

**STRATEGI PROGRAM DAKWAH TVRI SULAWESI SELATAN
DI ERA DISRUPSI**



SKRIPSI

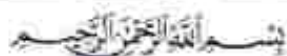
Diajukan Untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh

MAEMUNAH

105271101320

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1444 H/ 2023 M**



PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi Saudara (I), **Maemunah**, NIM. 10527101320 yang berjudul **"Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi"** telah diujikan pada hari Kamis, 24 Shafar 1446 H/ 29 Agustus 2024 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

24 Shafar 1446 H.

Makassar,

29 Agustus 2024 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Dr. Aliman, Lc., M. Fil.I.

Sekretaris : Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.

Anggota : Muh. Ramli, S. Sos.I., M. Sos.I.

Muslahuddin As'ad, Lc., M. Pd.

Pembimbing I : Dr. Abbas, Lc., M.A.

Pembimbing II : Dr. Aliman, Lc., M. Fil.I.

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar,



NBM. 774 234





BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Kamis, 24 Shafar 1446 H/ 29 Agustus 2024 M. Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Macmunah**

NIM : **105271101320**

Judul Skripsi : **Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi.**

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Aliman, Lc., M. Fil.L.
2. Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.
3. Muh. Ramli, S. Sos.I., M. Sos.I.
4. Muslahuddin As'ad, Lc., M. Pd.

Disahkan Oleh :

Unismuh Makassar,



Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Maemunah

Nim : 105271101320

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Agama Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan siapapun)
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiasi) dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 24 Safar 1446 H
29 Agustus 2024 M

Yang Membuat Pernyataan



Maemunah
105271101320

ABSTRAK

Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi skripsi Maemunah (105271101320) Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar periode 2020-2024 TVRI Sulawesi Selatan, di bimbing oleh Abbas dan Aliman.

Perkembangan era digital mendisrupsi media televisi dengan munculnya media sosial yang tumbuh dimasyarakat. Hal ini mengubah pola konsumsi masyarakat yang marak terjadi dengan adanya dual screen yaitu melihat dua monitor bersamaan (televisi dan gawai) sehingga sebagai televisi publik lokal, TVRI Sulawesi Selatan berupaya mengembangkan program-program televisi khususnya program dakwah agar dapat diminati oleh masyarakat dan bersaing dengan media sosial di era disrupsi ini. Penelitian yang menjabarkan tentang strategi TVRI Sulawesi Selatan untuk menghadapi digitalisasi di era disrupsi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang mengarah pada analisis data yang lebih deskriptif dan objektif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di TVRI Sulawesi Selatan yang dilakukan proses penelitian selama kurang lebih 5 bulan, dari bulan oktober hingga april.

Adapun hasil penelitian ini adalah dari strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan dalam menghadapi era disrupsi adalah untuk mengetahui dan mengoptimalkan strategi program dakwah dalam menghadapi era persaingan digital. Beberapa strategi TVRI Sulawesi Selatan dalam menghadapi era disrupsi seperti, analisis, survei, rating, kolaborasi, pemasaran, iklan dan sebagainya. Dalam melaksanakan strategi ini tentu TVRI Sulawesi Selatan memiliki faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung dari strategi program dakwah ini adalah masih tetap didukung oleh pemerintah sebagai lembaga penyiaran publik, dana dari APBN dan dukungan dan antusias dari masyarakat. Faktor penghambatnya adalah kurangnya anggaran dana dalam menjalankan program dakwah dan kurangnya SDM yang menguasai IT.

Keyword: disrupsi, strategi dakwah, program dakwah, TVRI Sulawesi Selatan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah Subhanahu wata'ala Yang Maha memudahkan dan yang telah memberikan hidayat dan inayah-Nya, sehingga penulis/peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul " Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi "

Shalawat dan taslim semoga senantiasa tercurah dan terlimpah deras kepada Nabi Muhammad Shallahu 'alaihi wasallam, beserta keluarga, sahabat, tabi'u tabi'in dan ummat muaslimin yang senantiasa mengikuti sunnah beliau. Semoga kita semua tergolong orang-orang yang mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini mendapat banyak rintangan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga rintangan dan hambatan tersebut dapat dilalui.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Teristimewa Kepada Orang tua saya, Almh. Ibu Rostina dan Bapak Ma'ja atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Terkhusus Almh. Ibu saya tercinta yang beberapa bulan lalu dipanggil yang Maha Kuasa, semoga Allah menghadiaai surga firdaus.
2. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada saudara-saudara, Kak Wawan, Kak Farizal Syarif, Kak Walidah, Kak Hidawati, serta adik-adik saya Ibrahim dan Amelia yang telah menguatkan serta membantu baik secara moral maupun membantu secara material.
3. Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta wakil rektor.
4. Dr. Amirah Mawardi, S. Ag, M Si. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Dr. Aliman Lc., M.Fil, I. Selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Agil Husam Abdullah, S.Sos., M.Pd.I. selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Dr. Abbas Baco Miro Lc., M.A Fil.I. selaku pembimbing pertama yang telah meluangkan waktunya di tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
8. Dr. Aliman Lc., M. Fil, I. Selaku pembimbing kedua yang telah menyisihkan

waktunya di tengah jadwal kesibukannya untuk memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

9. Bapak, Ibu, Dosen, dan seluruh Staf Universitas Muhammadiyah Makassar
10. Bapak, Ibu, Dosen Prodi KPI FAI Unismuh Makassar
11. Kepada rekan-rekan perjuangan Khusnul Ma'arif, Fahmi ayuzar, Jamil, Muh.Firdaus, Taufik Hidayah yang tetap kebersamai dan memberi dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terkhusus sahabat Rasdini Nurrachmah Ranggong yang telah menjadi sosok saudara, yang setia menemani perjuangan penulis dari SMA sampai sekarang.
13. Kepada teman-teman saya damayanti, murfa, reski aulia yang selalu memberikan semangat dan support kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada orang terspesial Muh Yusril Rahmat, yang selalu memberikan support dan perhatiannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.

Makassar, 7 Mei 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	10
A. Kajian Teori	10
1. Pengertian strategi	10
2. Program Televisi dakwah	15
3. Pengertian Distrupsi	31
B. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Desain Penelitian	37
B. Lokasi Dan Objek Penelitian	38
C. Fokus Penelitian	38
D. Deskripsi Penelitian	38
E. Sumber Data	39
F. Instrumen Penelitian	39
G. Teknik Pengumpulan Data	40
H. Teknik Analisis Data	41
DAFTAR PUSTAKA	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang wajib dilakukan secara berkelanjutan, yang bertujuan untuk mengubah perilaku seseorang berdasarkan pemahaman dan sikap yang benar yaitu mengajak manusia menghamba kepada Allah subhanahu wa taala¹

Dakwah adalah kegiatan mengajak baik dalam bentuk tulisan, lisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilaksanakan secara sadar dan terencana dalam upaya mempengaruhi seseorang baik secara personal maupun berkelompok supaya di dalam dirinya timbul suatu pemahaman, kesadaran, sikap pendalaman dan pengalaman terhadap ajaran agama islam sebagai pesan yang tersampaikan kepadanya dan tidak ada unsur paksaan²

Sebagai firman Allah subhanahu wa taala dalam QS. Al Baqarah : 263

قَوْلٌ مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَدْنَىٰ ۚ وَاللَّهُ غَفِيرٌ خَلِيمٌ ﴿٢٦٣﴾

Terjemahnya:

"Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti Allah Mahakaya, Maha Penyantun." (QS. Al Baqarah ayat 263).³

¹ Andries kango. 2015. "Dakwah Ditengah Komunitas Modern." Jurnal Dakwah tabligh, Vol. 16, no. 1:42-53.

² M. Arifin. 1997. Psikologi dakwah Suatu pengantar studi. Jakarta: Bumi Aksara. h.6.

³ Kementerian Agama RI. Al-Qur'an Terjemahan. Al-Qahira. h. 63.

Munculnya era disrupsi membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, begitupula dengan kegiatan dakwah. Inovasi metode dan media dakwah penting dilakukan sebagai upaya memperkuat eksistensi dakwah ditengah perkembangan revolusi industri 4.0. Perkembangan ini ditandai dengan perpaduan teknologi yang menghilangkan batas dan jarak antar manusia. Revolusi ini telah mengubah hidup dan kerja manusia, dengan menghadirkan superkomputer, robot pintar, kendaraan tanpa pengemudi, editing genetik, yang menginginkan manusia untuk lebih mengoptimalkan fungsi otak. Kegiatan dakwah pun harus segera mengikuti arus ini agar dapat menyesuaikan era disrupsi.

Era disrupsi merupakan era pembaharuan dalam berbagai aspek kehidupan. Mengembangkan dakwah tidak lepas dengan keterkaitan antara proses komunikasi dalam dakwah serta media dakwah yang digunakan. Era tersebut menjadikan dakwah mengalami pembaharuan dengan meningkatkan inovasi melalui penggunaan media dakwah seperti televisi, radio, dan majalah. Televisi pun mengalami pembaharuan dengan meningkatkan inovasi melalui media daring atau multiplatform seperti Youtube, Instagram, Twitter dan Facebook. Penggunaan multiplatform di era disrupsi dipilih untuk menyesuaikan mad'u sehingga dakwah dapat berlangsung secara efektif. Dalam mengembangkan multiplatform membutuhkan strategi dakwah agar dakwah yang dilakukan tetap sesuai dengan tujuan dakwah sesuai dengan Al-qur'an dan Hadist.⁴

⁴Kasali, R. 2017. *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Digitalisasi merupakan terminologi untuk menjelaskan proses alih format media dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Digitalisasi penyiaran adalah suatu keniscayaan memajukan industri penyiaran yang masih berbasis sistem siaran analog hingga saat ini. Hal tersebut dikarenakan televisi analog dinilai sudah tidak mengikuti perkembangan zaman. Kemampuan televisi digital diharapkan akan menjamin industri pertelevisian dengan pasar yang beragam.

Perkembangan digitalisasi menyebabkan adanya platform digital yang lebih murah, sehingga manusia lebih mudah mengakses media menggunakan sarana digital. Karena itu, media turut terkena disrupsi dengan adanya pasar media baru. Hal tersebut, membuat banyak televisi nasional lokal, maupun komunitas yang memanfaatkan platform melalui media sosial, seperti Youtube dan Instagram untuk mendekat kepada audien.²

Era disrupsi menciptakan sebuah dunia baru berupa pasar digital dengan meningkatnya arus percepatan di bidang informasi, komunikasi, penjualan, bisnis, dakwah dan segala bidang. Disrupsi merupakan sebuah inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru. Disrupsi menggantikan teknologi lama yang serba fisik dengan teknologi digital yang menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru dan lebih efisien, juga bermanfaat.

Disrupsi pertama menyangkut pilihan media dan platform yang tersedia bagi publik untuk mendapatkan informasi. Pilihan media untuk mendapatkan informasi dan berita kini tak terbatas hanya pada pilihan media konvensional, tetapi meluas dengan cangkupan media digital dalam format yang bervariasi.

²Kasali, R 2017. *Disruption*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka utama

Disrupsi kedua yang membawa teknologi digital yaitu merevolusi model bisnis pemberitaan. Teknologi digital telah menghapuskan penghalang dalam bisnis media pemberitaan. Kini setiap orang bisa mendirikan dan membangun sebuah media pemberitaan online dengan modal sekedarnya saja yang rerata orang bisa menyediakannya. Rendahnya penghalang untuk masuk secara langsung mengubah pola persaingan media, merombak model bisnis pemberitaan.⁶

Disrupsi digital yang ketiga terjadi ditingkat yang lebih makro yakni dalam proses kerja wartawan dalam meliput berita dan menyajikan berita. Karakter media digital yang menyediakan kemudahan dalam proses mengunggah dan mengakses berita telah mengubah perputaran pemuktakhiran berita dalam sehari semalam. Pemutaran berita di televisi umumnya memakan waktu enam jam untuk pemuktakhiran berita yang ditampilkan, berkat teknologi sebuah media pemberitaan online bisa memutakhirkan pemberitaan setiap saat, mampu melakukan pelaporan peristiwa dalam waktu sebenarnya, berjalan langsung mengikuti perkembangan peristiwa.

Era disrupsi menciptakan media baru berupa media daring. Media daring seperti sosial media mengubah konsep jadwal televisi yang mengganggu aktivitas manusia kini, semakin memudar karena mereka lebih memilih kemudahan internet yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Selain itu, disrupsi juga mengubah pola konsumsi masyarakat untuk mengetahui kajian tentang islam yang diperoleh dengan bertemu langsung dalam sebuah majlis turut memudar dengan

⁶ Halim, dkk. 2018. "strategi stasiun TVP lombok di era disrupsi". *Journal. Uin mataram ac id* (volume X, No. 2, Desember 2018).

kemudahan internet. Hal tersebut, membuat sebuah strategi baru bagi media televisi maupun para pelaku dakwah untuk mengikuti arus perkembangan zaman.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bentuk media daring sebagai sarana dakwah telah berkembang dan tidak dapat terbendung. Televisi merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk berdakwah, pengguna televisi merupakan salah satu penerapan dari metode dakwah bil lisan dan bil hal. Menurut survei Nieslen tahun 2017 televisi merupakan media yang masih banyak peminatnya. Untuk itu, perlu adanya program dakwah yang mendorong kegiatan dakwah melalui media televisi, sehingga dakwah akan efisien.⁷

Penggunaan media dalam islam bertujuan untuk mempermudah penyampaian pesan agama untuk sampai kepada masyarakat lebih luas dan lebih cepat secara bersamaan, semangat penyampaian ini terlihat pada wasiat Rasulullah SAW bahwa yang menghadiri suatu majelis dianjurkan untuk menyampaikan kepada mereka yang tidak hadir. Melalui media komunikasi modern hal tersebut bisa dicapai lebih banyak dari pada komunikasi yang tidak bermedia, pesan yang disajikan oleh televisi terdapat mewakili tugas 'penyampaian' yang hadir kepada yang tidak hadir.

Dakwah menggunakan media televisi berusaha menerapkan beragam strategi untuk menyikapi era disrupsi. Strategi dalam menyalurkan konten dakwah oleh perusahaan media penyiaran adalah dengan memanfaatkan berbagai macam bentuk konten yang dipilih, serta menggunakan platform yang disesuaikan

⁷Muhfid, M 2007. Komunikasi dan Regulasi penyiaran jakarta: kencana

dengan pemirsa. Hal ini merupakan bagian dari strategi yang terpadu dalam mengikuti pola konsumsi pemirsa yang sesuai dengan kebutuhan publik.

TVRI merupakan lembaga penyiaran publik yang bertugas menyelenggarakan kegiatan penyiaran pelayanan umum dengan mengacu kebijakan publik yaitu UU No.32 tahun 2002. Oleh karena itu, seluruh kegiatan penyiaran dan kegiatan yang terkait dengan TVRI sepenuhnya didedikasikan untuk kesejahteraan publik melalui mengemban kepada masyarakat sipil, khususnya dalam mendukung nilai-nilai politik, hukum, moral dan struktur masyarakat demokratis yang menghormati martabat serta hak-hak kemanusiaan (UU No.32 tahun 2002, pasal 36).

TVRI ditunjuk sebagai referensi bagi publik dan salah satu faktor perekat sosial serta terintegrasi individu, kelompok, dan masyarakat melalui program siaran yang beraneka ragam, inovatif, dan variatif dengan memerhatikan standar mutu etika, sebuah kebijakan penyiaran menuntut siaran TVRI secara tegas menolak segala bentuk diskriminasi budaya, gender, agama serta segala bentuk perbedaan suku, ras, strata sosial dan memerhatikan kepentingan kelompok minoritas.⁸

TVRI sulawesi selatan sebagai lembaga penyiaran publik lokal dalam menyusun strategi program dakwah di televisi dalam menghadapi era disrupsi harus memiliki strategi program yang jelas sebelum membeli atau memproduksi program. Strategi program ini disusun bersama antara direktur program dengan

⁸Irawan, Judith F., P. 2018. Tantangan bagi perguruan tinggi dalam menyongsong era digital. Bandung : simbiosis rekayasa media

para manajer senior lainnya. TVRI sulawesi selatan yang merupakan televisi publik tidak akan mati meskipun mengalami pasang surut, untuk itu, TVRI sulawesi selatan menjadi media dakwah yang tidak akan mati melalui program- program dakwah yang dimiliki TVRI sulawesi selatan.

Penggunaan sosial media menurut usman (2016)⁹ mempengaruhi efektivitas dakwah. Usman (2016) mengatakan bahwa 200 responden dari berbagai kalangan masyarakat diketahui bahwa 100% responden adalah pengguna telepon pintar (smartphone), dalam satu hari setiap responden menggunakan telepon pintar dapat berlangsung selama 12 jam. Hal ini menjelaskan bahwa penggunaan telepon pintar tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi penggunaan fungsi sekunder, atau dapat juga digunakan untuk aktif dalam menggunakan media internet melalui gawai. Fungsi sekunder yang dimaksud usman (2016) seperti mencari informasi terkini melalui internet, membaca situs- situs dakwah islam maupun kepemilikan aplikasi dengan konten islam seperti Alqur'an digital, dzikir, athan, do'a sehari-hari dan sebagainya. Usman (2016) mengatakan tingginya korelasi antara penggunaan smartphone dan intensitas penggunaannya dalam mengakses dakwah islam menunjukan bahwa materi dakwah melalui media internet sangatlah efektif. Hal ini merupakan peluang bagi da'i untuk membuat laman website, facebook, akun youtube yang mengandung kajian-kajian islam yang baik dan benar.

TVRI sulawesi selatan yang merupakan televisi publik bersifat independen menjadikan peluang bagi da'i sebagai media dakwah televisi memiliki kelebihan

⁹ Usman. 2016. *Manajemen Strategi*. Malang: UMM press

dalam penyaringan informasi sesuai dengan pedoman perilaku penyiaran standar program siaran (P3SPS) dibanding dengan media sosial yang siapapun dapat menjadi citizen journalism (jurnalisme warga) sehingga dapat menjadi sumber munculnya dakwah radikal. Program dakwah TVRI Sulawesi Selatan tengah berpulang merambah disosial media untuk mengikuti pola konsumsi audien serta untuk menghadapi era disrupsi.

Penulis tertarik mengetahui bagaimana memproduksi program dakwah di TVRI Sulawesi Selatan dalam menghadapi era disrupsi, untuk itu peneliti akan meneliti “Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di era disrupsi”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka pokok masalah yang akan dikaji, yaitu:

1. Bagaimana strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan dalam menghadapi era disrupsi?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan di era disrupsi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menemukan serta menjelaskan strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan di era disrupsi.
2. Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan di era disrupsi.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi khususnya kepenyiaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk memperdalam ilmu strategi dakwah bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam serta dapat memberikan pemahaman kepada stasiun televisi dalam menyusun strateginya.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* berarti "keahlian militer". Dalam lingkungan militer, "strategi" menjelaskan manuver pasukan ke suatu posisi sebelum musuh berada di posisi ini. Jadi, untuk manuver pasukan ini diperlukan "gelar pasukan" sebagai persiapan terakhir untuk menduduki posisi musuh, jika pasukan telah terlibat kontak dengan musuh, maka pusat perhatian pasukan dilatakkan pada "taktik". Jadi, ketika kita bicara tentang strategi, maka kegiatan utamanya adalah pengerahan pasukan.

Liliwei juga mengatakan jika logika itu diterapkan dalam dunia bisnis, maka yang dimasukkan dengan pasukan adalah "sumber daya" manusia. Kita juga dapat mengatakan bahwa "strategi" menjelaskan cara bagaimana kita mempengaruhi suatu kebijakan.¹⁰

Berdasarkan pengertian strategi, maka strategi dakwah dapat dikatakan sebagai suatu pola pikir dalam merencanakan suatu kegiatan dalam mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak (komunikan, hadirin, atau *mad'u*), atas dasar skala yang luas melalui penyampaian-penyampaian gagasan-gagasan.

¹⁰ Liliwei, A. 2011. *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Orientasinya terpusat pada tujuan akhir yang ingin dicapai, dan merupakan kerangka sistematis pemikiran untuk bertindak dalam melakukan komunikasi.¹¹

Menurut Suhandang (2014), hal tersebut merupakan keputusan-keputusan yang menentukan cetak biru komunikasi dan pelaksanaan prosesnya, yaitu semua kebijaksanaan dalam menentukan rancangan pengaturan dan penataan sumberdaya komunikasi yang tersedia, guna terlaksananya perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku komunikasi. Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi, sedangkan perencanaan komunikasi sendiri, selain langkah awal dari manajemen komunikasi, juga mengejawabahkan dari kebijaksanaan menentukan langkah-langkah dan sumber daya yang harus digunakan dalam proses komunikasinya.

Karena itu pula Effendi (1995) menegaskan bahwa strategi komunikasi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan komunikasi. Menurutny, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis bisa dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, bergantung pada situasi dan kondisi. Namun demikian, karena perencanaan merupakan tahap awal dari manajemen (termasuk dalam proses manajemen), maka apa yang dimaksud strategi oleh Onong pun tiada lain adalah bagian dari

¹¹Markalis, A. 2016. *Strategi Komunikasi Simpang5 tv dalam mengembangkan program-program dakwah*. Skripsi, Semarang: UIN Walisongo

perencanaan, atau lebih tepat kiranya kalau disebut kebijaksanaan, yaitu landasan berpijak dalam menyusun perencanaan suatu kegiatan.¹²

Selain itu, Effendi (1995) mengingatkan bahwa komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka penyusunan strategi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi dan faktor-faktor yang ada pada setiap komponen tersebut. Komponen-komponen yang dimaksud adalah:

- a. Sasaran komunikasi, yang mencakup faktor kerangka referensi dan faktor situasi-kondisi,
- b. Media komunikasi
- c. Tujuan pesan komunikasi, yang pada hakikatnya disampaikan melalui isi serta simbolnya
- d. Peranan komunikator dalam komunikasi, yang meliputi daya tarik serta kredibilitasnya.¹³

Dengan demikian, strategi dakwah menurut Suhadang (2014) mencerminkan kebijaksanaan dalam merencanakan masalah yang dipilih dan kegiatan komunikasi yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah itu, sedangkan manajemen komunikasi menata dan mengatur tindakan-tindakan yang akan diambil dari sumber daya tersedia guna melaksanakan strategi komunikasi.

¹²Effendy, O.U. 1989. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Mandar maju

¹³ Effendi, 1995:33) "komunikasi dan strategi dakwah".

Dengan kata lain, strategi menyangkut apa yang akan dilakukan, dan manajemen menyangkut bagaimana membuat hal itu bisa terjadi.¹⁴

Secara singkat, Suhandang (2014) menyusun strategi dakwah melalui enam tahapan, yaitu:

a. Mengumpulkan Data Dasar dan Perkiraan Kebutuhan

Menurutnya, informasi yang bersifat data dasar dan perkiraan kebutuhan adalah faktor-faktor yang penting untuk menentukan perumusan sasaran dan tujuan komunikasi, dalam mendesain strategi komunikasi dan mengevaluasi keefektifan usaha komunikasi. Sasaran-sasaran komunikasi biasanya dirumuskan atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayak yang diamati. Strategi komunikasi yang kerap kali terdiri dari analisis dan segmentasi khalayak, seleksi, dan atau kombinasi antara media dan komunikator, serta perencanaan dan penyusunan pesan, didesain atas landasan dan dasar relevan dan kecenderungan-kecenderungan atau indikator-indikator yang memadai, bukan berdasar asumsi-asumsi atau intuisi-intuisi. Demikian pula prosedur evaluasi terhadap kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakannya, baik secara formatif maupun sumatif, sangat tergantung pada data dasar, terutama untuk bahan perbandingan.¹⁵

b. Perumusan sasaran dan tujuan komunikasi

Pada tingkat ini, ada empat persoalan pokok yang perlu dipertanyakan guna menentukan arah sasaran dan tujuan komunikasi yang direncanakan:

¹⁴Suhandang, K. 2014. *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

1. Siapa yang menjadi khalayak sasaran tertentu yang harus dicapai? Khalayak sasaran ini diusahakan sehusus mungkin, dan bisa terdiri dari beberapa kelompok sasaran prioritas
2. Dimana kelompok khusus tertentu itu berlokasi?
3. Mengapa kelompok tertentu itu dipilih menjadi kelompok sasaran?
4. Dengan alasan apa (mengapa) harus dicapai, maka jenis isi pesan apa yang harus disampaikan kepada kelompok sasaran tertentu itu? Tahapan kedua ini sebenarnya tidak bisa dipisahkan dari tahap pertama, sebab kedua tahapan tersebut bekerja secara timbal balik, sehingga harus dilakukan secara simultan, terutama dalam menjawab persoalan “siapa” dan “dimana”

c. Analisi perencanaan dan penyusunan strategi

Setelah menentukan sasaran –sasaran komunikasi tertentu (spesifik) untuk dicapai dan jenis kebutuhan pada level analisis yang umum, maka langkah berikutnya ialah menerjemahkan sasaran-sasaran dan pernyataan-pernyataan kebutuhan tersebut ke dalam suatu strategi komunikasi yang bisa dikerjakan. Ada dua aspek yang saling berhubungan dari penyusunan strategi komunikasinya, yaitu pemilihan pendekatan-pendekatan komunikatif, dan penentuan jenis-jenis pesan yang akan disampaikan.¹⁴

d. Analisi khalayak dan segmentasinya

Analisi khalayak sasaran adalah salah satu faktor yang paling dalam mendesain suatu strategi komunikasi yang efektif. Segmentasi khalayak biasanya

¹⁴ Makalis, A. 2016. *strategi komunikasi simpang5 TV dalam mengembangkan program-program dakwah*. Skripsi, Semarang: Uin walisongo

perlu, karena adanya ciri-ciri maupun kebutuhan-kebutuhan yang berbeda-beda dari khalayak sasaran.

e. Seleksi media

Dalam menyeleksi media atau saluran untuk digunakan, harus didaftarkan saluran-saluran komunikasi yang bisa mencapai khalayak sasaran. Kemudian setiap medium dievaluasi di dalam batas-batas aplikabilitasnya untuk melaksanakan pencapaian tujuan komunikasi yang spesifik itu.

f. Desain dan penyusunan pesan

Dalam tahapan ini tema pesan, tuturan, dan penyajiannya, harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dari tahapan ini adalah mendesain prototipe bahan komunikasi yang juga memerlukan evaluasi formatif, seperti pretesting bahan-bahan prototipe pada khalayak sasaran. Hasil pretesting bisa memuntun kegiatan revisi yang perlu terhadap bahan prototipe sebelum memasuki proses produksi yang berskala luas dan final.¹⁷

2. Program Televisi dakwah

A. Pengertian dakwah

Secara etimologis dakwah berakar dari kata bahasa Arab yaitu *da'a* (fi'il madhi), *yad'u* (fi'il mudhari'i), *da'watun* (masdar) yang memiliki beberapa pengertian. Kata dakwah memiliki beberapa pengertian.¹⁸ kata dakwah bisa artikan sebagai permohonan ibadah, nasab, dan ajukan atau memanggil. Dakwa¹⁷

¹⁷ Makalis, A. 2016. *strategi komunikasi sinergis TV dalam mengembangkan program progranda*

dalam hal merupakan ajakan dan panggilan dalam rangka membangun masyarakat islami berdasarkan kebenaran ajaran islam yang hakiki.¹⁹

Dakwah secara terminologi dikembangkan oleh Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah anjuran kepada manusia pada kebaikan dan petunjuk menyuruh kepada yang ma'ruf (yang dikenal) dan mencegah dari yang mungkar agar mendapat keberuntungan di dunia dan akhirat.²⁰

Dakwah adalah ajakan kepada manusia untuk beriman, islam dan ihsan dalam Abdullah al-Harsyani. Dakwah adalah ajakan kepada Allah yakni agama islam. Abdul Karim zaidan memetakan unsur-unsur dkwah terdiri dari da'i (subjek dakwah), mad'u (objek dakwah), maud'u' (pesan dakwah), uslub (metode dakwah), wasail (media dakwah).

Dari beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli diatas, Faqih memaknai dakwah sebagai upaya menjaga dan mengajak kepada manusia agar tetap di agama dan jalan Allah yaitu sistem islami yang sesuai fitrah dan kehanifan manusia secara integral, baik lisan, tulisan, proses nalar, dalam keaktifitas sehari-hari demi terwujudnya umat yang menyeru kepada kebaikan.

1. Unsur-unsur Dakwah

a. Da'i (Komunikasi)

Da'i adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarluaskan ajaran agama kepada masyarakat umum. Dalam menyampaikan dakwah, seorang da'i

¹⁹ Faqih, (2015 : 11). " sosiologi dakwah teori dan praktik. CV karya abadi jaya: semarang cangara, H. 2014. Perencanaan & strategi komunikasi. Jakarta: raja grafindo persada.

²⁰ Mahfudz, tt : 17). Dakwah sebagai petunjuk.

harus memiliki sifat-sifat kepemimpinan. Selain itu, juga dituntut untuk mengerti kondisi sosial yang sedang berlangsung. Ia harus memahami transformasi sosial, baik secara kultural maupun sosial keagamaan.²¹

b. *Mad'u* (Objek Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah baik secara individu maupun kelompok.²²

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Maddah adalah isi pesan yang disampaikan oleh da'i kepada objek dakwah yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Alquran dan Hadist. Materi dakwah adalah membahas ajaran Islam yang meliputi aqidah, akhlak, dan syaria.²³

d. *Wasilah* (Media Dakwah)

Wasilah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*. Dalam menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u* dapat menggunakan berbagai media seperti lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

e. *Thoriqoh* (Metode Dakwah)

Thoriqoh adalah cara-cara menyampaikan pesan kepada objek dakwah, baik itu kepada individu, kelompok maupun masyarakat agar pesan-pesan tersebut

²¹ Supena, I, 2013. *Filsafat ilmu dakwah*. Yogyakarta: penerbit ombak.

²² Munir, 2012 : 23

²³ Saeeozi, 2013: 37, 19 materi dakwah dan media dakwah

dapat diterima, diyakini dan diamalkan. Sebagaimana yang tertulis dalam Al-Quran Surat An-Nahl ayat 125 sebagai berikut.²

Terjemahannya:

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Dari ayat di atas, dapat dipahami bahwa terdapat beberapa metode dakwah yang dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Bil Hikmah*, kata hikmah sering diartikan bijaksana, yaitu suatu pendekatan dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan kepada kemampuan mereka, sehingga tidak merasa terpaksa atau keberatan dalam menerima materi dakwah.
2. *Mau'izatul hasanah*, yaitu nasehat yang baik, berupa petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati agar nasehat tersebut dapat diterima. Berdakwah dengan memberikan nasehat-nasehat dengan kasih sayang sehingga menyentuh hati mad'u.
3. *Mujadalah Billati Hiyah Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau berdiskusi dan membantah dengan cara yang baik dengan tidak

²*Departemen agama RI, 2010 : 281

memberikan tekanan yang memberatkan sasaran dakwah. Metode ini dilakukan apabila kedua metode di atas tidak mampu diterapkan, dikarenakan sasaran dakwah mempunyai tingkat kekritisian yang tinggi.

B. Pengertian Televisi

Televisi berasal dari bahasa Yunani "tele" yang berarti jarak jauh dan "vision" yang berarti penglihatan. Dengan demikian television diartikan melihat jarak jauh. Televisi merupakan sebuah media komunikasi massa terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu monokrom (hitam-putih) maupun berwarna.²⁵

Televisi mempunyai fungsi menghibur, mendidik, kontrol sosial, atau sebagai bahan informasi. Selain itu, televisi berfungsi sebagai media berita, penerangan, sebagai media pendidikan, sebagai media hiburan, dan sebagai media promosi. Sedangkan fungsi televisi di Indonesia sebagai alat komunikasi pemerintah, alat komunikasi massa, alat komunikasi pembangunan.

Televisi pertama di Indonesia diberi nama Televisi republik Indonesia (TVRI) yang mengudara untuk pertama kalinya pada tanggal 24 Agustus 1962, dengan siaran langsung pembukaan Asian games IV dari stadion utama Gelora Bung Karno. Sebagai televisi pemerintah, pola acara pemberitaan TVRI lebih bersifat seremonial. Saat itu berita mengalir begitu saja. Artinya, masyarakat pasrah dan menerima apa saja yang disajikan TVRI. Hal ini dikarenakan TVRI sangat monopolistik, tidak ada siaran televisi selain TVRI pada tahun 1962.

²⁵ Subroto, D.S 1993. *Televisi sebagai media pendidikan teori dan praktik*. Yogyakarta: Duta wacana university press.

hingga 1989 maka, selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi.²⁶

Pertelevisian di Indonesia semakin beragam setelah hadirnya televisi lokal. Sebagaimana dalam Undang-undang Penyiaran Publik, Pasal 14 ayat (3) yang menyatakan bahwa di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal. Undang-undang ini menjadi hukum resmi terhadap eksistensi lembaga penyiaran lokal, secara langsung membuka perizinan atas berdirinya televisi-televisi lokal daerah di Indonesia.²⁷

- b) Sasaran Program Agar tayangan televisi dapat tersampaikan dan menarik pemirsa, maka program tersebut harus disesuaikan dengan sasaran. Sasaran program tersebut sebelumnya telah dipikir dan dianalisis agar sesuai dengan isi program.
- c) Tujuan Program Tujuan program yaitu untuk mengembangkan sebuah produksi program televisi dengan cara mengembangkan gagasan pada materi produksi, selain menghibur tujuan program dapat menjadi suatu sajian yang bernilai dan memiliki makna. Tujuan ini terbagi menjadi dua, tujuan utama dan tujuan khusus. Tujuan utama biasanya agar pemirsa dapat menerima pesan dalam suatu program siaran. Sedangkan tujuan khusus adalah mengenai target-target tertentu.
- d) Garis-garis besar isi program setelah jelas, ide/gagasan, tujuan dan sasaran program yang akan dikomunikasikan maka ditetapkan garis-garis besar

²⁶ Mufid, M 2007. *Komunikasi dan regulasi penyiaran* jakarta : kencana.

²⁷ Wibowo, F. 2007. *Teknik produksi program televisi*. Yogyakarta : pinus books publisher

1. Jenis program Televisi

Menurut Morrisan (2008)²⁸ jenis program dikelompokkan menjadi dua bagian besar, yaitu program informasi dan program hiburan:

a. Program Informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang dijual kepada audien. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melalui program berita dimana presenter membacakan berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk talk show (perbincangan). Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu berita keras (hard news) dan berita lunak (soft news).²⁹

b. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan, musik, dan pertunjukan.³⁰

- 1) Drama, kata drama berasal dari bahasa Yunani dram yang berarti bertindak atau berbuat. Program drama adalah program pertunjukan (show) yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa orang (tokoh), yang diperankan oleh pemain (artis), yang menampilkan sejumlah pemain yang memerankan tokoh tertentu, melibatkan konflik dan emosi.

²⁸ Morrisan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Kharisma Putra Utama.

²⁹ Wibowo, F. 2007. *teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Beca Publisher.

³⁰ Morrisan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran* Jakarta: Kharisma putra utama

Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinemaelektronik (sinetron) dan film.

- 2) Sinetron, merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh mempunyai alur cerita mereka sendiri-sendiri. Cerita cenderung dibuat berpanjang-panjang selama masih ada audien yang menyukainya. Penayangan sinetron biasanya terbagi dalam beberapa episode. Sinetron yang memiliki episode terbatas disebut dengan mini seri.
- 3) Film, adapun yang dimaksud film disini adalah film layar lebar yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan film. Film biasanya baru bias ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu dipertunjukkan di bioskop atau bahkan setelah film itu di distribusikan atau dipasarkan dalam bentuk VCD atau DVD.
- 4) Permainan merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang, baik secara individu ataupun kelompok (tim) yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Menjawab pertanyaan dan/atau memenangkan suatu bentuk permainan, dapat dirancang dengan melibatkan audien. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:
- 5) Musik, program music dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu video klip dan konser yang dapat dilakukan di lapangan atau di dalam studio. Program musik di televisi sangat ditentukan dengan kemampuan artis dalam mengemas penampilannya agar menarik audien.
- 6) Pertunjukan, adalah program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun diluar studio. Jika

mereka yang tampil para musisi, maka pertunjukan musik, jika yang tampil juru masak maka pertunjukan itu menjadi pertunjukan memasak, begitu pula dengan pertunjukan lawak, lenong, wayang, dan sebagainya.

C. Pengertian Program Televisi Dakwah

Kata program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam berbagai bentuk. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan sehingga mereka bersedia mengikutinya. Terdapat rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton.³¹

Sedangkan menurut Sutrisno (1993)³², program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam suatu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standard estetik dan artistik yang berlaku. Bahwa stasiun televisi dalam membuat

³¹Morissan. 2008. *Manajemen media penyiaran*. Jakarta: kharisma putra utama

³² Sutrisno (1993). *Program Televisi*

program terdiri dari para artis pendukung acara dan para kerabat kerja. Ide merupakan sebuah inti pesan yang akan disampaikan kepada khalayak, yang dituangkan menjadi suatu naskah yang akan dibuat, kemudian diproduksi hingga menjadi suatu paket program siaran. Paket program siaran itulah yang kemudian ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi dan disebarluaskan keseluruh pelosok melalui jaringan satelit komunikasi, stasiun penghubung dan pemancar. Akhirnya paket program acara itu dapat didengar dan dilihat oleh pemirsa di rumah.³³

Berdasarkan teori jenis-jenis program televisi yang dikutip dari Morrisan di atas, terdapat program dakwah yang berkembang di televisi. Program dakwah termasuk dalam jenis program informasi karena dakwah bertujuan untuk memberikan informasi pengetahuan kepada khalayak tentang agama Islam. Program dakwah yang ada di televise dikemas dengan berbagai metode dan format yang berbeda-beda. Misalnya talkshow, wawancara dengan ulama, film, iklan, sinetron, dan sebagainya yang memuat segala bentuk mengenai ajaran Islam.

Program dakwah di televisi spesifikasinya merupakan peranan televise dalam upaya pendidikan masyarakat di bidang keagamaan. Program dakwah di televise biasanya ditayangkan sebagai pembuka acara di pagi hari. Program dakwah yang di televisi memiliki format yang berbeda-beda. Adapun format

³³ Sutrisno, 1993: 9 *Program siaran*

program dakwah menurut Muhtadi dan Handajani (2000)³⁴ yang digunakan saat ini antara lain:

1. Monologis, adalah sebuah pembicaraan tunggal yang dilakukan da'i dengan tanpa tumbal balik dari mad'u.
2. Dialogis, adalah percakapan dua orang atau lebih yang bersifat terbuka dan komunikatif
3. Film cerita, dakwah dikemas dengan bentuk film cerita, seperti sejarah, sinetron, maupun drama.
4. Liputan perjalanan, adalah program dakwah dengan liputan perjalananketempat-tempat bersejarah Islam.
5. Kuis berhadiah, pada saat acara berlangsung maupun di akhir acara, kepada pemirsa di studio maupun di rumah.

Sedangkan metode dan teknik dakwah menurut Alfandi (2007) antara lain:

- a) Teknik Uraian Dakwah dengan teknik ini adalah seorang da'i memberikan uraian (ceramah) melalui media televise dengan durasi tertentu sendirian (monolog), direkam gambarnya baik secara langsung maupun tidak langsung, di studio atau diluar studio dengan melibatkan atau tidak melibatkan mad'u.

³⁴ Muhtadi, A. S. Dan Sri, H. 2000. *dakwah kontemporer, Pola dakwa melalui media televisi*, Bandung : Pustaka Press

- b) Teknik Wawancara Dakwah dengan teknik wawancara adalah penyampaian materi dakwah dengan lisan melalui media televisi, yang dilakukan oleh dua orang atau lebih (dialog), yang membahas mengenai materi dakwah tertentu.
- c) Teknik Diskusi Penyampaian materi dakwah melalui media televisi sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat, ide dan sebagainya), antara sejumlah orang yang ditengahi oleh seorang moderator secara lisan untuk membahas suatu permasalahan tertentu yang bertujuan untuk memperoleh kebenaran.
- d) Teknik Suara Masyarakat Merupakan teknik dakwah yang lebih banyak mengentengahkan pendapat masyarakat tentang suatu masalah, dengan tujuan agar masyarakat mengetahui bermacam-macam pendapat.

1. Metode Berita

Suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang berhubungan dengan dunia keIslaman yang disiarkan melalui media televisi secara periodik. Ada dua jenis waktu penyajian menurut Alfandi (2007) dengan metode berita tersebut, yaitu:

- a. Berita Harian Berita harian adalah berita yang perlu segera disampaikan kepada masyarakat yang masih terikat waktu, aktual, dan singkat. Berita yang ditayangkan yakni yang berhubungan dengan dunia keIslaman dapat dilihat setiap hari pada momen ramadhan, hari besar Islam (Idul Fitri, Idul Adha) serta pada musim Haji.
- b. Berita berkala berisi tentang berita dunia keIslaman yang disiarkan secara berkala, bersifat tidak terikat waktu, mempunyai kemungkinan penyajian

yang lebih lengkap dan mendalam. Contoh berita berkala adalah liputan perjalanan ke tempat-tempat bersejarah kejayaan Islam, informasi dan perkembangan dunia Islam.

2. Metode Infiltrasi

Metode dakwah ini menurut Alfandi (2007)³⁵ adalah penyampaian materi dakwahs dengan cara diselipkan pada acara-acara televisi umum yang lain, yang tanpa terada bahwa pesan (agama Islam) masuk ke dalam program tersebut, salah satu contohnya dengan menyisipkan ajaran Islam dalam sinetron dan film.

Menurut Wibowo (2007)³⁶ terdapat empat hal yang harus diperhatikan dalam menyiapkan program televisi, yaitu:

1) Pola Siaran

Sebelum penata program menyusun acara siaran, terlebih dahulu harus menyiapkan pola siaran. Pemrograman akan mengumpulkan dan menyiapkan terlebih dahulu referensi-referensi yang diperlukan seperti: kebijakan siaran dari pimpinan stasiun televisi, persoalan social budaya yang sedang berkembang ditengah masyarakat, jangkauan siaran, hasil pendapatan penonton, pemasok-pemasok program, dan tentunya analisis bahan siaran yang mengacu pada kebijakan umum televisi.

2) Arahan Pola Siaran

³⁵ Alfandi, M., "Perkembangan Dakwah Islam melalui media Televisi Di Indonesia (Telaa' ah terhadap metode dan teknik dakwahnya." Dalam "Jurnal Ilmu dakwah." (Vol. 27, No. @, juli-desember 2007).

³⁶ Wibowo, F. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta : Pinus Box Publisher

Untuk melancarkan suatu acara siaran dibutuhkan wawasan arahan penyiaran program. Dari arahan itu diharapkan akan memperkuat posisi perusahaan atau instansi pertelevisian yang bersangkutan. Ada empat pedoman arahan penyiaran televisi, yaitu:

- a) Penyiaran televisi diharapkan dapat menggalang dan menyalurkan pendapat umum yang konstruktif dalam kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara.
- b) Dapat meningkatkan keimanan, ketaqwaan, dan kecerdasan kehidupan bangsa.
- c) Mengembangkan dan melestarikan nilai-nilai budaya bangsa.
- d) Dapat menangkal pengaruh buruk terhadap tata nilai peri kehidupan bangsa Indonesia yang beraneka ragam.

3) Perubahan Pola Siaran

Pola acara siaran dapat diubah sesuai keadaan. Karena, perubahan acara yang sering dilakukan dapat mengurangi simpati penonton. Penonton bias menilai bahwa stasiun yang bersangkutan tidak profesional, dan bias berakibat penonton bias meninggalkan saluran acara tersebut untuk berpindah ke saluran lain. Ada dua alasan mengapa ada perubahan pola siaran. Pertama, penempatan suatu acara harian dan mingguan ternyata tidak tepat, dengan kata lain ada kesalahan dalam menganalisis strategi sasaran yang ingin dicapai, yaitu tepat pada waktu yang sama. Akibat benturan ini, acara lain untuk "bertanding" melawan acara di stasiun televisinya.

4) Sistem Penempatan Program Siaran, yaitu:

- a) Program tahunan, perencanaan program tahunan berpijak pada tahun berlakunya manajemen stasiun televisi yang bersangkutan.
- b) Program pekanan atau mingguan adalah susunan program siaran dalam setiap minggunya.
- c) Program harian, penyusunan program harian didasarkan pada beberapa banyak bahan siaran yang sudah jadi, bisa pula bahan siaran harus diproduksi terlebih dahulu.

1. Konsep Programming

Dalam penyiaran, setiap pembuatan program televisi berusaha agar acara banyak diminati dan tentunya ditonton oleh sejumlah masyarakat. Tentunya terdapat strategi khusus dari suatu program untuk membuat program tersebut bias dinikmati penonton dan semuanya berada pada strategi programming. Menurut Eastman dan Ferguson (2009)³⁷ terdapat konsep konsep berikut ini:

A. Pemilihan Proses

Pemilihan dalam sebuah program dipengaruhi oleh beberapa unsur, yaitu:

- 1) Kebiasaan Audien, yaitu kebiasaan penonton. Dalam membuat sebuah program harus mengetahui apa yang ingindilihat penonton, hal apa yang dapat menarik mereka untuk menonton, kegiatan rutin yang umumnya dilakukan penonton untuk menentukan jenis acara yang akan disiarkan.

³⁷ Eastmen, S.,T dan Douglas A.F. 2009. *Media programing: strategis and practice*. Belmont, Calif, Thomson Wadsworth.

- 2) Biaya, yaitu harga pembuatan program.
- 3) Kesesuaian, yaitu memilih konten-konten yang sesuai untuk dimasukkan ke dalam acara.
- 4) Ketersediaan Bakat, yaitu ketersediaan pengisi acara untuk membawakan acara.
- 5) Diferensiasi, yaitu apa yang membedakan acara tersebut dari acara lain secara keseluruhan.
- 6) Trendy, yaitu seberapa populer acara tersebut nantinya.
- 7) Kebaruan, yaitu unsure kebaruan dalam acara, apakah jenis acaranya sudah umum atau belum.

B. Promosi

Dalam Eastman dan Ferguson (2009) disebutkan hal-hal yang harus diperhatikan dalam promosi, yaitu:

- a) Pemasaran, adalah seberapa besar pengaruh iklan terhadap konsumen setiap harinya.
- b) Lokasi, yaitu di mana saja atau di media apa saja iklan ditempatkan.
- c) Frekuensi, adalah seberapa sering iklan yang ditampilkan di media tersebut.
- d) Konstruksi, adalah konstruksi dari iklan.

e) Jarak, adalah jarak antara penyebaran iklan program dengan waktu yang program.

f) Familiar, adalah keakraban penonton dengan program yang dipromosikan. Apakah penonton mengenal program tersebut atau tidak.

C. Evaluasi

Evaluasi adalah tahap dimana pembuat program menilai efektivitas dari ketiga tahap yang digunakan. Penilaian dilakukan menggunakan tingginya rating acara atau langkah-langkah lain, yang kemudian ditafsirkan oleh sang pembuat program. Misalnya, bila rating acara tersebut rendah, adakah hal yang membuatnya demikian, atau bila rating tinggi, apa yang harus dilakukan untuk mempertahankannya. Evaluasi dapat menghasilkan revisi bila ada strategi yang dianggap tidak efektif. Revisi tersebut bisa mengenai materi acara, penjadwalan ulang program atau modifikasi dalam cara promosi program.

3. Pengertian Disrupsi

Disrupsi adalah sebuah inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru. Disrupsi berpotensi menggantikan pemain lama dengan pemain baru. Disrupsi menggantikan teknologi lama yang akan serba fisik teknologi baru yang serba digital hingga menghasilkan sesuatu yang baru, dan lebih bermanfaat.³⁸

³⁸ Kasali, R. 2017. *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Umum

Menurut Christenan dalam Ohoitumur (2018),³⁹ dalam analisi terhadap industri media, menyebutkan tiga faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam kondisi media saat ini, yaitu: pertama, selalu mengenai dan memikirkan kepentingan audien; kedua, memahami disrupsi terjadi dalam industri media, dan bagaimana mengatasi masalah ini; ketiga, bagaimana peran dari budaya dan kapasitas yang dimiliki organisasi (media) dan bagaimana mengelolanya. Untuk itu, Christenan dalam Ohoitumur (2018) membagi dalam tiga bahasan untuk mengenali kapasitas yang dimiliki perusahaan media:

- a. Sumber daya, apa saja sumber daya yang dimiliki perusahaan media tersebut. Bukan hanya sumber daya yang nampak (seperti orang, peralatan, teknologi, keuangan) tetapi juga dalam bentuk (kedekatan dengan para vendor, biro iklan). Sumber daya yang berkualitas akan bisa meningkatkan kesempatan media tersebut menyesuaikan dengan situasi baru.
- b. Proses, proses ini tertuju pada pola interaksi, koordinasi, komunikasi dan proses pengambilan keputusan. Selama ini proses kerja dilakukan secara konsisten, berulang-ulang, sementara ada perubahan yang terjadi, namun proses perubahan tersebut harus dilakukan dengan penuh kontrol dan menuju pada arah efisiensi.
- c. Prioritas, bagaimana pun perlu prioritas atas sejumlah tujuan yang hendak dicapai. Tiap perusahaan punya prioritas yang berbeda-beda dan tak ada rumus yang pasti dalam menentukan prioritas.

³⁹ Christensen, C., M. 2016. *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firm to fail*. Boston: Harvard Business review press

³⁹ Ohoitumur, 2018 : 145

Irawan (2018)⁴⁰ menyatakan bahwa hadirnya internet mengakibatkan hampir seluruh industri menghadapi “musuh-musuh yang tidak terlihat”. Pelaku bisnis harus menggunakan strategi yang tepat untuk menghadapi kemungkinan gangguan (disruptif) dari kompetitor baru yang menggunakan teknologi terkini beberapa faktor yang harus dilakukan adalah:

- a. Selalu memikirkan kepentingan audien
- b. Mempersiapkan cara untuk mengatasi disrupsi yang mungkin terjadi
- c. Memahami peran budaya
- d. Mengevaluasi sumber daya yang dimiliki
- e. Mengevaluasi pola interaksi menuju efisiensi
- f. Melakukan penetapan prioritas tindakan

Pengelolaan medi penyiaran harus dinamis mencermati setiap perubahan yang terjadi dan terus melakukan inovasi sesuai kebutuhan perusahaan.

A. Sebab-sebab Disrupsi

Beberapa sebab terjadinya disrupsi, yaitu:

1. Teknologi, khususnya infokom telah mengubah dunia. Teknologi yang membuat segala produk menjadi jasa, jasa yang serba digital dan membentuk pasar baru, platform baru, dengan masyarakat yang berbeda.
2. Muncul generasi baru (generasi milenials) yang menjadi pendukung utama gerakan ini. Mereka tumbuh sebagai kekuatan mayoritas dalam peradaban baru yang menentukan arah masa depan peradaban.

⁴⁰ Irawan, Judith F., P. 2018. *Tantangan Bagi Perguruan Tinggi Dalam Menyongsong Era Digital*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan

3. Kecepatan yang luar biasa yang lahir dari microproses dengan kapasitas ganda setiap 24 bulan menyebabkan teknologi bergerak lebih cepat. Manusia dituntut berpikir eksponensial, bukan linear. Manusia dituntut merespons dengan cepat keterikatan pada waktu (24 jam sehari, 7 hari seminggu) dan tempat (menjadi dimana saja) dengan disruptif minset (pemikiran yang mengganggu).
4. Muncullah disruptif leader (pemimpin yang mengganggu) yang dengan kesadaran penuh menciptakan perubahan dan kemajuan melalui cara-cara baru.
5. Perubahan model, manusia-manusia baru mengembangkan model bisnis yang amat disruptif yang mengakibatkan barang jasa lebih terjangkau, lebih mudah terakses, lebih sederhana dan lebih merakyat dan lebih nyata.

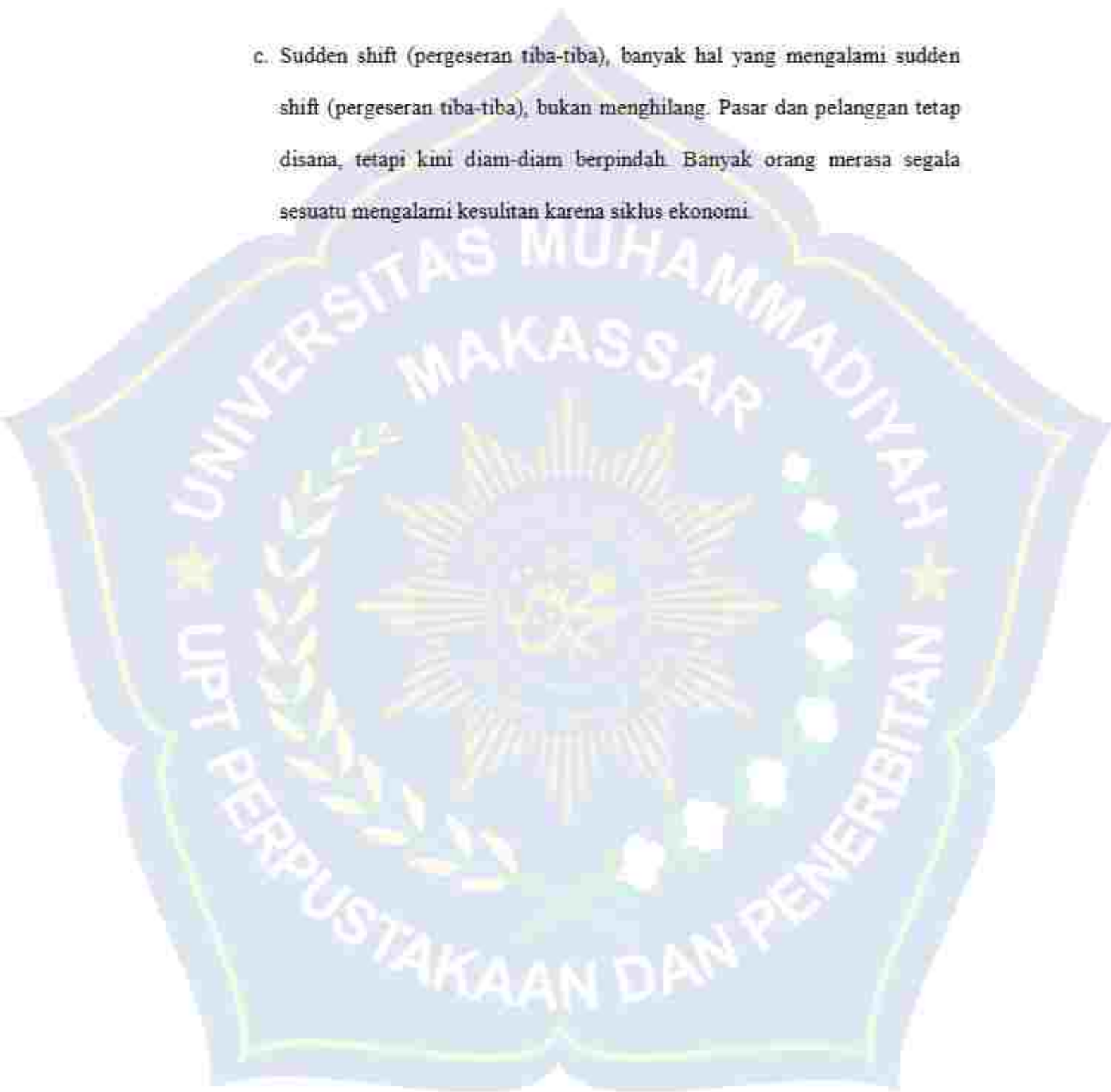
B. Ciri–ciri Era Disrupsi

Ciri ciri disrupsi menurut Christensen dalam Ohotimur (2018)⁴¹, yaitu:

- a. Kecepatan, yaitu perubahan pada era ini bergerak begitu cepat karena didukung oleh teknologi. Validitas suatu informasi juga dengan cepat diketahui kebenarannya. Semuanya serba cepat, tidak lagi bergerak linear, melainkan eksponensial.
- b. Mengejutkan, perubahan abad ini menimbulkan banyak kejutan. Manusia, CEO, pemimpin dan eksekutif terkejut karena banyak hal baru yang tidak terduga dan menimbulkan dampak yang luar biasa.

⁴¹ Christensen, C., M. 2016. *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firm to fail*. Boston: Harvard Business reviews press

- c. Sudden shift (pergeseran tiba-tiba), banyak hal yang mengalami sudden shift (pergeseran tiba-tiba), bukan menghilang. Pasar dan pelanggan tetap disana, tetapi kini diam-diam berpindah. Banyak orang merasa segala sesuatu mengalami kesulitan karena siklus ekonomi.



B. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan data kualitatif. Yang termasuk data kualitatif yaitu misalnya skema, pernyataan, kalimat, kata, gambar, dan indeks tertentu. Asalkan bukan data angka, maka data itu termasuk data kualitatif. secara umum, data kualitatif juga mengacu pada pendapat responden, misalnya mereka setuju atau tidak setuju dengan suatu kebijakan, apakah mereka puas atau tidak puas dengan suatu layanan tertentu, apakah baik atau buruk.⁴²

Maka peneliti akan memakai metode penelitian ini dalam melakukan penelitian mengenai Strategi Program dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang akan di pakai oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu, pendekatan deskriptif, merupakan penelitian terhadap variabel bebas tanpa membuat perbandingan dengan variabel yang teliti bersifat bebas atau mandiri. Tujuan penelitian ini memberikan gambaran secara akurat karakteristik suatu

⁴² Rahmat, J. 1985. *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Remadja karya CV

individu, kondisi, gejala atau kelompok tertentu atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala.

B. Lokasi Dan Objek Penelitian

Adapun penelitian ini akan di lakukan di TVRI Sulawesi Selatan. Dan dalam pelaksanaan penelitian yang akan menjadi objek penelitian ini adalah Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini mengangkat judul Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Digital.

Maka peneliti memfokuskan penelitian terhadap bagaimana Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan dalam menhadapi Era Disrupsi.

D. Deskripsi Fokus Penelitian

Deskripsi fokus penelitian ini adalah Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan, meneliti secara mendalam tentang bagaimana strategi program dakwah TVRI dalam menghadapi era disrupsi serta mengkaji apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan program dakwah TVRI sulawesi selatan di era disrupsi.⁴³

Strategi dakwah yang dimaksud disini adalah strategi program dakwah TVRI seperti Tabir Ilahi, Tele Tilawah, dan Fokus Islami yang menjadi sasaran peneliti untuk menjadikan program dakwah tersebut menjadi lebih diminati dan dipahami makna dakwah yang terkandung dalam program tersebut, serta

⁴³ Soewandji, J. 2012. *Pengantar metodologi psnelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media

menjadikan program dakwah tersebut lebih modern dan mengikuti zaman namun, tetap tidak menghilangkan nilai-nilai Islam. Maka untuk menggali data dan informasi maka peneliti akan melakukan observasi dan wawancara pada Program dakwah TVRI Sulawesi Selatan.

E. Sumber Data

Yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian ini yaitu dari responden atau informan dengan dilakukan wawancara terkait penelitian.⁴⁴

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, atau daftar pertanyaan yang peneliti siapkan untuk mendapatkan informasi. Instrumen bisa juga disebut sebagai alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data agar mempermudah penelitian supaya mendapatkan hasil yang lebih maksimal, agar mudah diolah. Adapun instrumen atau alat yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Catatan sosial dengan cara mencatat hal-hal yang sangat penting pada saat pengambilan data dan informasi dari responden atau informan
- b. Pedoman wawancara adalah dengan menyiapkan terlebih dahulu hal-hal apa saja yang perlu ditanyakan kepada responden

⁴⁴Dr. Azharsyah Ibrahim, SE, AK, M.S.O.M.2021. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Banda Aceh: Ar-Raniry press. H.87.

Dr. DRS, H. Rifa'i Abubakar, MA. 2021. *Pengantar metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-press. h.6

- c. Format dokumentasi atau kamera adalah dengan mengambil gambar atau foto dari subjek penelitian atau merekam hasil wawancara antara peneliti dengan responden.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk kepentingan ini, maka penulis menempuh cara yaitu diawali dengan membaca, mencatat, mengutip, memilih lalu menyusun data yang diperoleh⁴⁵

Adapun cara pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan metode yang akurat dan spesifik dalam melakukan pengumpulan data serta memiliki tujuan mencari informasi mengenai segala kegiatan yang sedang berlangsung untuk dijadikan objek dalam kajian penelitian.

2. Wawancara

Wawancara berisi tanya jawab atas pertemuan dengan seseorang untuk suatu pembicaraan. Metode wawancara dalam konteks ini berarti memperoleh suatu fakta atau dengan melakukan komunikasi persuasif (tanya jawab secara langsung) dengan responden penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mencari informasi dengan catatan atau dokumen yang ada dan dianggap relevan dengan

⁴⁵ Tanzeih, A. 2011. *Metodologi penelitian praktis*. 55

masalah penelitian baik berupa naskah teks ataupun berupa foto yang terkait permasalahan penelitian.⁴⁶

H. Teknik Analisis Data

Setelah data didapatkan maka langkah selanjutnya menganalisis data tersebut, dalam menganalisis data, peneliti menggunakan metode analisa kualitatif, artinya peneliti dapat menghasilkan data deskriptif yang berupa kalimat tertulis atau lisan dari individu yang diamati.

Setelah data selesai hasilnya akan disajikan secara deskriptif dengan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dan akan ditarik kesimpulan atas jawaban permasalahan yang diangkat, jadi dalam hal ini peneliti menggunakan cara berpikir induktif. Metode induktif adalah suatu kejadian atau peristiwa yang sesuai dengan fakta yang ada dan ditarik kesimpulan hingga menjadi keputusan yang bersifat umum.

⁴⁶Rukin, *metodologi penelitian kualitatif Edisi revisi*, (cet. 1; surabaya: CV. Jaka media Publishing, 2019), h.72. Diakses (10 Oktober 2022 puku 19:47

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. TVRI Sulawesi Selatan

a) Lokasi Penelitian

TVRI Sulawesi Selatan yang didirikan pada tanggal 07 Desember 1972 ini memiliki kantor yang beralamatkan di Jl. Padjonga Dg. Ngalle No.14, Mario, Kec. Mariso, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

b) Sejarah TVRI Sulawesi Selatan

TVRI Sulawesi Selatan didirikan berdasarkan surat keputusan gubernur kepala Daerah Sulawesi Selatan Nomor 178/VII/71 pada tanggal 15 Juli 1971 dengan menugaskan panitia pembentukan.

Pada tanggal 7 Desember 1972 TVRI Ujung Pandang memulai program siarannya dalam status 'siaran percobaan'. Saat itu siaran TVRI Ujung Pandang dapat disaksikan untuk radius 60 kilometer pada enam wilayah: Kota Ujung Pandang, Kabupaten Maros, Pangkajene Kepulauan, Kabupaten Gowa, Takalar dan Jeneponto.

Sejak siaran percobaan tersebut TVRI Sulawesi Selatan tersebut TVRI Sulawesi Selatan menggunakan pemancar 1 KW VHF (*Very High Frequency*) dengan ketinggian menara 75 meter. TVRI Ujung Pandang adalah stasiun TVRI keempat yang beroperasi setelah Jakarta (24 Agustus 1962), Yogyakarta (17 Agustus 1965), dan Medan (28 Desember 1970).⁴⁷ Penyiaran TVRI Ujung Pandang sesuai nama saat itu berawal hanya satu kali dalam seminggu, pada hari Sabtu jam 19.00 WITA hingga Jam 20.00 WITA.

⁴⁷ Dokumen dari TVRI Sulawesi Selatan pada tanggal 30 April 2024.

c) Visi-Misi TVRI Sulawesi Selatan

Sesuai dengan arahan Presiden dan Wakil Presiden terpilih bahwa seluruh rencana strategis kementerian/lembaga periode 2023-2024 harus mengacu kepada Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden terpilih yang dituangkan dalam RPJMN 2020-2024 sebagai berikut:

1. Visi

Visi Lembaga Penyiaran Publik yaitu “ Mewujudkan LPP TVRI yang handal, profesional, inovatif, dan berintegritas dalam pelayanan kepada presiden dan wakil presiden: “Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian berlandaskan Gotong-Royong.”

2. Misi

Untuk mewujudkan visi tersebut, akan ditempuh melalui misi presiden dan wakil presiden sebagai berikut:

- Memberikan dukungan teknis dan administrasi serta analisis yang cepat, akurat, dan responsive kepada presiden dan wakil presiden dalam mengambil kebijakan penyelenggara Negara sesuai dengan kewenangan LPP TVRI.
- Menyelenggarakan pelayanan yang efektif dan efisien dibidang pengelolaan sumber-sumber, pengawasan, administrasi umum, informasi dan hubungan kelembagaan LPP TVRI.
- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, sarana dan prasarana LPP TVRI.

d) Tugas Pokok dan Fungsi

TVRI Sulawesi Selatan mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, control dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran

televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.⁴⁸

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, kepala TVRI Stasiun Sulawesi Selatan⁴⁹ mempunyai tugas:

- 1) Menyelenggarakan penyusunan rencana kerja dan anggaran;
- 2) Menyelenggarakan kegiatan produksi dan penyiaran program;
- 3) Menyelenggarakan kegiatan produksi dan penyiaran berita;
- 4) Menyelenggarakan kegiatan keuangan;
- 5) Menyelenggarakan kegiatan teknik;
- 6) Menyelenggarakan kegiatan Umum dan SDM

⁴⁸ Dokumentasi dari TVRI Sulawesi Selatan pada tanggal 30 April 2024

⁴⁹ Dokumentasi dari TVRI Sulawesi Selatan pada tanggal 30 April 2024

e) Struktur Organisasi TVRI Stasiun Sulawesi Selatan

Struktur Organisasi TVRI Sulawesi Selatan

KEPALA STASIUN TVRI SULAWESI SELATAN

JATI SETYOWAHYU, S.T., M. AB.

NIP. 196705231986031001

PEMBINA UTAMA MUDA IV -C

KEPALA SUB BAGIAN TATA USAHA

ARNITA IRAWATI, S.E., MM.

NIP. 197108071997032003

PEMBINA UTAMA MUDA IV-A

KELOMPOK JABATAN FUNGSIONAL DAN NON
FUNGSIONAL

Nama Jabatan Struktural dan Ketua Tim Perencana dan Pengendali, dan Pengembangan TVRI Stasiun Sulawesi Selatan:

Tabel

No	Nama	Jabatan Struktural dan ketua tim	Gol.
1	Jati Setyo Wahyu, S.T.,M.AB NIP. 196705231986031001	Kepala TVRI Stasiun Sulawesi Selatan	IV-C
2	Arnta Irawati, SE.,MM. NIP. 197108071997032003	Kepala Sub Bagian Tata Usaha	IV-A
3	Andi Natsir Ishak NIP. 197001141992031008	Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Program	III-C
4	Anugerah Eko Setiawan NIP. 197311221998031001	Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Media Baru	III-B
5	Sophian Lasimpala, S.P.T NIP. 197502051994031001	Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Promo	III-D
6	Bahri, S.E. NIP. 197502051994031001	Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Produksi dan Penyiaran Berita	III-B
7	Drs. M. Iksan NIP. 197106132014091001	Ketua Tim Perencanaan, Pengendalian Pengembangan Usaha	III-D
8	Suwardani Selamat NIP. 196501191985031003	Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Teknik	IV-A
9	Dra. Andi Batariana, MM NIP. 196609251993032001	Ketua Tim Perencanaan, pengendalian, dan pengembangan umum	IV-A

10	Patmawati, S.Sos., M.Si NIP. 197312311999032006	Ketua Tim Perencanaan, dan pengendalian Anggaran	IV- A
----	--	---	----------

f) Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan

Adapun beberapa program dakwah TVRI Sulawesi Selatan, sebagai berikut:

1. Teletilawah

Teletilawah merupakan salah satu program acara televisi agama islam di TVRI Sulawesi Selatan. Program ini melibatkan *audiens* untuk bergabung melalui telpon atau media skype dan membacakan ayat Al-Qur'an yang ditentukan oleh pihak TVRI dan dinilai oleh para dewan juri.

2. Senandung Religi

Senandung Religi merupakan program acara televisi agama islam di TVRI Sulawesi Selatan. Program ini berisi lantunan-lantunan religi islam yang dibawakan oleh majelis ta'lim.

3) Fokus Islami

Fokus Islami merupakan program dakwah dengan metode cermah dan tanya jawab. Bentuk program ini yakni dengan menghadirkan seorang narasumber atau *da'i* dan juga sekelompok *majelis ta'lim* yang dipandu oleh seorang moderator.

4) Mimbar Agama

Program ini merupakan acara induk keagamaan, yang berisi tentang penyampaian pesan-pesan agama.

Yang bertanggung jawab atas seluruh pelaksanaan acara studio adalah Program Direktur Umum, Yang Bertanggung Jawab atas suatu acara dilaksanakan peracara adalah Program Direktorat (PD Acara).

g) Program TVRI Non Dakwah

1. Karebata'

Karebata' merupakan program berita yang membahas hal-hal unik, kejadian viral dan informatif di sekitar masyarakat.

2. Balla'ku

Balla'ku merupakan program acara bernuansa anak-anak yang selalu tayang secara *live outdoor* disekolah-sekolah. Balla'ku merupakan program khusus yang isinya (*Entertainment, News, Life and Culture, kids serta sport*) untuk anak-anak.

3. Melodia

Melodia merupakan salah satu program *hitz live music* untuk sobat milenial yang menampilkan lagu *favorite playlist* dari sobat milenial.

4. Rubrik Kesehatan

Rubrik Kesehatan merupakan program *talkshow* interaktif bersama narasumber seorang dokter. Program ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat awam agar menyadari pentingnya untuk tetap menjaga kesehatan.

5. Daeng Mampo

Daeng Mampo merupakan salah satu program yang sudah lama eksis di layar televisi kita, program ini menyajikan kive musik daerah yang dibawakan oleh para seorang penyanyi yang diiringi langsung oleh band tujuannya untuk melestarikan musik-musik daerah.

6. Cerita Campuruk Makkalak

Cerita Campuruk Makkalak merupakan adegan drama jenaka yang disiarkan *live outdoor* dan *outdoor*.

7. Ragam Makassar

Ragam Makassar merupakan program yang berisikan tentang hal-hal yang menarik yang ada di Makassar mulai dari kulinernya, objek wisata, dan hal viral akan dibahas diprogram ini.

8. Ga'de Ga'de

Ga'de Ga'de merupakan salah satu program TVRI yang berupa drama dibuat dalam bentuk komedi untuk mempromosikan UMKM yang ada di Sulawesi Selatan.

9. Gelar Seni

Gelar Seni merupakan salah satu program TVRI Sulawesi Selatan yang menampilkan pertunjukan seni dari setiap daerah di Sulawesi Selatan, yang kemudian mengundang narasumber dalam hal ini pengamat budaya atau pelatih dari sanggar seni tersebut.⁵⁰

10. Cinemata'

Cinemata' merupakan program yang membahas sebuah film karya anak muda berprestasi yang diputar dalam studio dan menghadirkan narasumber dan para audiens.

11. Apresiasi Budaya

Program Apresiasi budaya ini merupakan program yang mengedepankan kesenian dan kebudayaan Sulawesi Selatan, dikemas gaya obrolan dengan ikon musik sinrilik.

12. Paraikatte

Paraikatte merupakan program *talk show* interaktif yang dimana mengundang narasumber-narasumber yang membahas tentang isu-isu hangat yang sedang

⁵⁰ Sri Rezeki, Pegawai TVRI Sulawesi Selatan, (Makassar, Wawancara 30 April 2024)

diperbincangkan guna memberikan informasi kepada warga Sulawesi Selatan.

h) Sumber Daya Manusia

Jumlah Pegawai TVRI Sulawesi Selatan saat ini Bulan Juli 2023 berjumlah 215 orang yang terdiri dari PNS, PBPNS dan Pegawai Kontrak sebagai berikut.

Tabel
Jumlah Pegawai TVRI

No	Unit Kerja	Jumlah
1	Aparatur Sipil Negara (PNS)	81
2	Pegawai bukan Pegawai Negri Sipil	63
3	Pegawai Kontrak	36
4	Pegawai Tenaga Harian Lepas (Penyiar/Kontributor)	35
JUMLAH		215

B. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. STRATEGI PROGRAM DAKWAH TVRI SULAWESI SELATAN DI ERA DISRUPSI

Perkembangan industri pertelevisian di Indonesia sangatlah pesat, khususnya untuk pertelevisian swasta yang produksi siarannya sangat diminati oleh masyarakat. Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan televisi lokal diberbagai daerah semakin berkembang sehingga memicu adanya berbagai teknik penyajian siaran agar lebih menarik perhatian pemirsa khususnya dalam program dakwah. Televisi lokal juga tidak kalah dengan televisi nasional lainnya sehingga memudahkan masyarakat untuk mengkonsumsi hiburan dan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Jadi, Strategi utama yang digunakan TVRI Sulawesi Selatan dalam Program Dakwah Di era Disrupsi saat ini dalam hasil wawancara oleh bapak Andi Natsir Ishak selaku Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Program Bahwa:

“Strateginya, melihat perkembangan zaman baru kita mensurvei lapangan seperti apasih sebenarnya perkembangannya khususnya dibidang agama, dakwah berdasarkan minat masyarakat baru kita buat program acaranya berdasarkan keinginan masyarakat. Berdasarkan itu, kita buat program minat masyarakat karena kita berdasarkan rating disetiap pembuatan program acara, mau bidang apapun itu.”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada Bapak Andi Natsir, Bahwa TVRI Sulawesi Selatan membangun strategi mereka berdasarkan survei dan mengikuti perkembangan zaman. Mereka berusaha memberikan program acara berdasarkan minat masyarakat dari hasil survei. Sehingga konten siaran yang mereka sajikan bisa menghibur, mendidik dan memberikan informasi kepada masyarakat khususnya dalam bidang dakwah.

Selain itu, adapun ide TVRI Sulawesi Selatan dalam menciptakan sebuah program acara yaitu mereka bergantung pada konten siaran yang lebih di minati oleh masyarakat, yaitu konten dakwah. Mengingat juga TVRI Sulawesi Selatan merupakan media yang memiliki visi untuk mencerdaskan masyarakat yang ada di Sulawesi Selatan khususnya Makassar.

TVRI Sulawesi Selatan juga melakukan analisis perubahan yang signifikan dalam pendekatan atau metode yang digunakan dalam program dakwah di TVRI Sulawesi Selatan sejak masuknya era disrupsi, seperti yang dikatakan oleh Bapak Andi Natsir Ishak:

“Metodenya lebih ke digital, sekarang lebih enak dan mudah, kalo dulu kan kita menggunakan media harus ada transport untuk jalan, sekarang bisa menggunakan telepon, zoom, media platform, media mainstream seperti instagram, kita bisa buka kuisioner, Q&A/ tanya jawab langsung di media sosial, itu lebih muda, dan saya rasa sekarang memang sudah serba mudah.”

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada Bapak Andi Natsir Ishak, menjelaskan perkembangan digitalisasi sangat mempermudah dalam mengakses rating ataupun komentar, saran dan kritik melalui media platform atau media mainstream seperti sosial media yang bisa langsung secara cepat dapat diakses.

⁵¹ Andi Natsir Ishak, Ketua tim perencanaan dan pengendalian program TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

Ini merupakan perubahan yang signifikan yang dapat mendukung program dakwah TVRI Sulawesi Selatan dalam memperbaharui dan mengikuti perubahan digital yang begitu pesat sehingga program dakwah TVRI lebih cepat dan mudah diakses kapan saja dan dimana saja.

Dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk mendukung strategi program dakwah mereka di era disrupsi TVRI Sulawesi Selatan, seperti yang disampaikan Bapak Andi Natsir Ishak:

"Strateginya yaitu membuat program acara yang diminati oleh masyarakat, karena kita sebagai Lembaga Penyiaran Publik harus membuat program berdasarkan zamannya, dengan memanfaatkan teknologi yang sudah semakin canggih."

Itulah yang disampaikan Bapak Natsir Ishak selaku Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Program bahwa pemanfaatan teknologi dan inovasi menjadi strategi yang jitu untuk membuat program acara yang lebih diminati masyarakat luas. Selain itu, program yang disiarkan dapat lebih dikembangkan dan dikemas lebih modern dan mengikuti perkembangan digital sehingga membuat para masyarakat lebih berminat dalam menonton program TVRI khususnya dalam bidang dakwah.

Disisi lain TVRI Sulawesi Selatan dapat memperoleh keuntungan dari strategi program dakwah yang mereka terapkan di era disrupsi ini, seperti yang disampaikan oleh Bapak Natsir Ishak dalam wawancara oleh peneliti:

"Kalo dari sisi TVRI nya jelas dari pemasarannya. Pemasarannya dapat dilihat dari rating sharenya, minat dan penontonnya berapa orang, berapa rating sharenya yang diperoleh program acara, itu keuntungan yang paling dirasakan karena kalo televisi itu yang paling utama adalah rating. Nah suatu program acara, misalnya khusus acara dakwah itu suksesnya bisa dilihat dari rating sharenya. Kita keuntungannya dari situ. Setelah rating share baru kita dapat keuntungan pemasaran, ada produk yang kita jual dalam program tersebut karena minat penonton banyak, rating sharenya meningkat, kita dapat peluang dari situ. Untuk memasarkan produk kita, khususnya produk pemerintah, apakah itu iklan layanan masyarakat kita selipkan disitu, atau produk TVRI dan lain-lain."

Berdasarkan hasil penjelasan Bapak Andi Natsir Ishak melalui wawancara peneliti bahwa keuntungan yang diperoleh TVRI Sulawesi Selatan yang mereka terapkan dari strategi program dakwah yang mereka terapkan di era disrupsi ini sangat dirasakan.

Terlebih dari sisi rating dan pemasaran, ini menunjukkan bahwa digitalisasi di era disrupsi menjadi peluang yang besar bagi TVRI dalam meningkatkan minat masyarakat dalam program-programnya, terkhusus program dakwah.

Selain itu, TVRI juga mampu memasarkan produk pemerintah seperti, iklan layanan masyarakat. Hal ini bisa kita kembangkan karna pemerintah tetap menjadi sponsor utama dalam mendukung strategi dan program-program TVRI dalam bersaing di era digital.⁵²

Program dakwah yang diselenggarakan oleh TVRI Sulawesi Selatan melibatkan partisipasi masyarakat dalam program-program dakwah di era disrupsi seperti yang di jelaskan oleh Bapak Andi Natsir Ishak:

Kalo minatnya, sekarang televisi agak menurun misalnya dari minat masyarakat dari golongan kualifikasi umur 50 tahun ke atas masing tinggi peminat, tapi kalo kualifikasi umur 50 tahun kebawah apalagi kaum milenial sangat kurang sekali. Apalagi kita ini butuh misalnya butuh penonton, butuh materi yang anak-anak muda sukai. Susah sekarang, kita tidak tau apakah, kita kurang memberikan promosi keluar untuk menaikkan minat masyarakat atautkah memang masyarakat kualifikasi umur 50 tahun kebawah itu sudah kehilangan minat menonton televisi. Apalagi era digital sekarang, orang-orang merasa tidak perlu memerlukan televisi, lebih ke handphone dan sosial media. Jadi, minat penonton kualifikasi umur 50 tahun keatas masih tinggi peminat diprogram dakwah tapi kalo 50 tahun kebawah itu kurang peminatnya.”

Dari hasil wawancara diatas, peminat penonton televisi sudah sangat menurun jika ditinjau dari kualifikasi umur 50 tahun kebawah. Ini dikarenakan kaum milenial sudah sangat kehilangan minat dalam menonton acara program televisi terlebih lagi dibidang dakwah. Kaum milenial lebih memilih menonton konten-konten video yang tersebar luas di media sosial, sehingga membuat program acara televisi sangat menurun dikalangan milenial.

Namun, jika ditinjau dari peminat kualifikasi umur 50 tahun keatas, program televisi khususnya dibidang dakwah masih banyak peminatnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlunya pembaharuan program acara yang harus mampu bersaing dengan konten-konten digital, agar kaum milenial tetap tertarik untuk menonton acara program dakwah TVRI

⁵² Andi Natsir Ishak, Ketua tim perencanaan dan pengendalian program TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

Sulawesi Selatan

TVRI Sulawesi Selatan juga melakukan kolaborasi atau kemitraan strategis yang mereka lakukan untuk mendukung dan memperkuat strategi program dakwah mereka ditengah dinamika era disrupsi, seperti yang disampaikan Bapak Andi Natsir Ishak:

"Kita mencoba untuk melawan kurangnya minat, kita mencoba untuk berkolaborasi, salah satunya dengan sekolah Al-Azhar, jadi mereka yang membuat program acaranya khususnya dakwah dengan berbahasa arab sekaligus juga melatih dan memberikan informasi, edukasi kepada masyarakat yang ingin belajar berbahasa arab dan berdakwah. Jadi kita berkolaborasi dan sampai sekarang masih berkolaborasi dengan siapapun karena TVRI tidak bisa berdiri sendiri."⁵³

Dari hasil wawancara diatas oleh peneliti, bahwa kolaborasi yang dilakukan oleh TVRI menjadi salah satu strategi dalam menjadikan program dakwah lebih mampu dikenal dan diminati masyarakat dari berbagai kalangan dan kualifikasi umur. Mengingat banyaknya sekolah atau madrasah yang siap berkolaborasi dan bermitra dengan TVRI untuk menunjang program dakwahnya agar tetap mampu menjaga eksistensinya dalam bersaing di era digital.

Hal ini menjadi acuan agar TVRI lebih mampu mempelajari minat masyarakat dalam bidang dakwah di era digital. Selain itu, TVRI Sulawesi Selatan mampu menyesuaikan strategi program dakwah mereka dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era disrupsi seperti yang dijelaskan oleh Bapak Andi Natsir Ishak selaku Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian program:

"Kita menyesuaikan dengan membuka diri, TVRI juga belajar dengan siring perkembangan zaman. TVRI belajar kalo metode maupun peralatan dakwah ataupun metode dakwah di era digitalisasi itu berubah sudah tidak seperti dulu lagi. Makanya TVRI belajar kita perlu kolaborasi dan saya kira dengan kolaborasi itu kita sama-sama belajar, TVRI belajar dari luar dan yang dari luar belajar di TVRI, sehingga menciptakan program acara diminati oleh masyarakat."⁵⁴

⁵³ Andi Natsir Ishak, Ketua tim perencanaan dan pengendalian program TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

⁵⁴ Andi Natsir Ishak, Ketua tim perencanaan dan pengendalian program TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

Dari hasil wawancara dan penjelasan narasumber, bahwa penyesuaian TVRI mereka lakukan dengan membuka diri dan berkolaborasi dengan siapapun untuk mendukung dan mengupgrade program acara TVRI. Mereka juga mengakui bahwa digitalisasi sangat berpengaruh dalam menyesuaikan program acara mereka ditengah perkembangan teknologi dan komunikasi.

Hal ini dapat dilihat dari media platform TVRI yang kerap mengupdate kegiatan acara terbaru yang TVRI tayangkan. Seperti konten digital yang berperan sebagai strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan dalam mendukung aktivitas program dakwah ditengah persaingan media digital yang disampaikan oleh Bapak Andi Natsir Ishak dalam wawancara dengan peneliti:

"Salah satu peran digital itu, format acara atau teknologi itu mengenal dengan namanya angka 1 dan 0, jadi saya bahas teknisnya, sesuai dengan televisi digital yang berbeda dengan televisi analog dulu. Jadi, kalo digitalisasi sekarang itu dia mengenal jernih atau tidak jernih, bagus atau tidak bagus jadi kapan kalo dia setengah-setengah digitalisasi itu tidak akan terima. Dia mau terima itu 1 dan 0 atau tidak sama sekali. Jadi lebih gampang dan enak dinikmati di zaman sekarang digitalisasi dibandingkan dengan zaman analog dulu. Sekarang digitalisasi apa-apa serba mudah dan lebih efisien dan dimudahkan segala halnya dalam digitalisasi."

Dari hasil wawancara diatas, bisa kita ketahui bahwa peran konten digital memiliki peran yang sangat penting dalam strategi program dakwah agar mampu bersaing ditengah media digital yang semakin canggih. Konten-konten yang disajikan akan terus dikembangkan sesuai dengan minat para kaum milenial agar program dakwah tidak hanya digemari oleh kualifikasi umur 50 tahun ke atas saja tetapi juga mampu diminati oleh kaum-kaum milenial.

Selain itu, TVRI Sulawesi Selatan juga secara langsung mengidentifikasi dan merespon kebutuhan serta preferensi audiens yang beragam diera disrupsi seperti yang dikemukakan oleh Bapak Andi Natsir Ishak dalam wawancara langsung di TVRI Sulawesi Selatan:

"Kita lakukan terjun langsung kelapangan atau buka media platform untuk melakukan survei dengan mengevaluasi keinginan masyarakat, program apa yang mereka inginkan sehingga TVRI bisa di nonton dan mampu mengikuti

perkembangan zaman berdasarkan kualifikasi umur. Dari situlah lahir acara-acara program yang diinginkan masyarakat, kaum milenial, entah itu acara komedi dan lain sebagainya. Sementara untuk kualifikasi umur 40 ke atas mereka menyukai program religi, dan untuk anak muda gen Z lebih ke acara hiburan dan musik. Jadi salah satu strategi kita adalah melakukan survei.”

Dari hasil wawancara diatas, TVRI Sulawesi Selatan memiliki strategi utama dalam menjaga eksistensi programnya yaitu dengan melakukan survei langsung ke lapangan. Tujuannya adalah agar mereka mampu mengkaji apa saja yang diminati masyarakat dari berbagai kalangan untuk dijadikan ide baru dalam membuat program yang lebih menarik.

Program-program dakwah TVRI Sulawesi Selatan juga tetap melakukan peningkatan mutu dan ide agar tetap diminati oleh masyarakat ditengah ketatnya persaingan digital yang semakin membuat program acara televisi sudah semakin mundur peminatnya. Selain itu, program acara religi islami yang TVRI programkan merupakan program unggulan yang masih tetap dijaga hingga hari ini dan akan tetap terus berjalan dan terus dilakukan peningkatan agar program-program televisi khususnya dakwah tidak selalu mengalami penurunan rating.

Kemudian TVRI Sulawesi Selatan juga mengambil langkah konkret untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam program-program dakwah di era disrupsi seperti yang dikatakan narasumber langsung dari TVRI Sulawesi Selatan:

“Program acara konkret kita itu salah satunya membuat program acara Fokus Islami. Yang dimana Fokus Islami itu dia live dan melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Dimana setiap segementasinya itu ada interaksi dengan penonton distudio, ada interaksi lewat telepon, atau lewat komentar Platform Mainstream, seperti Twitter TVRI, Youtube TVRI, dan Instagram TVRI, itu langkah konkretnya. Jadi kritikan, saran dan masukan ketika live itu kita terima, adapun pertanyaan terkait dakwah atau tema yang dibawa hari itu yah langsung dibahas pada saat itu.”

Berdasarkan penjelasan Bapak Andi Natsir Ishak dalam wawancaranya adalah TVRI Sulawesi Selatan sudah lebih dulu menyiapkan strategi yang konkret dalam program dakwahnya agar interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam acara dakwah tetap efisien. Melalui media Platform Digital, seperti sosial media menjadikan keterlibatan masyarakat entah itu diundang langsung ke TVRI pada saat live acara programnya maupun berinteraksi

melalui media Platform Digital TVRI⁵⁵

Ini menunjukkan bahwa TVRI Sulawesi Selatan menyadari bahwa persaingan digital di era disrupsi ini akan mempengaruhi eksistensinya sehingga strategi-strategi yang mereka lakukan dalam mengikuti perkembangan teknologi juga tidak main-main.

Dengan memanfaatkan teknologi dan media platform digital, TVRI Sulawesi Selatan akan terus meningkatkan dan memberikan inovasi dan ide menarik dalam setiap program yang mereka tayangkan. Mulai dari program dakwah hingga program-program acara lainnya.

Selain itu, strategi lain TVRI Sulawesi Selatan juga memanfaatkan data dan analisis untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi-strategi dakwah mereka di era disrupsi seperti yang telah dipaparkan oleh Ketua Tim Perencanaan dan Pengendalian Program Bapak Andi Natsir Ishak:

“Strateginya dengan membuat barkot di setiap akhir program disudut kanan televisi dan pemirsa bisa scan disitu dari data itu semua apa yang masyarakat inginkan itu disatukan didalam data basenya TVRI yang disimpan dalam Storect, jadi data kritikan dan saran seputar program acara khususnya dakwah, kami sudah menyiapkan barkot untuk langsung di scan agar memudahkan msyarakat dalam mengakses data base TVRI.”⁵⁶

Dari hasil wawancara di atas, TVRI Sulawesi Selatan memiliki strategi lain dengan metode barkot yang dapat discan oleh masyarakat diakhir program. Tujuannya agar masyarakat mampu memberikan kritikan dan masukan langsung kepada program acara sehingga TVRI dapat menganalisis dan dapat lebih mengiptimalkan strategi program dakwah mereka menjadi lebih baik lagi.

Selain dari memanfaatkan data dan analisis, TVRI Sulawesi Selatan juga menggunakan peran influencer dan berkolaborasi dengan pihak eksternal dalam meningkatkan dampak dan reach dari program-program dakwah mereka di era disrupsi,

⁵⁵ Andi Natsir Ishak, Ketua tim perencanaan dan pengendalian program TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

⁵⁶ Andi Natsir Ishak, Ketua tim perencanaan dan pengendalian program TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

seperti yang disampaikan oleh narasumber:

"TVRI tidak berdiri sendiri, kita harus melibatkan banyak pihak seperti yang kita ketahui bahwa kita lembaga penyiaran publik dari pemerintah untuk masyarakat. Jadi, yang kita lakukan itu melibatkan influencer. Jadi sudah banyak melibatkan influencer Seperti acara ga'de-ga'de mengangkat tema umkm itu 100% pengisi acaranya influencer khusus dari kota makassar. Itu salah satu untuk meningkatkan upaya sekaligus mendorong bagaimana program acara dapat sekreatif mungkin sehingga dapat di nonton banyak orang, khususnya dakwah, penyiaranya itu dari influencer. Karena peran influencer adalah menarik minat penonton dari followersnya, sehingga program acaranya memiliki banyak penonton."

Dari hasil wawancara di atas, Bapak Andi Natsir Ishak, menegaskan bahwa strategi lain yang mereka lakukan adalah dengan melibatkan peran influencer untuk berkolaborasi dalam setiap program acara mereka. Peran Influencer dapat menambah minat dan rating dari program acara dapat lebih meningkat. Khusus pada program acara dakwah, TVRI Sulawesi Selatan selalu menggunakan penyiar sekaligus influencer agar program dakwah yang dibawakan dapat lebih menarik dan masyarakat lebih berminat menonton acara programnya.

Namun, yang masih menjadi faktor penghambat dari program dakwah TVRI Sulawesi Selatan yang hingga saat ini menjadi problematika TVRI dalam menjalankan setiap program dakwahnya, yang telah disampaikan Bapak Andi Natsir Ishak selaku narasumber yang langsung di wawancara di TVRI langsung:

"penghambatnya adalah anggaran, itu adalah faktor utamanya untuk mendorong program acara khususnya dakwah. Sebenarnya bukan hanya dakwah. Hampir semua program acara pun sumber utama penghambat yah anggaran dan dana, terus kedua di era digital adalah update ilmu dan SDM TVRI masih banyak yang belum menguasai IT dan perubahan zaman. Akhirnya stuck di situ-situ saja. Pendukung utama masih disupport pemerintah, APBN dan masyarakat khususnya makassar."

Dari hasil wawancara diatas, peneliti dapat menyimpulkan beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat setiap program acara , terkhusus dakwah di TVRI Sulawesi Selatan:

a. Faktor Pendukung

1) Dukungan Pemerintah

TVRI Sulawesi selatan masih terus mendapat support dari pemerintah sehingga TVRI dapat terus menjadi penyiaran publik untuk masyarakat dalam menyampaikan berita dan juga acara program yang menarik untuk masyarakat, terkhusus masyarakat makassar.

2) Dari APBN

TVRI Sulawesi Selatan juga mendapat suplayer dana selain dari pemerintah juga dari APBN, meskipun sama-sama milik pemerintah, tetapi APBN masih menjadi salah satu yang selalu mendukung TVRI dalam bidang anggaran dana.

3) Masyarakat

TVRI Sulawesi Selatan juga selalu mendapat dukungan dari berbagai masyarakat, instansi , sekolah-sekolah, hingga universitas yang selalu melakukan kolaborasi dengan TVRI. Sehingga TVRI bisa tetap menjaga eksistensinya dan tetap menjadi Lembaga Penyiaran Publik kebanggaan masyarakat, khususnya masyarakat Makassar.⁵⁷

b. Faktor Penghambat

- 1) adalah masalah Anggaran dan SDM. ini sangat perlu perhatian penting dari pemerintah. Sebagai lembaga penyiaran publik dan televisi lokal, TVRI Sulawesi Selatan harus terus mendapat dukungan dan support dana pemerintah agar program-program acara yang ditayangkan dapat ikut bersaing dengan televisi-televisi lokal lainnya agar tidak terbelakang ditengah sengitnya persaingan digital.
- 2) Kualitas SDM juga perlu ditingkatkan dalam bidang teknologi dan komunikasi agar TVRI selalu melakukan ide baru untuk program yang lebih kreatif dan inovatif , sehingga TVRI tetap dapat ikut menjadi penyiaran publik yang tetap eksis dikalangan masyarakat.

⁵⁷ Andi Natsir Ishak, TVRI Sulawesi Selatan (Makassar, wawancara 30 April 2024)

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil observasi, wawancara dan pengumpulan data maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Strategi dari Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi dapat dikatakan Efisien karena TVRI dapat memanfaatkan teknologi dan komunikasi di era digital dengan baik. Dengan berbagai strategi mulai dari survei, rating, pemasaran, kolaborasi, analisis dan penggunaan media platform digital sehingga TVRI tetap mampu mengimbangi persaingan era digital.
2. Faktor pendukung program dakwah TVRI adalah tetap adanya support dari berbagai pihak, seperti pemerintah, APBN, masyarakat, instansi hingga universitas yang selalu siap berkolaborasi dengan TVRI. Sehingga TVRI tetap menjadi lembaga penyiaran publik kebanggaan masyarakat, khususnya masyarakat Makassar.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berharap kepada TVRI Sulawesi Selatan agar lebih mengoptimalkan setiap program acara, khususnya bidang dakwah. Melihat sekarang ini, generasi-generasi milenial tidak lagi banyak yang melirik televisi terlebih program acara dakwah, mereka lebih tertarik menonton konser-konser hiburan musik dibandingkan dengan menonton dan ikut di acara program dakwah. Kreatifitas dan ide yang TVRI lakukan di setiap program acara lebih ditingkatkan agar lebih menarik dan lebih mampu mengikuti perkembangan zaman namun tetap tidak menghilangkan nilai-nilai islam.

2. Peneliti berharap kepada TVRI Sulawesi Selatan agar tetap menjadi Lembaga Penyiaran Publik yang senantiasa memberikan tayangkan yang mendidik dan menghibur seperti visi nya yang untuk mencerdaskan anak bangsa.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers
- Alfandi, M., "Perkembangan Dakwah Islam Melalui Media Televisi di Indonesia (Tela'ah Terhadap Metode dan Teknik Dakwahnya" dalam "Jurnal Ilmu Dakwah" (Vol. 27, No. 2, Juli-Desember 2007). Diakses pada 25
- Bryson, J. M. 2007. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chistensen, C., M. 2016. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firm to Fail*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Departemen Agama RI. 2010. *Al Hikmah: Alquran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro
- Eastman, S. T., dan Douglas A. F. 2009. *Media Programming: Strategies and Practice*. Belmont, Calif: Thomson Wadsworth
- Effendy, O. U. 1989. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Mandar
- Fachruddin, A., dan Hidajanto. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Faqih, A. 2015. *Sosiologi Dakwah Teori dan Praktik*. CV Karya Abadi Jaya: Semarang
- Cangara, H. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Furqon, A. 2019. *Strategi Dakwah Habiburrahman El Shirazy pada Film "Dalam Mihrab Cinta"*. Skripsi, Semarang: UIN Walisongo
- Ghoida, N., A. 2016. *Strategi Komunikasi Hijabers Semarang dalam Menyebarkan Hijab pada Musimah Muda di Semarang*. Skripsi, Semarang: UIN Walisongo
- Halim, dkk. 2018. "Strategi Stasiun TV9 Lombok di Era Disrupsi". *Journal uinmataram.ac.id*. (Volume X, No. 2, Desember 2018). Diakses pada Selasa, 4 Desember 2019
- Hartono. 2009. "Tahun Produksi 2009", dalam *Monitor*, 2. Diakses pada 10 Februari 2020
- Ibrahim, I. S. dan Jalaluddin. R. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Irawan, Judith F., P. 2018. *Tantangan Bagi Perguruan Tinggi dalam Menyokong Era Digital*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan
- Jatmiko, RD. 2003. *Manajemen Strategik*. Malang: UMM Press, Kasali, 2017.
- Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama
- Liliweri, A. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

- MajuEmzir. 2010. *Analists Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Markalis, A. 2016. *Strategi Komunikasi Simbang5 TV dalam Mengembangkan Program-program Dakwah*. Skripsi, Semarang: UIN Walisongo
- Moleong, L., J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Pimay.
- A. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang: Rasail
- Mufid, M. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* Jakarta: Kencana.
- Muhtadi, A. S. dan Sri, H. 2000. *Dakwah Kontemporer. Pola Dakwah Melalui Media Televisi*. Bandung: Pusdai Press.
- Prayitno, D. 2017. *Strategi Dakwah Remaja Masjid Al-Wustha di Dukuh Mendungsari Bulurejo, Gondangrejo, Karanganyar*. Skripsi, Surakarta: IAIN Surakarta
- Rakhmat, J. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia
- Pustakawan Utama Kompas GrRasimin. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Cendekia.
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak September 2019.
- Soewandji, J. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Subroto, D. S. 1993. *Televisi sebagai Media Pendidikan Teori dan Praktik*.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA CV
- Suhandang, 2014. *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sulthon, M. 2003. *Desain Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis dan Aksiologis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Supena, I. 2013. *Filsafat Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak Tanzeah, A.
2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras
- Taufik, T. 2013. *Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam*. Kuningan: Penerbit Pustaka Al-Ikhlash (edisi e-book).
- Wibowo, F. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Boos Publisher Yogyakarta: Duta Wacana University Press

LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian


PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Bangorevile No. 11 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 444938
 Website : <http://litmap-nem.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor	25409/S.01/PTSP/2023	Kepada Yth.
Lampiran	-	Kepala Lembaga Penyiaran Publik (LPP) TVRI Sulawesi Selatan
Perihal	Izin penelitian	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor 22/18/05/c.4-viii/x/1444/2023 tanggal 30 Agustus 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawahi m:

N a m a	MAEMUNAH	
Nomor Pokok	105271101320	
Program Studi	Komunikasi Penyiaran Islam	
Pekerjaan/Lembaga	Mahasiswa (S1)	
Alamat	Jl. Sultan Alauddin No. 258 Makassar	

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

*** STRATEGI PROGRAM DAKWAH TVRI SULAWESI SELATAN DI ERA DISRUPSI ***

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **07 September s/d 07 Oktober 2023**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 07 September 2023

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si
 Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
 Nip : 19750321 200312 1 008

Terdapat 2 (dua) Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar
2. Penerima

Nomor: 25409/S.01/PTSP/2023

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati/Walikota C q. Kepala Bappalitbangda Prov. Sulsel, apabila kegiatan dilaksanakan di Kab/Kota
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar hardcopy dan softcopy kepada Gubernur Sulsel C q. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Sulsel
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

REGISTRASI ONLINE IZIN PENELITIAN DI WEBSITE :

<https://izin-penelitian.sulselprov.go.id>

90MQR REGISTRASI 20230907007629



Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
- Dokumen ini telah dipadatkan secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSEI**
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan melakukan scan pada QR Code





Judul Skripsi: Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi

Rumusan Masalah:

1. Bagaimana Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan dalam menghadapi Era Disrupsi?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dari Strategi Program Dakwah TVRI Sulawesi Selatan di Era Disrupsi?
 - a. **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**
 - 1) Bagaimana sejarah TVRI Sulawesi Selatan?
 - 2) Apa saja Visi Misi TVRI Sulawesi Selatan?
 - 3) Dimana lokasi TVRI Sulawesi Selatan?
 - 4) Bagaimana struktur Organisasi TVRI Sulawesi Selatan?
 - 5) Apa saja program acara yang ada di TVRI Sulawesi Selatan?
 - 6) Berapakah Jumlah pegawai di TVRI Sulawesi Selatan?
 - b. **Pertanyaan kepada partisipan**
 1. Bisa jelaskan strategi utama yang digunakan TVRI dalam program dakwah di era disrupsi?

Jawaban:

Strateginya, melihat perkembangan zaman baru kita mensurvei lapangan seperti apasih sebenarnya perkembangannya khususnya dibidang agama, dakwah berdasarkan minat masyarakat baru kita buatkan program acaranya berdasarkan keinginan masyarakat. Berdasarkan itu, kita buatkan program minat masyarakat karena kita berdasarkan rating disetiap pembuatan program acara, mau bidang apapun itu

2. Apakah ada perubahan signifikan dalam pendekatan atau metode yang digunakan dalam program dakwah di TVRI Sulawesi Selatan sejak masuknya era disrupsi?

Jawaban:

Metodenya lebih ke digital, sekarang lebih enak dan mudah, kalo dulu kan kita menggunakan media harus ada transport untuk jalan, sekarang bisa menggunakan telepon, zoom, media platform, media mainstream seperti instagram, kita bisa buka kuisioner, Q&A/ tanya jawab langsung di media sosial, itu lebih muda, dan saya rasa sekarang memang sudah serba mudah.

3. Bagaimana TVRI Sulawesi Selatan memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk mendukung strategi program dakwah mereka di era disrupsi?

Jawaban:

Strateginya yaitu membuat program acara yang diminati oleh masyarakat, karena kita sebagai Lembaga Penyiaran Publik harus membuat program berdasarkan zamannya, dengan memanfaatkan teknologi yang sudah semakin canggih.

4. Apa saja keuntungan yang diperoleh TVRI Sulawesi Selatan dari strategi program dakwah yang mereka terapkan di era disrupsi?

Jawaban:

Kalo dari sisi TVRI nya jelas dari pemasarannya. Pemasarannya dapat dilihat dari rating sharenya, minat dan penontonnya berapa orang, berapa rating sharenya yang diperoleh program acara, itu keuntungan yang paling dirasakan karena kalo televisi itu yang paling utama adalah rating. Nah suatu program acara, misalnya khusus acara dakwah itu suksesnya bisa dilihat dari rating sharenya. Kita keuntungannya dari situ. Setelah rating share baru kita dapat keuntungan pemasaran, ada produk yang kita jual dalam program tersebut karena minat penonton banyak, rating sharenya meningkat, kita dapat peluang dari situ. Untuk memasarkan produk kita, khususnya produk pemerintah, apakah itu iklan layanan masyarakat kita selipkan disitu, atau produk TVRI dan lain-lain.

5. Bagaimana keterlibatan dan partisipan masyarakat dalam program-program

dakwah yang mereka selenggarakan oleh TVRI Sulawesi Selatan di era disrupsi?

Jawaban:

Kalo minatnya, sekarang televisi agak menurun misalnya dari minat masyarakat dari golongan kualifikasi umur 50 tahun ke atas masing tinggi peminat, tapi kalo kualifikasi umur 50 tahun kebawah apalagi kaum milenial sangat kurang sekali. Apalagi kita ini butuh misalnya butuh penonton, butuh materi yang anak-anak muda sukai. Susah sekarang, kita tidak tau apakah kita kurang memberikan promosi keluar untuk menaikkan minat masyarakat ataukah memang masyarakat kualifikasi umur 50 tahun kebawah itu sudah kehilangan minat menonton televisi. Apalagi era digital sekarang, orang-orang merasa tidak perlu memerlukan televisi, lebih ke handphone dan sosial media. Jadi, minat penonton kualifikasi umur 50 tahun keatas masih tinggi peminat diprogram dakwah tapi kalo 50 tahun kebawah itu kurang peminatnya."

6. Apakah ada kolaborasi atau kemitraan strategis yang TVRI Sulsel lakukan untuk mendukung dan memperkuat strategi program dakwah mereka di tengah dinamika era disrupsi?

Jawaban:

Kita mencoba untuk melawan kurangnya minat, kita mencoba untuk berkolaborasi, salah satunya dengan sekolah Al-Azhar, jadi mereka yang membuat program acaranya khususnya dakwah dengan berbahasa arab sekaligus juga melatih dan memberikan informasi, edukasi kepada masyarakat yang ingin belajar berbahasa arab dan berdakwah. Jadi kita berkolaborasi dan sampai sekarang masih berkolaborasi dengan siapapun karena TVRI tidak bisa berdiri sendiri.

7. Bagaimana TVRI Sulawesi Selatan menyesuaikan strategi program dakwah mereka dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era disrupsi?

Jawaban:

Kita menyesuaikan dengan membuka diri, TVRI juga belajar dengan siring perkembangan zaman. TVRI belajar kalo metode maupun peralatan dakwah ataupun metode dakwah di era digitalisasi itu berubah sudah tidak seperti dulu lagi. Makanya TVRI belajar kita perlu kolaborasi dan saya kira dengan kolaborasi itu kita sama-sama belajar, TVRI belajar dari luar dan yang dari luar belajar di TVRI, sehingga menciptakan program acara diminati oleh masyarakat.

8. Apa peran konten digital dalam mendukung efektivitas program dakwah TVRI Sulawesi Selatan di tengah persaingan media digital?

Jawaban:

Salah satu peran digital itu, format acara atau teknologi itu mengenal dengan namanya angka 1 dan 0, jadi saya bahas teknisnya, sesuai dengan televisi digital yang berbeda dengan televisi analog dulu. Jadi, kalo digitalisasi sekarang itu dia mengenal jernih atau tidak jernih, bagus atau tidak bagus jadi kapan kalo dia setengah-setengah digitalisasi itu tidak akan terima. Dia mau terima itu 1 dan 0 atau tidak sama sekali. Jadi lebih gampang dan enak dinikmati di zaman sekarang digitalisasi dibandingkan dengan zaman analog dulu. Sekarang digitalisasi apa-apa serba mudah dan lebih efisien dan dimudahkan segala halnya dalam digitalisasi.

9. Bagaimana TVRI Sulawesi Selatan mengidentifikasi dan merespon kebutuhan serta preferensi audiens yang beragam di era disrupsi?

Jawaban:

Salah satu peran digital itu, format acara atau teknologi itu mengenal dengan namanya angka 1 dan 0, jadi saya bahas teknisnya, sesuai dengan televisi digital yang berbeda dengan televisi analog dulu. Jadi, kalo digitalisasi sekarang itu dia mengenal jernih atau tidak jernih, bagus atau tidak bagus jadi kapan kalo dia setengah-setengah digitalisasi itu tidak akan terima. Dia mau terima itu 1 dan 0

atau tidak sama sekali. Jadi lebih gampang dan enak dinikmati di zaman sekarang digitalisasi dibandingkan dengan zaman analog dulu. Sekarang digitalisasi apa-apa serba mudah dan lebih efisien dan dimudahkan segala halnya dalam digitalisasi.

10. Apa langkah konkret yang diambil TVRI Sulawesi Selatan untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam program-program dakwah di era disrupsi?

Jawaban:

Program acara konkret kita itu salah satunya membuat program acara Fokus Islami. Yang dimana Fokus Islami itu dia live dan melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Dimana setiap segementasinya itu ada interaksi dengan penonton distudio, ada interaksi lewat telepon, atau lewat komentar Platform Mainstream, seperti Twitter TVRI, Youtube TVRI, dan Instagram TVRI, itu langkah konkretnya. Jadi kritikan, saran dan masukan ketika live itu kita terima, adapun pertanyaan terkait dakwah atau tema yang dibawakan hari itu yah langsung dibahas pada saat itu.

11. Bagaimana TVRI Sulawesi Selatan memanfaatkan data dan analisis untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi program dakwah mereka di era disrupsi?

Jawaban:

Strateginya dengan membuat barkot disetiap akhir program disudut kanan televisi dan pemirsa bisa scan disitu dari data itu semua apa yang masyarakat inginkan itu disatukan didalam data basenya TVRI yang disimpan dalam Storect, jadi data kritikan dan saran seputar program acara khususnya dakwah, kami sudah menyiapkan barkot untuk langsung di scan agar memudahkan msyarakat dalam mengakses data base TVRI.

12. Apa pandangan TVRI Sulawesi Selatan terhadap peran influencer dan

kolaborasi dengan pihak eksternal dalam meningkatkan dampak dan reach dari program dakwah mereka di era disrupsi?

Jawaban:

TVRI tidak berdiri sendiri, kita harus melibatkan banyak pihak seperti yang kita ketahui bahwa kita lembaga penyiaran publik dari pemerintah untuk masyarakat. Jadi, yang kita lakukan itu melibatkan influencer. Jadi sudah banyak melibatkan influencer

Seperti acara ga'de-ga'de mengangkat tema umkm itu 100% pengisi acaranya influencer khusus dari kota makassar. Itu salah satu untuk meningkatkan upaya sekaligus mendorong bagaimana program acara dapat kreatif mungkin sehingga dapat dinonton banyak orang, khususnya dakwah, peniaranya itu dari influencer. Karena peran influencer adalah menarik minat penonton dari followersnya, sehingga program acaranya memiliki banyak penonton

13. Apa faktor yang mendukung dan faktor yang menghambat dalam menjalankan strategi program dakwah TVRI Sulawesi Selatan di era disrupsi?

Jawaban:

penghambatnya adalah anggaran, itu adalah faktor utamanya untuk mendorong program acara khususnya dakwah. Sebenarnya bukan hanya dakwah. Hampir semua program acara pun sumber utama penghambat yaitu anggaran dan dana, terus kedua di era digital adalah update ilmu dan SDM. TVRI masih banyak yang belum menguasai IT dan perubahan zaman. Akhirnya stuck di situ-situ saja. Pendukung utama masih disupport pemerintah, APBN dan masyarakat khususnya makassar.

3. Dokumentasi

Pelaksanaan wawancara dengan narasumber ketua tim perencanaan dan pengendalian program di TVRI Sulawesi Selatan

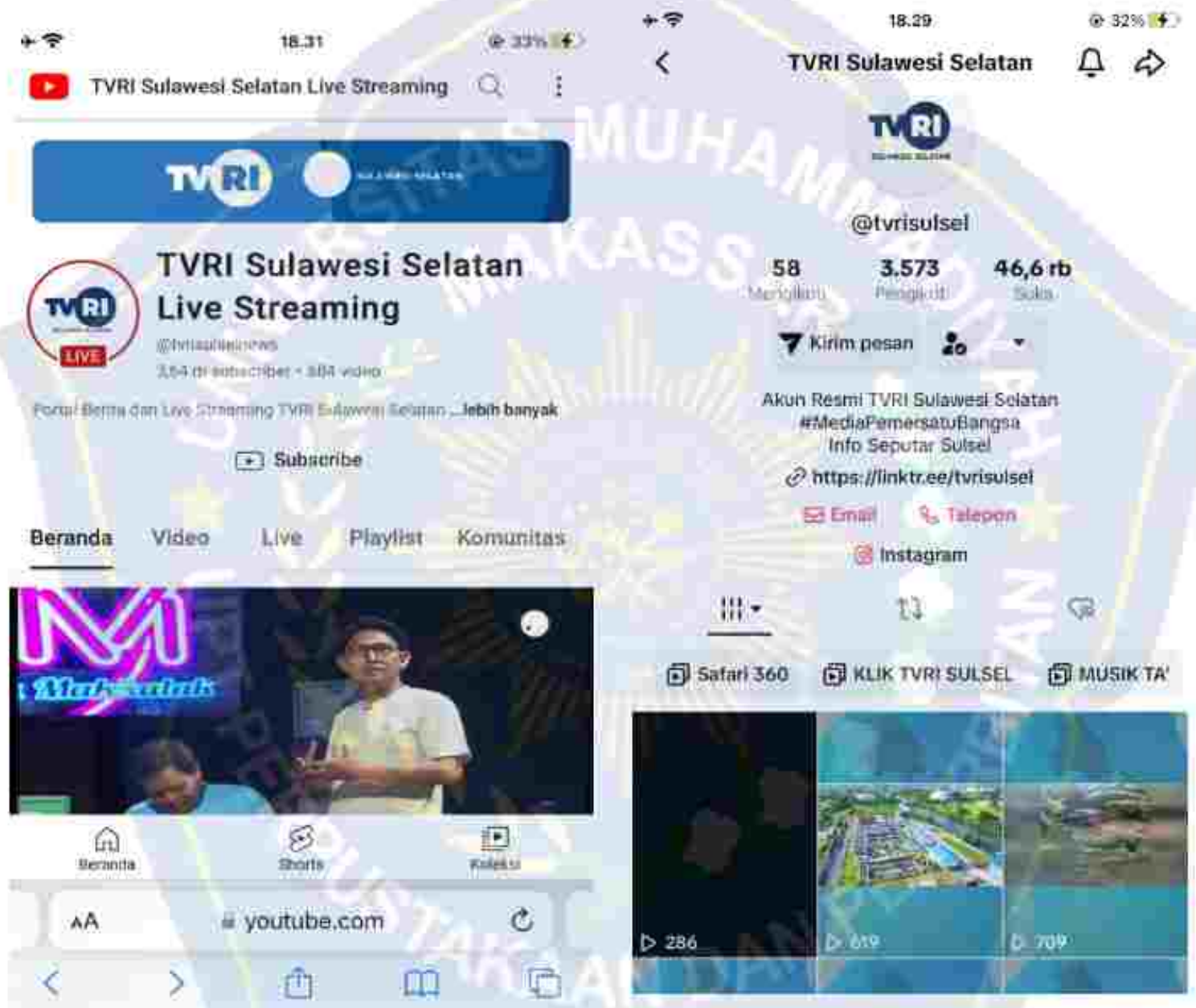


RUANGAN LIVE PROGRAM ACARA DAN RUANGAN EDITOR PROGRAM

ACARA SEBELUM DITAYANGKAN



**AKUN SOSIAL MEDIA YANG SAMPAI HARI INI MASIH AKTIF
DIGUNAKAN OLEH TVRI SULAWESI SELATAN**







MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Telp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Maemunah

Nim : 105271101320

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 28 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Maemunah 105271101320 Bab

I

by Tahap Tutup

Submission date: 27-May-2024 02:35PM (UTC+0700)

Submission ID: 2389085035

File name: BAB_I_Maemunah_105271101320.docx (24,02K)

Word count: 1321

Character count: 8894

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ejurnal.undana.ac.id

Internet Source

3%

2

text-id.123dok.com

Internet Source

2%

3

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

2%

4

Muhammad Rum: "KESIAPAN PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0", Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2018

Publication

2%

5

id.123dok.com

Internet Source

2%

Exclude quotes Off

Exclude matches <2%

Exclude bibliography Off

The background of the page features a large, semi-transparent watermark of the logo of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The logo is a blue pentagon with a yellow border. Inside the pentagon, there is a circular emblem with a blue background and yellow sunburst rays. The text "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" is written in a semi-circle at the top, and "YOGYAKARTA" is at the bottom. In the center of the emblem, there is a yellow crescent and star. Below the emblem, the text "PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN" is written in a semi-circle.

Maemunah 105271101320 Bab

II

by Tahap Tutup

Submission date: 27-May-2024 02:36PM (UTC+0700)

Submission ID: 2389085419

File name: BAB_II_Maemurah_105271101320.docx (45.75K)

Word count: 4200

Character count: 27682

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.uinsgd.ac.id

Internet Source

4%

2

katadata.co.id

Internet Source

3%

3

repository.iainambon.ac.id

Internet Source

3%

4

plus.google.com

Internet Source

2%

5

www.wartamadrasahku.com

Internet Source

2%

6

journal.uinmataram.ac.id

Internet Source

2%

7

eprints.umpo.ac.id

Internet Source

2%

8

idnetku.blogspot.com

Internet Source

2%

9

Submitted to Brookdale Community College

Student Paper

2%



Exclude quotes

Off

Exclude matches

4/25%

Exclude bibliography

Off



The background of the page features a large, light blue watermark logo. The logo is a five-pointed star with a scalloped border. Inside the star, there is a circular emblem with a sunburst in the center and a gear-like border. The text "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" is written along the top inner edge of the star, and "UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN" is written along the bottom inner edge. There are small star symbols separating the top and bottom text.

Maemunah 105271101320 Bab

III

by Tahap Tutup

Submission date: 27-May-2024 02:39PM (UTC+0700)

Submission ID: 2389086645

File name: BAB_III_Maemunah_105271101320.docx (19.35K)

Word count: 684

Character count: 4443

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

10%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

2%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	2%
2	hotelier.poltekindonusa.ac.id Internet Source	2%
3	journal.untar.ac.id Internet Source	2%
4	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2%
5	repository.umnaw.ac.id Internet Source	2%
6	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	2%



Exclude quotes ☐ Off

Exclude matches ☐ < 2%

Exclude bibliography ☐ Off



Maemunah 105271101320 Bab IV

by Tahap Tutup

Submission date: 27-May-2024 02:40PM (UTC+0700)

Submission ID: 2389087134

File name: BAB_IV_Maemunah_105271101320.docx (28.64K)

Word count: 3718

Character count: 23690

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to State Islamic University of
Alauddin Makassar

Student Paper

2%

2

staging.tvri.go.id

Internet Source

2%

3

repository.unibos.ac.id

Internet Source

2%



Exclude quotes

☐

Exclude matches

Exclude bibliography

☐

Maemunah 105271101320 Bab

V

by Tahap Tutup

Submission date: 27-May-2024 02:42PM (UTC+0700)

Submission ID: 2389088332

File name: BAB_V_Maemunah_105271101320.docx (14,19K)

Word count: 248

Character count: 1623

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



eprints.iainu-kebumen.ac.id

Internet Source

4%

Exclude quotes

☐

Exclude bibliography

☐



Exclude matches

UNIVERSITAS MAKASSA
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

RIWAYAT HIDUP



MAEMUNAH, Lahir di Kabupaten Takalar pada tanggal 16 Maret 2002. Penulis biasanya dipanggil Muna, anak ketiga dari pasangan Bapak Ma'ja dan Ibu Almh. Rostina. Jenjang sekolah yang pertama di tempuh. Sekolah dasar SD Inpres 102 Bontokadatto, kemudian jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Mangarabombang dan diselesaikan pada tahun 2016, setelah itu penulis melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMAN 3 Takalar pada tahun 2019, pada tahun 2020 penulis melanjutkan Pendidikan di Jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam, Program Strata 1 (S1).