan bahwa pasca produksi Umpat Betakun hanya berupa evaluasi sebagai antisipasi yang dilakukan oleh para tim produksi agar pada saat jadwal tayang program Umpat Betakun selalu hadir dilayar televisi pemirsa setia Saluran Dakwah Islamic Center dengan menayangkan kembali program yang sudah pernah tayang.

## B.Strategi Perencanaan dan Penyajian Program *talk show* Umpat Betakun

### 1.Strategi Perencanaan Program

Dalam proses produksi sebuah siaran televisi, strategi dalam sebuah program harua ada. TV Islamic Center Kalimantan Timur mempunyai strategi perencanaan dan penyajian program *talk show* Umpat Betakun agar pemirsanya tetap setia menyaksikan program tersebut. Pada saat pengamatan penulis menemukan ada beberapa hal yang harus direncanakan sebelum proses *On-Air* program Umpat Betakun yakni, pertama, menentukan jam tayang *Fringe Time* dimana pada jam tayang tersebut mulai pukul 16.30-17.30

penonton setia Umpat Betakun atau semua masyarakat sudah pulang kerja dan beristirahat di rumah jadi banyak yang nonton tayangan Umpat Betakun. Kedua, mempromosikan program Umpat Betakun akan *live* dengan mengkonfirmasi tema dan narasumber kemudian dibuatkan *sport* acara atau sport program ini ditayangkan seminggu sampai sehari sebelum produksi dan ditampilkan di TV atau menampilkan di media sosial pribadi dari para karyawan seperti di Whatsapp, Instagram dan Facebook. Ketiga mempersiapkan alat-alat yang akan digunakan pada saat melakukan produksi.

Industri penyiaran merupakan industri kreatif, sehingga strategi yang digunakan pun harus strategi yang kreatif. Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi sebagaimana berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi.<sup>60</sup>

#### a. Perencanaan program

Perencanaan program perlu untuk dilakukan agar program yang dibuat nantinya sesuai dengan apa yang ditentukan sebelumnya. Sebagaimana dikemukakan Prigler Star, perencanaan program mencakup perkerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program.<sup>61</sup> Seperti yang diungkapkan oleh Produser Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa :

“Umpat Betakun Fasya ini merupakan talk show keagamaan yang berkerjasama dengan Fakultas Syariah di UINSI Samarinda, ini merupakan bentuk kerja sama yang dituangkan dalam MOU, MOU biasanya diperbarui 5 tahun sekali kalau tidak salah, antara Fasya dengan Universitasnya ini merupakan kerja sama dalam bentuk simbiosis mutualisme maksudnya gini kalau dari kami pengisi acara akan ada terus atau kontinu jadi acara umpat betakun ini sendiri supaya dia

kontinu tidak terputus jadi butuh pengisi acara yang selalu ada setiap minggunya. Sementara kalau dari mereka keuntungannya yang mereka dapat tentunya sebagai sarana promosi jurusan mereka dari fakultas mereka bahwa ini loh di UINSI ada fakultas ini yang mana dosen-dosennya akan tampil setiap minggunya, bahwa nanti kamu akan diajari sama dosen ini dan kamu sudah melihat kualitas mereka dari apa yang mereka sajikan, materi apa yang mereka sajikan dan bagaimana mereka menjawab pertanyaannya kurang lebih pada saat kamu di kelas nanti proses belajar perkuliahanmu ya seperti ini dengan dosen-dosen yang hadir setiap minggunya, tentu juga ini bertujuan untuk memberikan ilmu-ilmu agama, pengetahuan agama yang lebih lagi bagi penonton kita pemirsa Saluran Dakwah Islamic Center Prov Kaltim, semua tidak menyempitkan tapi kita meluaskan jangkauan dengan adanya penonton yang kita live streaming di youtube kita itu sendiri”.<sup>62</sup>

Jadi perencanaan program Umpat Betakun tidak hanya merencanakan mengenai program apa yang akan diproduksi dan penentuan tema program saja namun juga bagaimana target audien serta prospek bisnis dari program tersebut. Disinilah fungsi dari komunikasi massa sebagai media komunikasi.

Dalam penelitian ini, peneliti meliti bagaimana strategiperencanaan dan penyajian program *talk show* Umpat Betakun TV Islamic Center Kalimantan Timur menggunakan teori Lasswell yang mengatakan bahwa proses komunikasi meliputi “*who says what to whom in what channel with what effect*” atau siapa berkata apa kepada siapa dengan menggunakan saluran apa serta menimbulkan pengaruh apa”.<sup>63</sup> Artinya seorang narasumber menyampaikan pesan komunikasi yang berupadawah melalui program *talk show* Umpat Betakun dengan menggunakan Channel Saluran Dakwah Islamic Center kepada pemirsa yang menonton program tersebut dan menimbulkan pengaruh, selain

mendapatkan pengetahuan-pengetahuan agama dan juga sebagai sumber informasi mengenai Fakultas Syariah yang berada di UINSI Samarinda.

Strategi dapat diartikan sebagai proses untuk menentukan arah yang harus dituju perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk.<sup>64</sup> Hal-hal unik dan kreatif yang dihadirkan dalam setiap program acara dapat menjadi suatu pembeda dengan program acara yang lain. Sama halnya dengan program *talk show* Umpat Betakun yang menjadi pembeda program Umpat Betakun dengan program lain adalah tema dan narasumbernya itu khusus dari Fakultas Syariah. Seperti yang diungkapkan oleh produser program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa: “Yang membedakan tema dan narasumbernya aja, kalau umpat betakun fasya narasumber dari tenaga-tenaga pendidik dan dosen-dosen dari Fakultas Syariah UINSI Samarinda. Kalau *talk show* yang lain itu sumbernya bisa dari mana saja, tapi kalau fasya ini memang khusus dari dosen dan tenaga pendidik di fasya saja”<sup>65</sup>

Ada beberapa hal yang dibahas dalam perencanaan program, yang dikenal dengan bauran program (*programming mix*) yang terdiri atas Produk program (*product*), Harga program (*price*), Distribusi program (*place*), dan Promosi program (*promotion*).<sup>66</sup> Beberapa aspek bauran program (*programming mix*) yang dibahas dalam perencanaan program Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur diantaranya sebagai berikut.

a) Produk program (*product*), program yang akan di produksi, mulai dari konsep program, nama program serta pengemasan program yang mencakup host dan narasumber program beserta konsep penampilannya, latar belakang atau lokasi *live* program. Seperti yang diungkapkan oleh produser Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa :

“Jadi produk program atau program yang diproduksi ini namanya adalah umpat betakun, jadi waktu itu ini saya ceritakan dari sejarahnya dulu bahwa pendahulu kita di TV ini, dulu mengonsepan bahwa akan membentuk atau membuat suatu program *talk show* yang di mana itu program *talk show*nya adalah menghadirkan antara host dan juga narasumber di mana di situ konsepnya adalah suatu perbincangan-perbincangan santai yang di situ juga menggali dari pesan-pesan dakwah membawa suatu tema untuk digali pesan-pesan dakwahnya terus itu konsepnya di sini adalah bagaimana kita menyampaikan dakwah tapi tidak monoton atau monolog, kalau biasanya monolog itu kita cuma ada ustadznya saja yang ceramah seperti biasa kaya misalnya di khotbah Jumat ataupun yang lain sebagainya tapi di sini kita mau menyampaikan pesan dakwahnya itu. Dengan cara bagaimana kita berdialog antara si host dengan si ustadz atau ustadzah ini sendiri, jadi program *talk show* konsepnya kenapa dinamakan umpat betakun karena kita melihat lagi bahwa di lokal Samarinda ini kebanyakan dari suku Banjar. Jadi kita mengambilnya awalnya kita nama acaranya itu ayo bertanya tapi kan kalau itu terlalu general judul acaranya jadi kita lebih spesifik kita pakai bahasa daerah yakni umpat betakun itu tadi supaya kita lebih mencerminkan juga bahasa daerah kita ini sendiri yang dominan di Samarinda, terus tadi sudah untuk konsep programnya kita menyajikan pesan dakwah dengan cara komunikasi dua arah *talk show* terus disajikan santai supaya mengena di hati masyarakat dan audiens kemudian untuk setting dan pengemasan untuk visualnya ini sendiri yang kita tampilkan itu kita setting dekorasinya ini mengambil tema lokasi hanya di studio saja awalnya kita juga ada umpat betakun ini diproduksi di studio maupun di luar studio tapi kemudian karena kendala

sekarang sudah minim dari tenaga kita itu tidak ada lagi yang bisa membantu untuk setting di *outdoor* jadi sekarang kita memutuskan untuk umpat betakun hanya diproduksi di studio saja indoor gitu karena sdm-nya kurang dan intinya adalah tidak adanya SDM yang mumpuni untuk mendukung kami bersiaran di luar ruangan jadi kami memutuskan kami hanya di dalam saja untuk tata dekorasinya nggak ada yang spesifik sebenarnya kita mau ngambil konsep seperti apa hanya kami menggunakan setting studio yang sudah ada saja yang apa adanya yang ada di TV kami yang seperti itu jadi tidak ada konsep yang khusus untuk program umpat betakun ini jadi hanya mengambil yang ada saja”<sup>67</sup>

b) Harga program (*price*), program yang diproduksi di Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur ini tidak memiliki harga program, karena program tersebut diproduksi sendiri dan tidak ada pemasangan iklan pada program tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh produser Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa :

“Untuk harga program jadi untuk program umpat betakun ini sendiri karena kami produksi mandiri ya produksi mandiri itu maksudnya kami tidak ada didukung oleh disponsori oleh itu tidak ada jadi karena kami ini sifatnya atau statusnya adalah bukan TV tapi saluran dakwah Islamic center yang di mana kami ini hanya berupa channel dan channel kami ini masih didukung oleh melewati dari channel milik tepian kabel berdasarkan perjanjian dengan tepian kabel kami tidak boleh memiliki sponsor atau iklan jadi di sini kami tidak ada mencantumkan mengenai biaya program ataupun membuka kesempatan untuk pihak kedua atau pihak ketiga untuk misal beriklan di program kami ini sendiri”<sup>68</sup>

c) Distribusi program (*place*), dalam pendistribusi program juga direncanakan apakah program tersebut hanya akan ditayangkan di TV Islamic Center atau menambah saluran media lain seperti youtube atau facebook. Seperti yang diungkapkan oleh produser Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa :

“Untuk distribusi penayangan program umpat betakun sendiri selain kami siarkan langsung di TV kami di channel saluran dakwah Islamic center kami juga menyiarkan langsung di live streaming youtube channel kami saluran dakwah Islamic center Kalimantan Timur dan juga biasanya beberapa program yang ingin menayangkan programnya di channel tambahan milik pribadi mereka itu biasanya lewat Facebook ataupun media sosial yang mereka punya”<sup>69</sup>

d) Promosi program (*promotion*), bagaimana strategi promosi program yang akan dilakukan agar masyarakat tertarik untuk menonton program tersebut, promosi yang direncanakan baik itu promosi *on air* maupun *off air* serta memanfaatkan media sosial sebagai salah satu cara untuk mempromosikan programnya. Seperti yang diungkapkan oleh produser program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa :

“Promosi program yang dilakukan itu melalui sport acara yang ditayangkan beberapa hari sebelum acara itu berlangsung, biasanya sport program acara itu juga kami tayangkan di media sosial seperti whatsapp masing-masing pegawai atau staff-staffnya, kemudian juga dari facebook ataupun juga dari media sosial yang lain yang dimiliki oleh kami masing-masing”.<sup>70</sup>

Hasil penelitian diperoleh bahwa perencanaan program ini ada empat kategori diantaranya Produk Program (*product*) dimana program ini bernama Umpat Betakun dengan konsep program yang menyajikan pesan dakwah dengan cara komunikasi dua arah yang bersifat *talk*

*show* dengan menghadirkan host dan narasumber kemudian diproduksi di studio TV Islamic Center Kalimantan Timur, Harga Program (*price*) untuk program umpat betakun sendiri ini diproduksi mandiri dan tidak ada sponsor ataupun pemasangan iklan, Distribusi Program (*place*) penayangan program umpat betakun selain disiarkan di Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur juga ditayangkan di media sosial baik itu di youtube maupun facebook dan Promosi Program (*promotion*) program Umpat Betakun melakukan promosi melalui on air, promosi off air serta memanfaatkan media sosial sebagai salah satu untuk mempromosikan programnya.

#### b. Produksi dan pembelian program

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktusiarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. Media penyiaran dikenal oleh khalayak dari berbagai program yang ditayangkannya. Program tersebut bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri. Jika dibuat pihak lain berarti stasiun penyiaran pembeli program itu. Dengan demikian, dilihat dari siapa yang memproduksi program, maka terdapat dua tipe program yaitu program yang di produksi sendiri dan program yang diproduksi pihak lain.<sup>71</sup>

Program-program TV Islamic Center Kalimantan Timur mayoritas diproduksi sendiri, karena sumber dana produksinya itu bukan dari pemerintah ataupun dari pihak lain. TV Islamic Center Kalimantan Timur itu berdiri sendiri dengan memproduksi program acara yang seratus persen tidak mengeluarkan biaya. Seperti yang diungkapkan oleh produser program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa : “Jadi untuk program-program kami ini termasuk dengan program

Umpat Betakun ini sendiri, karena kami ini sumber dana produksinya itu bukan dari pemerintah ataupun dari pihak lainnya, nah makanya kita itu berdiri sendiri dengan memproduksi acara-acara kita ini yang seratus persen semuanya itu adalah tidak mengeluarkan biaya sama sekali”.<sup>72</sup>

Program Umpat Betakun merupakan program acara yang terlaksana atas dasar bentuk kerjasama dengan UINSI Samarinda. Dari hasil kerja sama inilah dapat menguntungkan keduanya. Pada dasarnya, stasiun televisi menginginkan program di produksi sendiri dengan alasan yaitu lebih menghemat pengeluaran. Seperti yang diungkapkan oleh produser program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa : “Karena acara-acara kami ini sendiri merupakan acara yang terlaksana atas dasar bentuk kerjasama, kalau umpat betakun kita kerjasama dengan UINSI Samarinda jadi bentuk kerjasamanya tentunya menguntungkan keduanya. Kalau untuk UINSI keuntungannya mereka merupakan perguruan tinggi meskipun disini kita tidak membicarakan nominal, tapi keuntungannya mereka tetap dapat setiap dosen mengisi di acara umpat betakun ini pasti hitungannya adalah pengabdian masyarakat. Jadi dari UINSI akan mengeluarkan surat bahwa si ini yang akan jadi narasumber pada hari ini, beliau telah mengisi acara umpat betakun di TV Islamic Center dengan tema ini dan ini dalam bentuk pengabdian masyarakat, jadi pengabdian masyarakat itu tentunya menjadi point bagi para dosen untuk melaksanakan tugas administratif mereka tidak taulah untuk apa itu ya, kalau akademisnya seperti apa yang jelas mereka itu benefit bagi mereka adalah dengan mengisi acara kita, mereka akan mendapatkan tercatat sudah melakukan pengabdian masyarakat dan masuk dalam point mereka sebagai dosen. Terus kalau dari kami keuntungan yang kami dapat tentunya kami mempunyai konten acara, karena adanya narasumber-narasumber yang memang kompeten dan ahli atau

profesional dibidangnya dengan tema yang dibawakan itu sesuai, tapi kemudian kami tidak perlu mengeluarkan biaya jadi kita punya konten yang dimana semua itu merupakan hasil dari kerjasama, ya tentunya untuk menghemat biaya tapi ya tetap terjadi adanya simbiosis mutualisme antara kedua belah pihak”<sup>73</sup>

### c. Eksekusi atau penayangan program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Manajer program melakukan koordinasi dengan bagian *traffic* dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program yang bersangkutan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Seperti yang diungkapkan oleh produser program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh bahwa :

“Strategi kita dalam menempatkan jadwal program siaran dengan cara dirundingkan terlebih dahulu, karena pada sore hari itu namanya *fringe time* pada jam setengah lima itu kita menilai bahwa masyarakat sudah pada pulang kerja, sudah pada istirahat dirumah, dan juga kita off siaran langsung itu setengah enam untuk kerja kita yang ada presenter dan lain- lain itu cuma sampai setengah enam, makanya dipilih dijam setengah lima karena setengah lima berakhir di setengah enam. Segmen Umpat Betakun ini dari umur anak-anak sampai ke dewasa yang paling sering nonton selain dari mahasiswanya sendiri itu kebanyakan para orang tua paling umur ibu rumah tangga umur empat puluh keatas paling banyak untuk segmentasi umur segitu”<sup>74</sup>

Strategi penempatan jadwal penayangan program yang dilakukan TV Islamic Center Kalimantan Timur dengan

cara melihat segmentasi pemirsanya, yaitu dengan cara menempatkan programnya di jam *fringe time* guna menarik pemirsanya. Selain itu juga menempatkan program di jam *fringe time*. Strategi penayangan program dilakukan dengan menyusun dan dirancang untuk mengantisipasi narasumber yang berhalangan hadir mengisi acara maka akan disiarkan ulang bahan yang pernah disiarkan *live*. Seperti yang diungkapkan oleh Marghyna Agustianti, presenter program Umpat Betakun bahwa :

“Menyusunnya memang sudah dirancang dari program tahunan, bulanan dan mingguan. Jadi umpat betakun, program yang dilaksanakan berdasarkan MOU TV Islamic Center dengan instansi perguruan tinggi dengan narasumber berbeda setiap harinya. Jika berhalangan hadir maka akan disiarkan ulang bahan yang pernah disiarkan *live* dan juga umpat betakun ditayangkan di jam sore pada saat orang-orang sudah selesai beraktifitas”<sup>75</sup>

### d. Pengawasan dan evaluasi program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Dalam tahap ini program Umpat Betakun agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan harus melakukan evaluasi terhadap semua faktor yang berhubungan dengan program Umpat Betakun. Jadi evaluasi program memang sangat penting untuk dilakukan, selain menjaga kualitas program-program yang ada, juga untuk menjaga kepercayaan klien yang melakukan kerjasama. Seperti yang diungkapkan oleh produser program Umpat Betakun, ibu Dzunie Masruroh :

“Jadi proses evaluasi itu penting dan proses evaluasi itu dilakukan paling engga si seminggu sekali atau sebulan sekali, tujuannya itu untuk sama-sama bisa memperbaiki diri untuk lebih baik lagi

supaya kualitas program-programnya itu lebih meningkat gitu dan juga menjaga kepercayaan dari orang yang sudah melakukan kerja sama dengan kita yaitu pihak dari UINSI itu sendiri dan tentunya semua faktor berhubungan dengan program-program ini baik dari pihak kami maupun juga dari pihak UINSI sendiri”<sup>76</sup>

Berdasarkan uraian di atas, penulis menemukan bahwa pengawasan dan evaluasi program dilakukan seminggu atau sebulan sekali dengan tujuan untuk memperbaiki diri agar lebih baik lagi supaya kualitas program lebih meningkat dan juga menjaga kepercayaan dari pihak yang melakukan kerja sama. Namun apa perbedaan pendapat mengenai pengawasan dan evaluasi program yang dilakukan, seperti yang diungkapkan oleh Marghyna Agustianti, presenter program Umpat Betakun bahwa :

“Evaluasi dilakukan perbulan dan pertahun dengan mengkomunikasikan ke masing-masing penanggung jawab acara di setiap instansi/lembaga/organisasi. Karena MOU masanya 5 tahun, maka akan disesuaikan jika ada yang kekurangan atau bagian program mana yang masih dipertahankan atau dihilangkan”.<sup>77</sup>

Jadi, pengawasan dan evaluasi program yang dilakukan TV Islamic Center menurut pendapat dari presenter program umpat betakun bahwa evaluasi dilakukan itu perbulan dan pertahun, karena *Memorandum of Undersatanding* (MOU) atau perjanjian kerjasama masanya 5 tahun maka akan disesuaikan jika ada yang kekurangan atau bagian program mana yang masih dipertahankan atau dihilangkan.

## 2. Strategi Penyajian Program

Strategi penyajian program Umpat Betakun TV Islamic Center Kalimantan Timur di buat senyaman mungkin antara narasumber dan presenter, bukan sajian acara yang terlalu serius. Menyajikan suatu ilmu meskipun berat atau serius jika

disajikan secara santai akan lebih mengenal lebih baik lagi supaya kualitas program-programnya itu lebih meningkat gitu dan juga menjaga kepercayaan dari orang yang sudah melakukan kerja sama dengan kita yaitu pihak dari UINSI itu sendiri dan tentunya semua faktor berhubungan dengan program-program ini baik dari pihak kami maupun juga dari pihak UINSI sendiri”<sup>76</sup>

Dari uraian atas penulis menemukan bahwa pengawasan dan evaluasi program itu dilakukan seminggu atau sebulan sekali dengantujuan untuk memperbaiki diri agar lebih baik lagi supaya kualitas program lebih meningkat dan juga menjaga kepercayaan dari pihak yang melakukan kerja sama. Namun apa perbedaan pendapat mengenai pengawasan dan evaluasi program yang dilakukan, seperti yang diungkapkan oleh Marghyna Agustianti, presenter program Umpat Betakun bahwa : “Evaluasi dilakukan perbulan dan pertahun dengan mengkomunikasikan ke masing-masing penanggung jawab acara di setiap instansi/lembaga/organisasi. Karena MOU masanya 5 tahun, maka akan disesuaikan jika ada yang kekurangan atau bagian program mana yang masih dipertahankan atau dihilangkan”.<sup>77</sup>

Pengawasan dan evaluasi program yang dilakukan TV Islamic Center menurut pendapat dari presenter program umpat betakun bahwa evaluasi dilakukan itu perbulan dan pertahun, karena *Memorandum of Undersatanding* (MOU) atau perjanjian kerjasama masanya 5 tahun maka akan disesuaikan jika ada yang kekurangan atau bagian program mana yang masih dipertahankan atau dihilangkan.

## 3. Strategi Penyajian Program

Strategi penyajian program Umpat Betakun TV Islamic Center Kalimantan Timur di buat senyaman mungkin antara narasumber dan presenter, bukan sajian acara yang terlalu serius. Menyajikan suatu

ilmu meskipun berat atau serius jika disajikan secara santai akan lebih mengenai acara harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai program yang dibawakan. Presenter harus menguasai tema apa yang akan dibawakan sehingga pada saat program berlangsung presenter dapat menghidupkan suasana dalam acara tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Marghyna Agustianti, presenter program Umpat Betakun :

“Jadi untuk persiapannya harus menguasai materi apa yang disampaikan oleh narasumber. Pastinya mempelajari dulu apa yang mau disiapkan, mengenali dulu basic dari narasumber itu mau menyampaikan tentang apa kita harus kuasai juga, kemudiansudah itu aja harus ada briefing dulu supaya alur ceritanya itu nanti sampai selesai teratur alur yang ingin disampaikan”.<sup>80</sup>

Dari uraian di atas penulis menemukan beberapa hal yang di persiapkan oleh seorang presenter dalam menyajikan sebuah program *talk show* Umpat Betakun bahwa presenter memiliki tanggung jawab besar karena presenter mengendalikan jalannya sebuah acara. Menjadi seorang presenter harus cermat dan teliti dalam membawakan acara terutama bagaimana cara menghadapi narasumber, harus mengenali terlebih dahulu basic dari narasumber itu. Bagaimana cara menguasai tema pastinya mempelajari dulu apa yang ingin disampaikan karena program Umpat Betakun adalah program *talk show* yang ditayangkan secara *live* tentunya harus ada *briefing* antara presenter dan narasumber agar sebuah acara dapat berjalan dengan lancar hingga acara selesai.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada program *talk show* Umpat Betakun Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur,

maka dapat disimpulkan sebagai berikut .

1. Tahapan proses produksi program *talk show* Umpat Betakun Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur terdiri dari tiga tahapan yakni Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Yang sebelumnya diikuti perencanaan yang matang.
2. Strategi perencanaan program *talk show* Umpat Betakun Saluran Dakwah Islamic Center Kalimantan Timur, meliputi strategi program (melakukan perencanaan program, memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan programnya, produksi dan pembelian program, menetapkan jadwal program yang sesuai dengan kebiasaan penonton, serta melakukan pengawasan dan evaluasi program). Adapun bentuk penyajian program yang dilakukan dengan senyaman mungkin dan memberikan kesempatan bagi pemirsa dirumah untuk berpartisipasi dalam dialog interaktif dengan mengirimkan pesan melalui *chatting* Whatsapp.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., dan Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Aziz, M. A. (2017). Media Massa Islam Dalam Tantangan Global (Analisis Dakwah dan Cyber Media di Indonesia). *Islamic Communication Journal*, 2(2), 200-218
- Bahri, A. N. (2019). *Bahan Ajar Dasar-Dasar Broadcasting*. Universitas Islam Negeri Medan Sumatera Utara.
- Cangara, H. H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers, Depok.

- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. (1997). *Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan Dan Pengembangan Budaya Daerah Riau*. Depdikbud, Riau.
- Hidyanto, D., dan Facruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Kencana Perdana Media Grup. Jakarta.
- Dina, F. (2013). Proses Produksi Program talk show “Redaksi 8” Pada Televisi Lokal Tepian TV Samarinda. *E-journal Ilmu Komunikasi*, 1 (4): 340-352
- Helmianti. (2018). *Strategi Produksi Program Talk Show Inews Tv Makassar dalam Menyajikan Informasi Politik*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Idris, A. (2016). *Analisis Proses Produksi Program Inspirasi Islam di News Tv Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Kasman, S. (2018). *Jurnalisme Universal*. Teraju : Khazanah Pustaka Keilmuan
- Mamdud, R. (2019). Dakwah Islam di Media Massa. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1):47
- Miranda, D A. (2019). *Proses Produksi Program talk show Ajang Wadul Pada TVRI Jawa Timur*. Universitas Bhayangkara. Surabaya
- Morissan. (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Kencana. Jakarta.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi mengelola radio dan televisi*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Cet, Ke-3. Kencana. Jakarta.
- Mufid, M. (2010). *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Kencana Perdana Media. Jakarta.
- Nurudin, (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Pardede, M. P. (2007). *Manajemen Operasional dan Produksi : Teori, Model dan Kebijakan*. Andi. Yogyakarta.
- Santoso, A dan Santoso, B. (2016). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Program talk show Mata Najwa Di Metro Tv (Study Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa Lpm Pabelan Ums Terhadap Mata Najwa Periode 18 November 2015 - 15 Maret 2016)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Santoso, A. (2016). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Program talk show Mata Najwa Di Metro TV*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Setiawati, D. (2018). *Produksi Program talk show Ngobrol Bareng Ustadz (Ngobraz) Di Tvri Lampung*. UIN Raden Intan Lampung.

- Sidiq, U dan Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. CV. Nata Karya. Ponorogo.
- Trisliatanto, D A. (2020). *Metodologi Penelitian; Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah*. Andi. Yogyakarta.
- Utama, H. S. (2018). *Sistem Broadcasting Televisi (Teori dan Perangkat Pendukung TV Broadcasting)*
- Wahyuni, N A.( 2018). *Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksesistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Palembang
- Wibowo, F. (2009). *Teknik Produksi Program Televisi*. Cet.3. Pinus Book Publisher. Yogyakarta/
- Wulandari, S. (2016). *Strategi Produksi Program "Talk Show" Obrolan Karebosi di Celebes TV Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar.