

**STRATEGI TV9 DALAM MENGENDALIKAN EKSISTENSI SIARAN
KISWAH DZIKIR RAHMATAN LIL'ALAMIN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam (S. Sos)
Dalam Komunikasi Penyiaran Islam**



**Oleh :
M. DAROJATUS SHOBAH
B01212014**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
2018**

LEMBAR PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN

OTENTISITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Darojatus Shobah

NIM : B01212014

Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam / KPI

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi tersebut belum pernah diajukan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.

Skripsi tersebut benar-benar hasil karya mandiri penulis dan bukan merupakan jiplakan atau plagiasi atas karya orang lain.

Penulis bersedia menanggung semua konsekuensi hukum bila ternyata dikemudian hari diketahui atau terbukti secara sah dan meyakinkan bahwa skripsi tersebut merupakan hasil plagiasi.

Surabaya, 10 juli 2018

Yang membuat pernyataan



M. Darojatus Shobah

B01212014

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini ditulis oleh :

Nama : M. Darojatus Shoabah

NIM : B01212014

Judul : Strategi TV9 Dalam Mempertahankan Eksistensi Siaran Kiswah
Dzikir Rahmatan Lil' Alamin

Bahwa skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 10 Juli 2018

Pembimbing,



Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I.
NIP. 196512171997031002

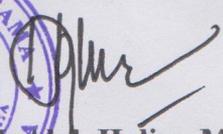
PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh M.Darojatus Shobah ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 30 Juli 2018

Mengesahkan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan,



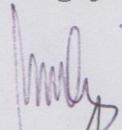

Dr. H. Abd. Halim, M.Ag
NIP.196307251991031003

Penguji I,



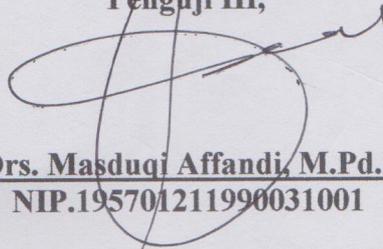
H. Abdullah Sattar, S.Ag., M.Fil.I
NIP.196512171997031002

Penguji II,



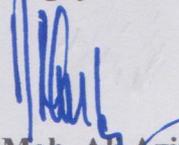
Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP.196912041997032007

Penguji III,



Drs. Masduqi Affandj, M.Pd.I
NIP.195701211990031001

Penguji IV,



Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.A
NIP.195706091983031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : M. Darajatun Shobah
NIM : 301212014
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan komunikasi jurusan kpi
E-mail address : jamborong1994@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Tv9 dalam mempertahankan eksistensi siaran keislah Deikir Rahmatan Lil'alamin

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2, Agustus, 2018

Penulis

(M. Darajatun Shobah)
nama terang dan tanda tangan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hegemoni dunia barat dalam bidang politik, militer, ekonomi, dan kebudayaan yang bernuansa ketidakadilan terhadap negara-negara islam, telah membangkitkan reaksi militan dari kelompok-kelompok muslim diberbagai belahan dunia.¹ Karenanya harus ada peradaban baru yang menyempurnakan kemajuan material dan berkesinambungan didalamnya. Peradaban baru itu juga harus dapat menggiring manusia kepada kehidupan spiritual yang maju agar ia selalu menjaga keseimbangan antara dua kehidupan itu dan tidak membiarkan salah satunya melampaui yang lain.² Perkembangan spiritual keagamaan tidak bisa lepas dari adanya suatu media. Seperti terdapat dalam Surat al-Mu'minin ayat 78 yang berbunyi:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمْ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: Dan Dialah yang telah menciptakan bagi kamu sekalian, pendengaran, penglihatan dan hati. Amat sedikitlah kamu bersyukur.³

Di era globalisasi ini banyak bermunculan media massa dan media baru. Hal ini tentunya membuat masyarakat dituntut cerdas dalam

¹ Dault Adhyaksa, *Islam dan Nasionalisme*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), Hal.. 132

² As-Siba'I Mustafa, *Peradaban Islam Dulu, Kini dan Esok*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), Hal. 25

³ Shihab, M, Quraish, *Tafsir al-Misbah volume 8*,(jakarta: Lentera Hati, 2012). Hal 405

menghadapi kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini media yang sangat digandrungi adalah media internet,. Melalui internet semuanya bisa didapatkan, mulai dari yang berbentuk video, tuisan, suara, gambar dan lain sebagainya.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak bisa lepas dari media yang berupa televisi. Setiap saat, kapan pun saat ada waktu kosong sudah pasti barang yang dicari adalah televisi. Melalui media ini banyak ditemukan beragam informasi yang dibutuhkan. Mulai dari makanan, gaya hidup, berita baik luar maupun dalam negeri dan tontonan yang menghibur seperti sinetron. Di Indonesia ada banyak stasiun televisi yang mengudara secara nasional.⁴

Media televisi tidak lepas sebagai media komunikasi, komunikasi media televisi ialah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikasikan (massa) melal ui sebuah sarana, yaitu komunikasi televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat kemunculan berkala. Dalam komunikasi media massa tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Karena media televisi yang bersifat “transitori” (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi media televisi tersebut bukan hanya dapat didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak.

⁴ . Rakhmat,Jalaluddin.*Psikologi Komunikasi*, (Bandung:PT.Remaja Rosdakarya,2005), Hal. 05

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai jarak geografis dan sosiologis. Daya tarik media televisi sedemikian besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total sama sekali. Media televisi menjadi panutan baru (*new religion*) bagi kehidupan manusia. Namun sebagai umat islam hendaknya mencerna dahulu berita atau konten yang dimuat oleh televisi. Menerima begitu saja berita-berita dari mereka yang sulit dibedakan antara yang benar dengan yang dusta, semuanya harus ditinggalkan. Perbuatan tersebut termasuk dalam larangan Allah menyerupai golongan ahli kitab.⁵

Televisi sebagai media menyebarkan agama islam bisa membuat muballigh berpikir mengikuti perkembangan zaman. Televisi lokal bisa menjadi mimbar perdebatan masyarakat lokal mengenai isu-isu atau persoalan-persoalan lokal yang sedang dihadapi. Selain itu, keberadaan televisi lokal dapat menjadi sarana pengembangan potensi daerah, sehingga daerah pada gilirannya menjadi lebih maju dan sejahtera melalui pengembangan perekonomian rakyat. Dari perspektif Otonomi Daerah, kehadiran televisi lokal dapat mengurangi sentralisme informasi dan bisnis. Hal ini sesuai dengan amanat UU No. 32/ 2002 tentang Penyiaran yang merevisi UU Penyiaran terdahulu (UU No. 24/1997) yang kental sekali dengan kekuasaan. Hukum itu diciptakan untuk memelihara hak dan

tanggungjawab, baik berkaitan dengan masalah individu, kelompok masyarakat, maupun suatu lembaga.⁶

Lewat televisi lokal dan televisi berjaringan yang sudah diatur secara hukum, pemirsa tidak hanya dijejali informasi, budaya, dan gaya hidup ala Jakarta dan ala Barat. Pemirsa akan lebih banyak menyaksikan berbagai peristiwa dan dinamika di daerah dan lingkungannya. Dalam penyiaran suatu televisi lokal, dibutuhkan kerjasama dalam organisasi/antar divisi dalam team yang telah ditentukan. Kualitas dan maksimalitas pola komunikasi organisasi menentukan eksistensi stasiun TV lokal khususnya yang berbasis religi. Namun yang paling penting adalah peran pemimpin dalam mengkoordinasi bawahannya. Sifat yang harus dimiliki pemimpin yakni : mengenal dakwah, mengenal diri, perhatian yang utuh, teladan yang baik, pandangan yang tajam, kemauan yang kuat, fitrah yang mengundang simpati dan optimisme.⁷

Seluruh perusahaan dan mata pencaharian yang dapat menutupi kebutuhan masyarakat atau yang dapat mendatangkan manfaat yang nyata, maka semua itu termasuk amal saleh apabila semua itu dilakukan dengan ikhlas dan dilaksanakan menurut perintah agama.⁸ Televisi komersial yang lebih mengutamakan berjualan produk, dalam hal ini adalah program acara,

⁶ Syarifin Pipin, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Bandung: Pustaka Setia, 1998), Hal. 12

⁷ Yakan Fathi, *Yang Berjatuh Di Jalan Da'wah*, (Jakarta: Al-I'tishom Cahaya Umat, 2001), hlm. 70-73

⁸ Hamidy Mu'amal, *Halal dan Haram Dalam Islam(trjmh)*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu) hlm. 178

dengan mengandalkan program-program hiburan atau entertainmen dan news untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Ini dilakukan dengan cara mencari selera masyarakat sehingga program acara banyak ditonton dan mendatangkan iklan. Sehingga banyak profit yang masuk ke televisi tersebut.

Di Indonesia ada banyak media yang berdiri karena kepentingan pemilik saham terbanyak. Audien dibuat tidak berdaya dengan keadaan seperti ini. Saat ini banyak media yang hanya menampilkan hiburan dari pada konten mendidik yang dapat mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan amanat pembukaan undang-undang dasar 1945 alinea ke empat.

Di Jawa Timur khususnya di Surabaya ada satu stasiun televisi yakni TV9. Stasiun ini bisa dikatakan satu-satunya televisi lokal Surabaya yang konten siarannya hampir separuh lebih mengandung unsur dakwah islami. Strategi dan caranya tentu mempunyai usaha yang lebih keras dibandingkan stasiun televisi yang lainnya. Walaupun televisi lokal maupun yang mengudara secara nasional juga mempunyai acara sendiri tentang dakwah. Tapi hanya sebagian kecil saja. Didalam acara TV9 banyak terdapat pengajian dari pondok pesantren terkemuka di Jawa Timur. Dirasa tepat menggunakan televisi sebagai media dakwah yang kian hari semakin berkembang metode dakwahnya. Dipelosok daerah yang ibu kota provinsinya Surabaya ini banyak yang kurang mengerti tentang media

tersebut. Maka dirasa perlu untuk diketahui apa penyebab ketidak-tahuannya. Dan perlu diketahui juga apa saja upaya yang dilakukan staf dan manajemen dibalik layar dalam memperkuat kedudukannya sebagai televisi yang beraliran islami. Tentunya bukan perkara yang mudah dalam mempertahankan eksistensi televisi sebagai media dakwah. Maka dari itu perlu diapresiasi atas kerja keras para pekerja seni yang berdiri tegak menopang kesuksesan medianya.

Adapun peneliti memilih program siaran kiswah tentang Dzikir Rahmatan Lil Alamin yang ada di pondok pesantren mahasiswa Al-jihad Surabaya. Yayasan Al-jihad yang berada di tengah-tengah masyarakat Surabaya ini yakni di perumahan jemursari utara Gg III No 9 yang di pimpin oleh KH. Much Imam Chambali berhasil mencuri perhatian masyarakat dan para jamaah dengan program-program kegiatan yang di miliki oleh yayasan.

Program – program kegiatan yang di maksud yakni bidang social: panti asuhan, ambulan gratis untuk jamaah dan masyarakat umum. Bidang pendidikan dan dakwah: ponpes mahasiswa Al-jihad, pengajian dzikir rahmatan lil’alamin, kelompok bimbingan ibadah Haji (KBIH) Bryan Makkah, pengajian Ibu-ibu, Taman Pendidikan Al-jihad Qur’an, Bidang Usaha: koperasi Al-jihad Surabaya.

Dari beberapa program kegiatan yang dimiliki yayasan Al-jihad Surabaya yang paling berhasil menarik jamaah yakni program pengajian

dzikir rahmatan lil'alamin. Pengajian rutin rahmatan lil'alamin yang diadakan oleh yayasan Al-jihad Surabaya yang diasuh oleh KH. Imam Chambali memiliki tujuan dan manfaat yang sama seperti pengajian pada umumnya yaitu mengajak para jamaahnya dan masyarakat untuk berdzikir dan memanjatkan do'a kepada Allah agar menjadi orang yang beriman dan bertaqwa. Pengajian tersebut berhasil menarik para jamaah untuk datang berbondong-bondong ba'da isya' demi mengikuti serangkaian acara pengajian.

Hal yang menarik bagi penulis adalah bahwa pengajian dzikir rahmatan lil'alamin yang diadakan oleh Al-jihad memiliki konsep yang berbeda dengan pengajian pada umumnya. Pengajian tersebut diadakan oleh yayasan Al-jihad Surabaya setiap bulan sekali yakni setiap hari sabtu akhir bulan, pengajian dzikir rahmatan lil'alamin berhasil mencuri perhatian masyarakat, jamaah yang hadir dalam pengajian tersebut setiap bulannya kurang lebih 3000 orang. Pengajian tersebut bukan hanya dihadiri oleh masyarakat Surabaya saja akan tetapi dari luar kota seperti, sidoarjo, Mojokerto, Lamongan, Bojonegoro, bahkan sampai dari Tuban. Dengan skala yang sangat besar dan dihadiri oleh banyak jamaah acara di konsep semenarik mungkin agar jamaah yang datang tidak jenuh dan bosan, acara tersebut diisi dengan lantunan sholawat modern Al-Qiblatain, kemudian diisi dengan istighosah yang langsung dipimpin oleh KH. Imam Chambali, kemudian dilanjutkan dengan tausiyah oleh para kyai. Para kyai yang

mengisi tausiyah adalah kyai-kyai terkenal yang ada di Jawa Timur dan bahkan ada yang dari Jawa Tengah, dan para kyai yang diharapkan oleh jamaah.

Karena itulah Kiswah TV9 mengajak kerjasama Yayasan Al-Jihad Surabaya untuk menayangkan acara dzikir rahmatan lil'Alamin. Berdasarkan pandangan TV9, Yayasan tersebut mengalami perkembangan yang sangat pesat dan melihat dari banyak jamaah yang hadir maka dirasa perlu untuk menjalin kerjasama. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dalam program acara TV9 yaitu Kiswah Dzikir Rahmatan Lil'Alamin.

Dalam hal itu penulis melihat eksistensi acara dzikir rahmatan lil'Alamin dan acara Kiswah yang banyak peminatnya dan melatarbelakangi apa yang ingin dilakukan peneliti. Sehingga kita dapat mempelajari dan mengkaji bagaimana "*Strategi TV9 dalam mempertahankan eksistensi siaran Kiswah Dzikir Rahmatan Lil Alamin*".

B. Rumusan Masalah

Untuk mengetahui fokus dan gambaran penelitian ini, maka rumusan masalahnya.

Bagaiman strategi TV9 dalam mengendalikan eksistensi siaran kiswah dzikir Rahmatan Lil Alamin?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi TV9 dalam mengendalikan eksistensi siaran kiswah dzikir Rahmatan Lil Alamin.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi pembaca, diharapkan melalui penelitian ini secara teori maupun lapangan dapat memberikan wawasan dan dapat mengembangkan diri serta meningkatkan profesionalitas pembaca dibidang komunikasi dan penyiaran islam.
 - b. Bagi peneliti, dari penelitian ini dapat memberikan tambahan keilmuan tentang dakwah islam di Indonesia.
 - c. Dari peneliti ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan terhadap fakultas dakwah dan komunikasi khususnya program studi komunikasi dan penyiran islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini nantinya bisa dijadikan pengalaman pribadi penulis sendiri juga para pembaca, media dakwah dan lembaga – lembaga dakwah.

E. Referensi Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan sebuah penelusuran literatur untuk melakukan sebuah pemetaan guna mengetahui persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang akan dibuat ini. Dalam penelitian atau pembuatan seperti ini, terkadang ada tema yang berhubungan dengan penelitian yang sudah pernah ada. Namun, terkadang alur dan tujuan yang diteliti tersebut berbeda. Berikut beberapa contoh penelitian yang sudah pernah dibuat.

1. Skripsi Siti Asyiah 2005. Analisis terhadap program siaran dakwah TPI pada bulan Ramadhan 2004 M. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif yang sifatnya analisis deskriptif dari gejala yang diamati melalui program siaran ramadhan.
2. Skripsi Bagas Pratiwi 2008. Strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur di media TV. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif menitik beratkan pada metode dakwah ustadz Yusuf Mansur di media TV dan strategi serta hasilnya dengan melawan kemiskinan yaitu melalui cara berasedekah.

3. Skripsi oleh Mahisatul Wafila, program acara sinetron kiamat sudah dekat (KSD) di SCTV terhadap perilaku keagamaan. Skripsi ini menjelaskan perkembangan persepsi (perceptual development) akan mempengaruhi sikap serta cara pengambilan keputusan terhadap rangsangan yang di terimanya, rangsangan ini kemudian membentuk kerangka pandangan seseorang dalam menentukan sikap tingkah lakunya.

F. Definisi Konsep

Konsep adalah istilah yang memberikan label paling penting yang ada dalam sebuah teori.⁹ Untuk memperoleh pemahaman mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka penulis perlu menjelaskan definisi konsep sesuai dengan judul yang akan diteliti. Hal itu dikarenakan untuk menghindari kesalah fahaman dalam penelitian ini. Adanya pencantuman definisi operasional ini adalah untuk lebih memudahkan pemahaman pembahasan dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan beberapa istilah yang erat kaitannya dengan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi.

Strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Sebaliknya, manajemen strategis adalah cara untuk menanggapi peluang dan tantangan bisnis, manajemen strategis merupakan proses manajemen yang komprehensif dan berkelanjutan

⁹ Richard West & Lynn H Turner, 2008. Pengantar Teori Komunikasi, Jakarta : Salemba Harmonika,. Hal 52

yang ditujukan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi yang efektif. Terakhir, strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan dengan pencapaian tujuan strategisnya.¹⁰

2. Televisi

Istilah televisi sendiri terdiri dari “tele” yang berarti jauh dan “visi” (vision) berarti penglihatan. Sedangkan secara lebih jauhnya, televisi siaran merupakan media dari jaringan dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah. Dengan demikian, televisi merupakan media audio-visual, yang disebut juga media pandang dengar, atau sambil didengar langsung pula dapat dilihat. Oleh karena itu, penanganan produksi siaran televisi jauh lebih rumit, kompleks, dan biaya produksinya pun jauh lebih besar dibanding dengan radio siaran. Karena media televisi bersifat realistik, yaitu menggambarkan apa yang nyata.¹¹

3. Dzikir rahmatan lil’alamin

Dzikir rahmatan lil’alamin merupakan majelis dzikir yang dipimpin oleh KH. Imam Chmabali. Yang dimana acara dari dzikir

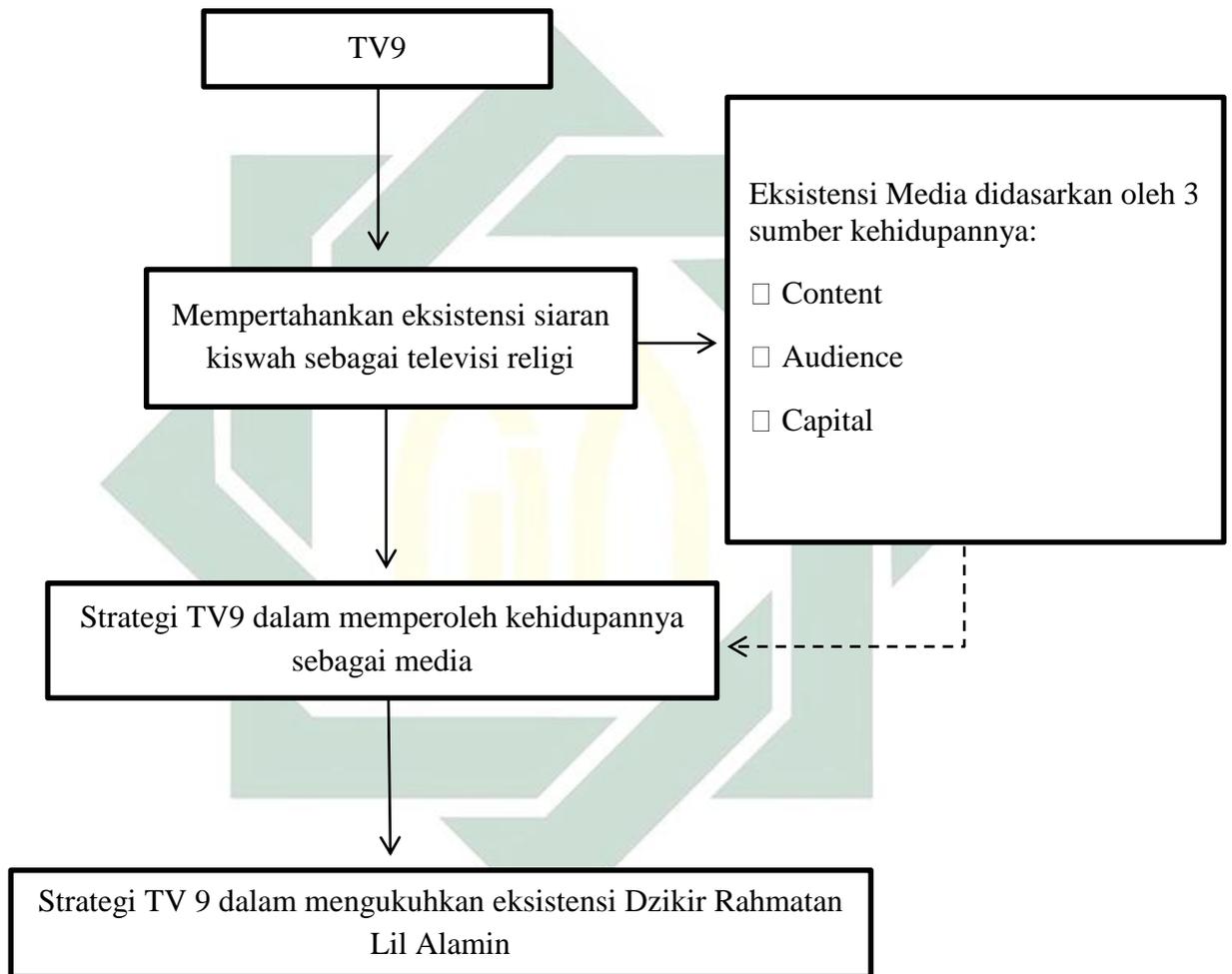
¹⁰ M.Fuad Othman, *Pengajian Strategi Sebagai Disiplin Ilmu*. (Kuala Lumpur: Utusan Publications, 2006) Hal.3

¹¹ Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004) Hal. 74

rahmatan lil'alamin ini meliputi lantunan sholawat modern Al-Qiblatain, kemudian diisi dengan istighosah yang langsung dipimpin oleh KH. Imam Chambali, kemudian dilanjutkan dengan tausiyah oleh para kyai. Para kyai yang mengisi tausiyah adalah kyai-kyai terkenal yang ada di Jawa Timur dan bahkan ada yang dari Jawa Tengah, dan para kyai yang diharapkan oleh jamaah.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai bagaimana strategi TV9 dalam mempertahankan Strategi TV9 Dalam Mempertahankan Eksistensi Siaran Kiswah Dzikir Rahmatan Lil'alamin. Dimana peneliti menggunakan teori komunikasi massa demokratik-partisipan oleh Denis Mcquail, mengenai eksistensi media, yang mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan eksistensi atau kelangsungan hidupnya sebuah media memerlukan sumber penunjang hidup yakni, content, audience, capital. Sehingga, untuk mengetahui bagaimana strategi strategi TV9 dalam mempertahankan eksistensi siaran kiswah dzikir Rahmatan Lil Alamin, adalah dengan menganalisis bagaimana strategi TV9 dalam memperoleh sumber penunjang kehidupannya sebagai media sebagaimana yang dijelaskan oleh Dimmick dan Rothenbuhler. Untuk lebih jelasnya, berikut ini kerangka pemikiran yang menjadi konsep dasar peneliti:



Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Televisi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹

Dalam industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lain dalam rangka memperebutkan audien. Stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pemirsanya.² Salah satunya dengan cara membuat program yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari dan sesuai dengan keinginan mereka.

Departemen program dan produksi stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. Morissan dalam bukunya “Manajemen Media Penyiaran”,

¹ Onong Effendi Uchjana, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. (Bandung : PT. Alumni, 1986). Hlm, 97

² Djamal dan Andi Fchrudin. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta : Kencana, 2011). Hlm, 135

mengungkapkan bahwa strategi program ditinjau dari aspek manajemen atau yang sering disebut manajemen strategis (management strategic) terdiri dari:

a. Perencanaan program

Menurut Morissan pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program apa yang akan diproduksi dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien yang tersedia pada waktu tertentu. Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun televisi, perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program yang akan dibeli (akuisisi), dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audien yang tersedia pada waktu tertentu. Pengelola stasiun televisi harus mengarahkan programnya kepada segmen audien tertentu pada waktu siaran tertentu. Pada stasiun afiliasi lokal (lokal berjaringan), perencanaan program juga harus memutuskan program televisi jaringan yang mana yang akan disiarkan, program apa yang akan ditolak atau ditunda, dan seterusnya.

Merencanakan dan memilih program merupakan keputusan bersama antara departemen program dan departemen pemasaran. Kedua bagian ini harus bahu membahu menyusun strategi program terbaik. Ada beberapa hal

yang dibahas dalam perencanaan program, yang dikenal dengan 'bauran program' (programming mix) yang terdiri atas:

- 1) Produk program (product), bahwa program adalah suatu produk yang ditawarkan kepada audien yang mencakup nama program dan kemasan program.
- 2) Harga program (price), yaitu harga suatu program yang mencakup biaya produksi program dan biaya yang akan dikenakan kepada pemasang iklan (tarif iklan) pada program bersangkutan jika ditayangkan
- 3) Distribusi program (place), yaitu distribusi program yang merupakan proses pengiriman program dari transmisi hingga diterima audien melalui pesawat TV dan radio
- 4) Promosi program (promotion), yaitu proses bagaimana memberitahu audien mengenai adanya suatu program sehingga mereka tertarik untuk menonton atau mendengarkannya.

b. Produksi dan pembelian program

Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain yang dikenal dengan akuisisi program (membeli program). Dalam memproduksi atau membuat program kata kuncinya adalah ide atau gagasan. Sedangkan jika memberi program, dilihat siapa yang memproduksi program. Pada dasarnya, stasiun televisi

menginginkan program diproduksi sendiri dengan alasan yaitu, lebih menghemat pengeluaran.

c. Eksekusi atau penayangan program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Manajer program melakukan koordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi dengan manajer promosi dalam mempersiapkan promo bagi program bersangkutan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Bagian program menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audien yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan audien yang berbeda pula.

d. Pengawasan dan evaluasi program.

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum untuk membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Pengawasan dilakukan dengan melihat hasil kerja dan kinerja yang dapat diukur, seperti melihat jumlah dan komposisi audien yang

menonton program yang bersangkutan, serta tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran³

Menurut Peter Pringle, dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
 - 2) mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar dan aturan perundangan yang berlaku,
 - 3) memelihara catatan program yang disiarkan
 - 4) mengarahkan dan mengawasi kegiatan staff departemen program
 - 5) memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat
 - 6) memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.
- e. Mengambil Tindakan Korektif

Proses pengendalian tidak lengkap, jika tidak diambil tindakan untuk membetulkan penyimpangan yang terjadi. jika standar ditetapkan untuk mencerminkan struktur organisasi dan apabila prestasi kerja diukur dalam standar ini, maka pembetulan terhadap penyimpangan yang negatif dapat dipercepat, karena manajer sudah mengetahui dengan tepat,

³ Morissan.. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2009). Hlm, 315

terhadap bagian manakah dari pelaksanaan tugas oleh individu atau kelompok kerja, tindakan koreksi itu harus dikenakan.⁴

Ada beberapa strategi lain yang andil dalam mengukuhkan eksistensi televisi sebagai media dakwah, yakni:

1) Strategi Program

Departemen program dan manajer program stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. Pada bagian ini, kita akan membahas strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (management strategic) program siaran yang terdiri dari:

- a) Perencanaan program
- b) Produksi dan pembelian program
- c) Eksekusi program
- d) Pengawasan dan evaluasi program⁵

2) Stategi Penayangan

⁴ Muhammad Ismail Yusanto, *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2003) Hal. 145-146

⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008) Hal. 273

Bagian program suatu media penyiaran harus menyadari suatu prinsip dasar dalam mengelola program siarannya bahwa setiap menit dalam setiap hari waktu siaran memiliki perhitungan sendiri. Ada audien untuk setiap waktu siaran selama 24 jam sehari dan ada persaingan untuk merebut audien itu dalam setiap menitnya. Program siaran tidak hanya bersaing dengan program siaran sejenis tetapi juga dengan media lainnya. Program siaran juga harus bersaing dengan waktu makan, membaca buku, dan kegiatan pribadi lainnya yang dilakukan audien di rumah atau di mana saja.

Salah satu strategi agar audien tidak pindah saluran adalah dengan menampilkan cuplikan atau bagian dari suatu acara yang bersifat paling dramatis, mengandung ketegangan, menggoda dan memancing rasa penasaran yang hanya bisa terjawab atau terpecahkan jika tetap mengikuti saluran itu. Dengan strategi ini, audien diharapkan tidak akan pindah saluran jika ia tidak ingin beresiko kehilangan momen atau gambar yang menimbulkan rasa penasarannya itu.

Stasiun penyiaran tidak disarankan untuk menempatkan seluruh acara yang diminati secara bergandengan tetapi harus disebar atau diselang-selingkan dengan acara yang kurang

populer. Dengan cara seperti ini diharapkan acara yang kurang populer itu mendapat perhatian pula dari audien.⁶

3) Strategi Siaran Iklan

Pemasang iklan yang membeli waktu siaran untuk menayangkan iklan, maka sebenarnya pemasang iklan mencoba menarik perhatian audien yang tengah mengikuti program siaran tempat iklan itu ditayangkan. Dengan demikian, audien sebenarnya lebih tertarik kepada program siaran dan bukan kepada iklan yang muncul pada program siaran itu. Pemasang iklan harus memiliki strategi agar iklan yang disiarkan dapat mencapai sasarannya, yaitu para pembeli potensial secara efektif dan efisien.⁷

4) Strategi Pemasaran

Tugas bagian pemasaran adalah meyakinkan calon pemasang iklan bahwa uang yang dikeluarkan untuk memasang iklan itu tidak akan percuma dan tentu saja akan memberikan hasil yang diharapkan. Untuk itu, bagian pemasaran harus pro aktif mendekati calon klien. Hal ini tentu saja tidak dapat dilakukan jika staf pemasaran hanya duduk di

⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008) Hal. 345

⁷ *Ibid* Hal. 425

kantor. Cukup banyak staf pemasaran suatu stasiun penyiaran yang jarang meninggalkan kantor dan lebih suka menunggu telepon dari pemasang iklan. Sungguh ini bisa menjadi penantian yang panjang.

Salah satu prinsip yang perlu diikuti dalam pemasaran adalah mengenali pasar dan mengenali usaha atau bisnis yang dilakukan calon pemasang iklan (klien). Tugas pertama staf pemasaran ialah menemukan calon klien. Kemudian mulailah melakukan persiapan dengan melakukan riset dengan benar sehingga bagian pemasaran mendapatkan peluang bagus untuk meyakinkan klien untuk membeli slot iklan.⁸

Dalam marketing modern perlu lebih banyak dikembangkan sebuah produk yang baik, menetapkan harga secara menarik, dan bisa terjangkau oleh konsumen sasaran. Selanjutnya, perusahaan juga harus berkomunikasi dengan para pelanggannya. Hal yang akan dikomunikasikan harus disiapkan dan dirancang dengan baik dan tidak boleh bersifat untung-untungan.

⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008) Hal. 445

Untuk dapat berkomunikasi dengan baik, perusahaan bisa membayar perusahaan iklan untuk menyusun iklan yang efektif, ahli promosi penjualan untuk merancang program perangsang penjualan, dan hubungan perusahaan dengan masyarakat untuk meningkatkan citra perusahaan.

Pengendalian perusahaan tidak lagi dapat dilakukan hanya berdasarkan intuisi atau pengalaman saja, namun pengetahuan menjadi faktor penting lain yang perlu dipadukan. Maka dalam kondisi resesi seperti yang kita hadapi saat ini, tugas manajemen dalam mengendalikan perusahaan pemasar menjadi lebih berat lagi. Untuk mencapai tujuan perusahaan, dibutuhkan koordinasi yang baik dari semua fungsi manajemen.

Pada dasarnya semua fungsi tersebut sama pentingnya sebagai suatu sistem, namun pemasaran merupakan fungsi yang mempunyai intensitas hubungan paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal justru dalam lingkungan itulah perusahaan mempunyai keterbatasan yang paling besar dalam pengendaliannya. Maka seringkali dikatakan bahwa pemasaran merupakan urat nadi perusahaan, dalam arti sangat kritis kedudukannya dalam menentukan kelangsungan hidup

perusahaan dan berperan penting dalam pengembangan strategi.⁹

2. Macam-macam dzikir

a. Dzikir dengan hati

Seperti engkau mengingat-mengingat nikmatNya, memikirkan penciptaanNya yang sempurna, menyadari akan kehadiranNya yang menyaksikan segala perbuatan kita, menyadari akan ilmuNya Yang Maha Mengetahui apa isi hati kita, menyadari akan PenglihatanNya yang Maha Melihat apa yang kita perbuat, menyadari akan PendengaranNya yang Maha Mendengar ucapan lisan kita, bertawakkal kepadaNya, dst. ini semua dzikir hati.

b. Dzikir dengan lisan

Dzikir bisa dilakukan dengan hati atau lisan. Dzikir yang paling bagus ialah dzikir yang dilakukan dengan hati dan lisan secara bersamaan. Namun dzikir hati lebih baik daripada dzikir lisan.

⁹ Samsul Anam, *Diktat Mata Kuliah Pengantar Manajemen Dakwah*

c. Dzikir dengan menghubungkan hati dan lisan

yaitu penggabungan keduanya, disaat engkau berdzikir dengan lisanmu, diwaktu itu pula engkau menghadirkan hatimu. dan inilah sebaik-baiknya dzikir.

d. Dzikir dengan anggota badan

yaitu seperti engkau shalat, haji, jihad dsb.

e. Dzikir dengan hati, lisan dan anggota badan

semua ini terkumpul dalam shalat. maka dari itu Allah berfirman:

وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ

dan dirikanlah shalat. Sesungguhnya shalat itu mencegah dari (perbuatan-perbuatan) keji dan mungkar. Dan sesungguhnya mengingat Allah (dalam shalat) adalah lebih besar (keutamaannya). Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Al-Ankaboot: 45)

Sesungguhnya Shalat dapat mencegah dari perbuatan keji dan mungkar. tapi Dzikrullah (mengingat Allah) yang terkandung didalam shalat itu lebih besar dan manfaatnya dari pada mencegah perbuatan keji dan mungkar.

3. Televisi

Istilah televisi sendiri terdiri dari “tele” yang berarti jauh dan “visi” (vision) berarti penglihatan. Sedangkan secara lebih jauhnya, televisi siaran merupakan media dari jaringan dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah. Dengan demikian, televisi merupakan media audio-visual, yang disebut juga media pandang dengar, atau sambil didengar langsung pula dapat dilihat. Oleh karena itu, penanganan produksi siaran televisi jauh lebih rumit, kompleks, dan biaya produksinya pun jauh lebih besar dibanding dengan radio siaran. Karena media televisi bersifat realistik, yaitu menggambarkan apa yang nyata.¹⁰

Menurut kamus praktis bahasa Indonesia adalah penyiaran, pertunjukan dan sebagainya dengan radio dan dengan alat penerima, pertunjukan tadi diwujudkan sebagai gambar hidup.¹¹ Televisi juga merupakan sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang hitam putih maupun berwarna. Televisi adalah sebuah pengalaman yang kita terima begitu saja.

Kendati demikian, televisi juga merupakan sesuatu yang membentuk cara berpikir kita tentang dunia. Kehadirannya yang tak

¹⁰ Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004) Hal. 74

¹¹ Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), Hal. 83

terelakan dan sifat alamiahnya yang populis, di masa lalu menjadi alasan bagi penolakan televisi, karena sifatnya yang sekejap dan tidak berharga. Tetapi sekarang media dan budaya pop telah masuk dalam agenda akademik. Suara miring yang dikumandangkan para penganut budaya tinggi terhadap harga materi televisi menjadi terdengar lucu. Televisi pada hakikatnya adalah sebuah fenomena kultural, sekaligus medium di mana sepenggal aktivitas budaya menjamah kita di dalam rumah. Bagaimanapun juga, televisi sebagai objek studi tidak hanya terkait dengan program.¹²

a. Sejarah Televisi

Cikal bakal televisi adalah piringan pemindai yang ditemukan oleh Insinyur berkebangsaan Jerman bernama Paul Nipkow (1860-1940). Peralatan Nipkow itu dipakai dari 1923 sampai 1925 di dalam sistem televisi percobaan. Pada 1926, ilmuwan Skotlandia bernama John Logie Baird (1888-1946) menyempurnakan metode pemindaian itu. Pada 1923, insinyur kelahiran Rusia bernama Vladmir Zworykin (1889-1982) dan warga Amerika Serikat bernama Philo T. Farnsworth (1906-1971) membangun sistem pemindai elektronik yang menjadi prototipe kamera modern.

¹² Graeme Burton, *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar Kajian Televisi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), Hal. 1-2

Pesawat televisi pertama yang bisa dipakai umum kali pertama di Inggris pada 1923 dan di Amerika Serikat pada 1938. Setelah perang dunia II selesai, peningkatan teknologi dan masyarakat yang semakin sejahtera membuat permintaan televisi meningkat. Pesawat televisi yang terjual mencapai satu juta unit. Di Amerika Serikat, pada awalnya didirikan enam stasiun televisi dan masing-masing hanya melakukan siaran beberapa jam setiap harinya. Menjelang 1948, 34 stasiun mengudara sepanjang hari di 21 kota besar. Sekitar akhir 1950-an jaringan televisi nasional didirikan di hampir setiap negara industri. Ketika abad ke-20 hampir berakhir, televisi memasuki galaksi digital dengan munculnya televisi digital yang dipancarkan dalam bentuk digital (berbasis computer). Dengan semakin bertambah banyaknya televisi kabel pada 1960-an dan layanan satelit siaran pancaran langsung (DBS) pada 1990-an, semakin banyak tersedia saluran dan jenis siaran di seluruh dunia.

Di Indonesia, kehadiran media televisi mulai dipikirkan setelah Indonesia terpilih menjadi tuan rumah penyelenggaraan Asian Games IV yang dibuka pada 24 Agustus 1962. Pada 1961, Menteri Penerangan pada masa itu R. Maladi sebagai penggagas utama berharap, agar kehadiran media televisi di pesta olahraga itu dapat dipergunakan sebagai langkah awal dari pembangunan media televisi

nasional. Usulan itu didukung oleh presiden Soekarno yang memutuskan untuk memasukkannya dalam proyek pembangunan sarana Asian Games IV di bawah pimpinan Letnan Jenderal TNI Suprayogi. Keputusan itu diwujudkan melalui surat keputusan Menteri Penerangan No. 20/SKM/1961 tentang pembentukan panitia persiapan televisi (P2T) pada 25 Juli 1961.

Setelah stasiun dan pemancar televisi selesai dibangun pada 22 Agustus 1962, media televisi yang disebut sebagai Televisi Republik Indonesia (TVRI) melakukan tugasnya untuk menyiarkan Asia Games IV dari 24 Agustus 1962 sampai 4 september 1962. Pada saat itu, siaran yang dilakukan terbatas hanya untuk kota Jakarta Raya dan sekitarnya. Kepres No. 318/1962 tentang pengintegrasian TVRI ke dalam Yayasan Gelora Bung Karno menjadi langkah awal TVRI sebagai media televisi nasional. Studio-1 TVRI diresmikan pada 11 Oktober 1962 dengan Sus Salamun sebagai penyiar perempuan pertama on air.¹³

Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka

¹³ Syaiful halim, *Postkomodifikasi Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2013) Hal. 58-60

stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI.

b. Televisi Dan Pemanfaatannya

1) Televisi Sebagai Media Dakwah

Televisi sebagai media dakwah adalah suatu penerapan dan pemanfaatan hasil teknologi modern, yang mana dengan pemanfaatan hasil teknologi itu diharapkan seluruh aktivitas dakwah dapat mencapai sasaran (tujuan) yang lebih optimal baik kuantitatif maupun kualitatif.

Media dakwah dengan televisi ini sangat banyak memperoleh kehebatan di banding dengan media-media dakwah lainnya, sebagian kehebatannya antara lain televisi dapat dilihat dan didengar oleh seluruh penjuru tanah air bahkan luar negeri, sedangkan mubalighnya hanya pada pusat pemberitaan (studio) saja.¹⁴

Secara ekstrim, George Gerbner menyebut televisi sebagai agama masyarakat industri. Tafsir sederhananya adalah televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khotbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah agama apa pun. Rumah

¹⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983) Hal. 177

ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan, dan boleh jadi lebih banyak menggetarkan hati dan mempengaruhi bawah sadar manusia daripada ibadah agama-agama yang ada.¹⁵

2) Jangkauan siaran

Berdasarkan jangkauan siaran yang dimiliki, maka stasiun penyiaran dapat dibagi menjadi stasiun penyiaran lokal, stasiun penyiaran nasional dan stasiun jaringan. Masalah jangkauan siaran ini merupakan faktor yang sangat penting bagi pemasang iklan yang merupakan perusahaan atau produsen dalam mempromosikan dan memasarkan produknya (barang dan jasa) kepada khalayak karena terkait dengan wilayah pemasaran yang dimilikinya.

a) Stasiun Lokal

Stasiun penyiaran radio dan televisi lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Undang-undang penyiaran menyatakan, bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada

¹⁵ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002) Hal. 203

c) Stasiun Jaringan

Sistem penyiaran jaringan pertama kali diterapkan di Amerika Serikat dimana sejumlah stasiun radio lokal bergabung untuk menyiarkan program secara bersama-sama. Berbagai Stasiun Radio yang pada awalnya memiliki wilayah siaran terbatas di wilayah atau lokalnya masing-masing dan hanya melayani komunitas atau masyarakatnya masing-masing dapat melakukan siaran bersama sehingga membentuk wilayah siaran yang lebih luas.¹⁶

B. Kerangka Teori

Teori didalam penelitian kualitatif sebagai pen jembatan atau sebuah pintu gerbang untuk memulai sebuah penelitian. Karena pada hakikatnya penelitian ini diharapkan bisa menciptakan sebuah teori yang baru berdasarkan pengalaman pada saat terjun di Lapangan.¹⁷ Suatu teori pada hakekatnya merupakan hubungan antara dua fakta atau lebih, atau pengaturan fakta menurut cara-cara tertentu. Fakta tersebut merupakan sesuatu yang dapat diamati dan pada umumnya dapat diuji secara empiris. Oleh karena itu dalam

¹⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta; Kencana, 2008) Hal. 112-114

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal 214

bentuk paling sederhana, suatu teori merupakan hubungan antara dua variabel atau lebih, yang telah diuji kebenarannya.¹⁸

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori media demokratik-partisipan. Teori ini relevan dengan penelitian ini. Masukan terakhir di sini dan tambahan yang mutakhir ke dalam teori normatif tentang media merupakan teori yang paling sulit dirumuskan. Hal ini sebagian karena kurangnya keabsahan dan penyatuan teori ini secara sempurna ke dalam lembaga media dan sebagian lagi karena beberapa prinsipnya telah ditemukan dalam sebagian teori lain yang telah dikemukakan. Dengan demikian, kemandirian sebagai teori dapat dipersoalkan. Sekalipun demikian, teori ini perlu diidentifikasi secara terpisah, meskipun bersifat sementara, dan ia mewakili sesuatu yang merupakan tantangan bagi teori lain yang lebih menonjol. Seperti halnya kebanyakan teori, teori ini muncul sebagai reaksi terhadap teori lain dan pengalaman aktual dan sekaligus sebagai gerakan positif ke arah bentuk baru lembaga media.

Lokasinya terutama dalam masyarakat liberal yang telah berkembang tetapi ia bergabung dengan beberapa unsur yang ada dalam teori media pembangunan, khususnya penekanan pada basis masyarakat, pada nilai komunikasi horizontal, dan bukan pada komunikasi vertikal. Stimulus utama

¹⁸ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), Hal 27-28

teori ini adalah reaksi terhadap sentralisme dan birokratisasi lembaga siaran publik, yang diadakan sesuai dengan norma tanggung jawab social.

Dengan demikian, siaran publik menimbulkan harapan besar terhadap sistem media yang dapat membantu dalam proses perbaikan sosial dan perubahan demokratik yang panjang yang dimulai dengan revolusi ekonomi dan politik abad ke sembilan belas. Harapan ini dikecewakan dengan adanya kecenderungan beberapa organisasi siaran publik yang terlalu paternalis, terlalu elit, terlalu akrab dengan pemaparan masyarakat, terlalu tanggap terhadap tekanan politik dan ekonomi, terlalu monolitik, terlalu diprofesionalkan.

Istilah demokratik-partisipan juga mengungkapkan rasa kecewa terhadap partai politik yang ada dan terhadap sistem demokrasi parlementer yang tampaknya telah tercabut dari akarnya yang asli, sehingga menghalangi ketimbang memudahkan keterlibatan dalam kehidupan politik dan sosial. Di sini ada unsur reaksi berlanjut terhadap masyarakat massa yang diorganisasikan secara berlebihan, terlalu disentralisasi, dan tidak dapat menawarkan peluang realistik bagi pengungkapan individu dan minoritas. Teori pers bebas dipandang gagal karena subversinya berdasarkan pasar dan teori tanggung jawab sosial tidak memadai sebagai akibat dari keterlibatannya dalam birokrasi pemerintahan dan dalam perswalayanan organisasi dan profesi media. Pengaturan diri sendiri oleh pers dan tanggung gugat (accountability)

organisasi penyiaran besar tidak mencegah pertumbuhan lembaga media yang mendominasi dari pusat kekuasaan masyarakat atau yang tidak berhasil dalam tugas mereka memenuhi kebutuhan yang timbul dari pengalaman warga negara sehari-hari.

Dengan demikian, titik sentral teori demokratik-partisipan terletak pada kebutuhan, kepentingan, dan aspirasi penerima dalam masyarakat politik. Ini ada hubungannya dengan hak atas informasi yang relevan, hak untuk menjawab kembali, hak menggunakan sarana komunikasi untuk berinteraksi dalam kelompok masyarakat berskala kecil, kelompok kepentingan sub budaya. Teori ini menolak adanya media yang seragam, disentralisasi, mahal, sangat diprofesionalkan, dan dikendalikan oleh pemerintah. Teori ini lebih condong pada keserbaragaman, skala kecil, lokalitas, deinstitutionalitas, pertukaran peran antara pengirim dengan penerima, hubungan komunikasi horizontal pada semua tingkat masyarakat, dan interaksi. Dalam teori ini terdapat campuran beberapa unsur teoritis, termasuk liberatarianisme, utopianisme, sosialisme, egalitarianism, lokalisme. Lembaga media yang dibangun sesuai dengan teori ini akan terlihat lebih sesuai dengan kehidupan sosial di masa datang dan akan lebih langsung mengendalikan audiensnya, dengan menawarkan berbagai kesempatan perolehan dan keikutsertaan atas persyaratan yang ditetapkan oleh para

pemakainya ketimbang oleh para pengendalinya. Ikhtisar rumusan prinsip teori ini dapat disajikan sebagai berikut:

1. Warga negara secara individu dan kelompok minoritas memiliki hak pemanfaatan media (hak untuk berkomunikasi) dan hak untuk dilayani oleh media sesuai dengan kebutuhan yang mereka tentukan sendiri.
2. Organisasi dan isi media seyogyanya tidak tunduk pada pengendalian politik yang dipusatkan atau pengendalian birokrasi Negara.
3. Media seyogyanya ada terutama untuk audiensnya dan bukan untuk organisasi media, para ahli atau nasabah media tersebut.
4. Kelompok, organisasi, dan masyarakat lokal seyogyanya memiliki media sendiri.
5. Bentuk media yang berskala kecil, interaktif, dan partisipatif lebih baik ketimbang media berskala besar, satu arah, dan diprofesionalkan.
6. Kebutuhan sosial tertentu yang berhubungan dengan media massa tidak cukup hanya diungkapkan melalui tuntutan konsumen perorangan, tidak juga melalui negara dan berbagai lembaga utamanya.
7. Komunikasi terlalu penting untuk diabaikan oleh para ahli.¹⁹

Teori demokratik-partisipan mencakup kebebasan media lokal untuk mengembangkan sayapnya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi sentralisasi informasi. Masyarakat atau audiens bisa mendapatkan semua

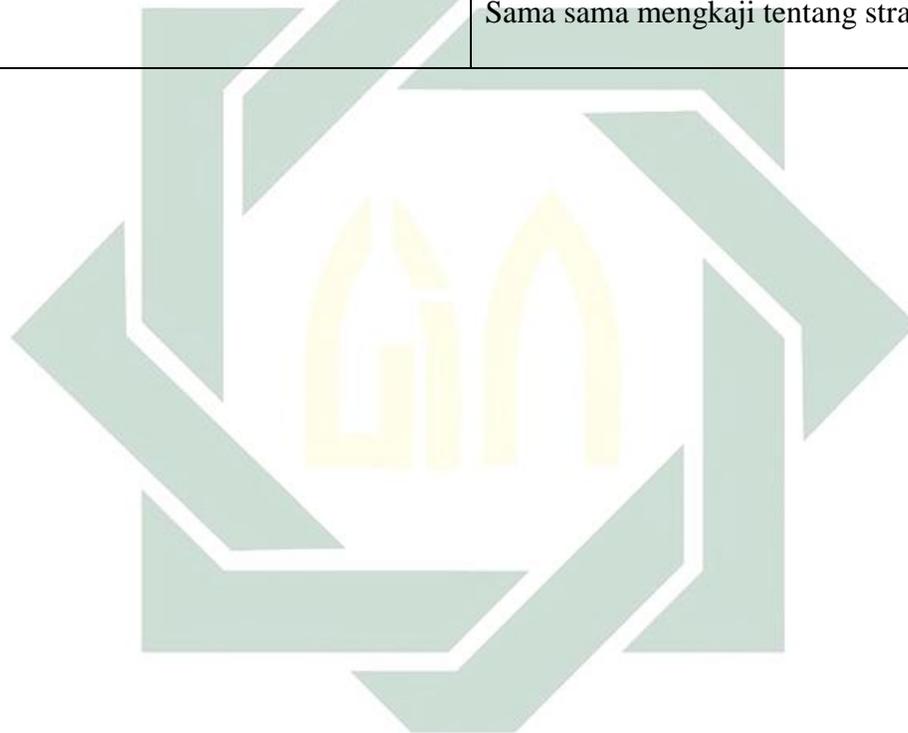
¹⁹ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996) Hal. 121-123

Persamaan	Sama menggunakan penelitian kualitatif. Sama sama mengkaji tentang strategi.
-----------	---

Nama Peneliti	Ahmad saidan
Judul Penelitian	Fungsi televise sebagai media dakwah: kajian pemanfaatan televise sebagai media dakwah Ustadz Haryono.
Universitas	UIN Sunan Ampel Surabaya
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	20015
Tujuan Penelitian	Program siaran Ustadz Haryono sebagi media dakwah bagi masyarakat lewat media televise
Metode Penelitian	Kualitatif pendekatan komunikasi
Persamaan	Sama menggunakan penelitian kualitatif. Sama sama mengkaji tentang program acara tv.

Nama Peneliti	Mohammad Macrus
Judul Penelitian	Eksistensi TV9 sebagai media dakwah (strategi mengukuhkan eksistensi TV9 sebagai media dakwah)
Universitas	UIN Sunan Ampel Surabaya
Jenis Karya	Skripsi

Tahun Penelitian	2016
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana strategi TV9, bisa bertahan sampai sekarang
Metode Penelitian	Kualitatif pendekatan diskriptif kualitatif
Persamaan	Sama menggunakan penelitian kualitatif. Sama sama mengkaji tentang strategi.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian “Strategi TV9 dalam Mengendalikan Eksistensi Siaran Kiswah Dzikir Rahmatan Lil’alamin” yaitu metode penelitian kualitatif. Metodologi artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporannya. Manfaat metodologi penelitian antara lain, dapat menyusun laporan baik dalam bentuk skripsi, mengetahui arti pentingnya riset dan dapat menilai hasil-hasil penelitian yang sudah ada.¹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian bermakna seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah yang sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu yang diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.²

Penelitian merupakan suatu proses yang lama yang bermula dari ketertarikan seseorang untuk mengetahui proses tertentu atau fenomena tertentu, baik dari segi sebab akibat sesuatu terjadi. Yang selanjutnya yaitu menentukan model penelitian apa yang akan digunakan apakah kualitatif atau kuantitatif yang disesuaikan dengan apa yang akan diteliti.

¹ Cholid Narbuko, dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hh. 1-12.

² Wardi Bahtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 2001), Hal 1

Pendekatan penelitian yang akan dilakukan adalah fenomenologi. Penelitian ini dipilih karena penelitian kualitatif mempunyai kelebihan dalam penekanan analisis pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Hal ini bukan berarti bahwa pendekatan kualitatif sama sekali tidak memerlukan kuantitatif, akan tetapi penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian melalui cara berfikir formal dan argumentatif.

Penelitian kualitatif digunakan untuk mencari data yang mendalam dengan demikian diharapkan akan lebih mempermudah peneliti dan menganalisis data yang diperoleh pada saat penelitian. Penelitian ini juga mempunyai sikap penyesuaian yang lebih mudah di dalam menghadapi kenyataan-kenyataan ganda yang bersifat kompleks. Dalam penelitian kualitatif terdapat juga unsur hubungan yang intens antara peneliti dengan informan di dalam upaya memperoleh pemahaman yang utuh tentang suatu permasalahan yang akan dikaji.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis deduktif dan induktif. Jenis penelitian ini adalah proses penalaran dari satu atau lebih pernyataan umum (premis) untuk mencapai kesimpulan logis tertentu. Metode deduksi akan membuktikan suatu kebenaran baru berasal dari kebenaran-kebenaran yang sudah ada dan diketahui sebelumnya (berkesinambungan).³

³ Hermawan Warsito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1995) Hal. 10

Proses ini yang menghasilkan data berupa kata-kata yang tertulis atau dari ucapan (lisan) dari para informan yang diamati nantinya berdasarkan fenomena yang ada dilapangan. Data tersebut akan di koreksi kebenarannya menggunakan kritik intern dan extern.

B. Kehadiran Peneliti

Pada sebuah proses penelitian kualitatif kehadiran peneliti sangatlah penting karena penelitian ini memang menganjurkan peneliti langsung turun ke lapangan penelitian dikarenakan bahan atau data yang diperoleh penelitian kualitatif adalah hasil dari pengamatan, pengambilan rekaman, wawancara, partisipasi, dokumen tertulis, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data yang akan dicari, seperti ketika mencari data dengan melakukan wawancara peneliti diharuskan datang sendiri dan mengamati secara langsung apa yang dipaparkan oleh informan, dan juga mengamati proses wawancara yang meliputi mimik wajah informan dan kejelasan informasi yang dipaparkan oleh informan.

Dengan melakukan penelitian secara langsung tanpa harus ada perantara dalam mencari data dan informasi mengenai objek penelitian diharapkan data yang didapatpun merupakan data yang falid dan benar-benar nyata, karena dalam penelitian kualitatif, data menjadi sesuatu yang harus terjamin kebenarannya karena data inilah yang akan dikelola dan di analisis kemudian menjadi hasil penelitian.

Pada proses meneliti dan mencari data tentang Strategi mengendalikan eksistensi TV9 kiswah dzikir rahmatan lil'alamini sebagai media dakwah, peneliti secara langsung memberitahukan maksud dan tujuan kepada informan tentang tujuan peneliti untuk melakukan penelitian, pemberitahuan tentang rencana meneliti ini dilakukan peneliti agar data yang terkumpul benar-benar data yang valid dan cara peneliti menghormati para informan, melihat para informan adalah para crew stasiun televisi yang bernuansa islami, yang menurut sudut pandang peneliti bahwa para informan tidak akan memberikan data yang palsu.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data primer

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh saat melakukan penelitian langsung di lapangan. Dalam hal ini, peneliti memperoleh data tentang strategi TV9 dalam mempertahankan eksistensi siaran Kiswah Dzikir Rahmatan Lil Alamin meliputi: cara yang digunakan untuk promosi, media apa yang digunakan, serta inovasi apa yang dilakukan oleh TV9 untuk tetap mendapatkan respon positif dari jamaah.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Pada umumnya untuk mendapatkan data sekunder, tidak lagi dilakukan wawancara atau melalui instrumen jenis lainnya melainkan meminta bahan-bahan sebagai pelengkap dengan melalui petugas atau dapat tanpa

- b. Nama : Jhon
Umur : 29 Tahun
Jabatan : Pimpinan Redaksi Kiswah TV9

Mas Jhon dipilih sebagai informan karena Mas Jhon merupakan seorang Pimpinan Redaksi Kiswah TV9 yang bertugas dalam jalannya segala keprpduksian dari pengaturan jadwal pentasan, kesehatan crew, pencarian dana, perizinan, dokumentasi dan publikasi. Selain itu, Mas Jhon ini dianggap mampu mengetahui seluk beluk Kiswah Dzikir Rahmatan Lil'alamin.

- c. Nama : Bapak H. Nasir
Umur : 56 Tahun
Jabatan : Ketua Yayasan Al-jihad Surabaya

Bapak H. Nasir dipilih sebagai informan karena Bapak H. Nasir ketua Yayasan Al-jihad Surabaya yang mengetahui tentang asal mula berdirinya yayasan Al-jihad Surabaya dan Dzikir rahmatan lil'alamin.

- d. Nama : Mas Sharul Mubarak
Umur : 27 Tahun
Jabatan : Ketua Dzikir Rahmatan Lil'alamin

Mas Sharul Mubarak dipilih sebagai informan karena Mas Sharul Mubarak selaku ketua dzikir rahmatan lil'alamin yang mengetahui seluk beluk dzikir rahmatan lil'alamin.

3. Sumber data skunder

Sumber data sekunder adalah data yang akan diperoleh oleh peneliti dari para informan, yang berupa arsip, foto, video dan dokumen yang berkenaan dengan strategi mengukuhkan eksistensi TV9 sebagai media dakwah.

Data sekunder berupa video yang akan peneliti cari di situs Youtube.com, sedangkan arsip, foto dan dokumen bisa dicari di website TV9 yakni www.tv9.co.id. Media internet saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat. Jadi, kalau suatu saat atau kapan pun membutuhkan informasi, masyarakat cenderung akan lebih suka menggunakan internet daripada media lainnya. Selain itu, peneliti juga akan melakukan pencarian data kepada para crew lewat media social mereka. Semua crew bukan tidak mungkin mengabadikan hasil kerjanya di akun jejaring social miliknya seperti : Facebook, Path, Instagram, Youtube, Twitter dan lain-lain.

D. Tahap Penelitian

Tahap yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tahap pra lapangan, tahap lapangan dan tahap analisis.

1. Tahap pra lapangan adalah tahap yang dipakai peneliti sebelum terjun kelapangan.

Peneliti dalam hal ini mempersiapkan kegiatan dan pertimbangan pra lapangan adalah sebagai berikut:

a. Menyusun rancangan penelitian

1) Latar belakang.

2) Kajian kepustakaan yang menghasilkan pokok-pokok.

- a) Rumusan masalah penelitian.
- b) Kesatuan paradigma dengan fokus.
- c) Pemilihan lapangan penelitian.
- d) Penentuan judul penelitian.
- e) Rancangan pengumpulan data.

b. Memilih lapangan penelitian

Dalam hal ini peneliti memilih tempat penelitian di Studio TV9 yang terletak di Jl. Raya Darmo No. 96 Surabaya dan yayasan pondok pesantren mahasiswa Al-jihad Surabaya Jl. Jemursari Utara Gg.3 No. 9

c. Mengurus perizinan lapangan

Terkait dengan perijinan penelitian peneliti terlebih dahulu mengurus perizinan ke Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dan kemudian surat tersebut di sampaikan kepada bagian HRD TV9, tujuannya supaya mendapatkan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

d. Menjajaki dan menilai keadaan lapangan

Peneliti langsung meninjau keadaan lapangan dengan langsung ke Studio TV9 yang terletak di Jl. Raya Darmo No. 96 Surabaya dan berbincang-bincang dengan para crew kiswah TV9 serta agar menunjukkan sifat sopan santun dalam melakukan penelitian.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Dalam hal ini peneliti memilih crew TV9 dan manajemen yang terkait. Adapun beberapa informan yang dipilih sudah disebutkan pada sub bab sebelumnya.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Menyiapkan perlengkapan peneliti yang dimaksud di sini adalah seorang peneliti mempersiapkan keperluan-keperluan yang dibutuhkan dalam penelitian dilapangan berupa ballpoint, pensil, buku catatan, kertas dan lain-lain yang berkaitan.

g. Etika penelitian

Pada tahapan pra lapangan yang terahir ini peneliti sangat menjaganya karena hal ini menyangkut akhlak sesama muslim. Dengan terjaganya etika sopan santun dalam melakukan penelitian diharapkan terjalinlah suatu kerjasama yang produktif diantara kedua belah pihak.

2. Tahap pekerjaan lapangan adalah tahap kedua yang dipakai oleh peneliti setelah melakukan tahapan pra lapangan maka peneliti menggunakan tahap lapangan. Setelah peneliti menyusun perencanaan penelitian, peneliti secara langsung terjun kelapangan penelitian dan langsung melakukan observasi, wawancara atau pengamatan. Sambil menggali dan mengumpulkan data dan melakukan analisis deangan langkah-langkah sebagai berikut.

a. Memilah dan meringkas dokumen

b. Pembuatan catatan objektif

- c. Pembuatan catatan reflektif
- d. Penyimpanan data secara sistematis
- e. Analisis data selama proses pengumpulan data
- f. Menbuat analisis ringkasan sementara

Dalam tahap pelaksanaan ini. Dibagi menjadi 4 langkah yaitu:

- a. Pengumpulan data
- b. Pengolahan data
- c. Analisis data
- d. Penafsiran hasil analisis⁴

E. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan manfaat empiris, bahwa pengumpulan data adalah sebuah instrumen yang paling penting dalam penelitian kualitatif.⁵ apabila kita salah dalam melakukan atau mengerjakannya itu akan berdampak fatal didalam penelitian ini. Tahap-tahap pengumpulan data adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Tujuan peneliti dalam melakukan observasi adalah ingin mengetahui terlebih dahulu keadaan dan situasi tempat yang akan diteliti, dengan begitu peneliti akan lebih faham akan situasi dan kondisi yang ada di tempat penelitian. Selain itu peneliti juga melakukan pengumpulan data mengenai objek penelitian menggunakan metode observasi hal ini dilakukan agar data yang terkumpul benar benar valid dan sesuai dengan keadaan dilapangan.

⁴ Harmawan Wasito, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, 1995), Hal. 22

⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana ,2011). Hal.110

Observasi mempunyai arti melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu.⁶ Aktivitas yang dilakukan terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Dalam hal ini peneliti akan melakukan pengamatan atau observasi terhadap kegiatan ataupun upaya yang dilakukan oleh TV9 kiswah dzikir rahmatan lil'alamin sehingga bisa tetap eksis sebagai media dakwah.

2. Wawancara

Peneliti dalam melaksanakan wawancara pertama-tama akan berbicara seperti biasa, bisa mengajukan pertanyaan-pertanyaan mengenai nama informan apabila belum kenal, keadaan informan bagaimana kesehatannya yang sifatnya bisa disebut pemanasan sebelum melakukan wawancara. Pertanyaan itu bertujuan agar terciptanya keakraban yang lebih dekat karena menurut hemat peneliti apabila terjadi keakraban maka data yang dibutuhkan akan mudah didapatkan dan datannya pun akan sesuai dengan keadaan yang ada pada saat itu.

Wawancara akan digunakan untuk menggali secara mendalam dan meluas data atau informasi yang diperlukan, pada saat melakukan proses wawancara peneliti akan mendengarkan apa saja yang disampaikan oleh

⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), Hal. 131

informan, setelah melakukan proses wawancara terhadap informan maka peneliti akan mencatat jawabani dari subjek, dalam hal ini adalah para informan. Yang meliputi sebagian besar crew TV9 kiswah dzikir rahmatan lil'alamin yang mengetahui sepak terjang perusahaan medianya. Adapun bentuk wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah:

a. Wawancara terbuka

Wawancara terbuka dilakukan dengan subyek menyadari dan tahu tujuan dari wawancara.⁷ Pedoman inilah yang akan dipakai oleh peneliti sebagai alur yang harus dipatuhi dan ditaati. Yang digunakan oleh peneliti hanya dengan wawancara terbuka. Tapi masi ada banyak lagi teknik-teknik wawancara selain teknik wawancara terbuka yang akan digunakan oleh peneliti. Dalam wawancara terbuka ini peneliti akan mengajukan pertanyaan: bagaimana strategi TV9 kiswah dzikir rahmatan lil'alamin hingga bisa menjadi siaran yang paling di minati oleh masyarakat Surabaya dan sekitarnya?

F. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari pelaksanaan observasi dianalisis secara kualitatif. Sedangkan data analisis pada TV9 menggunakan metode deskriptif. Metode ini bertujuan untuk memperoleh gambaran lengkap mengenai gejala

⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001), Hal. 108

sosial tertentu. Metode ini digunakan untuk mendapatkan keterangan yang jelas dan baik terhadap suatu masalah tertentu dan didalam suatu tempat tertentu.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.\

Analisis data dalam penelitian kualitatif selalu bersifat induktif, alur kegiatan analisis terjadi secara bersama dengan :

- a. Reduksi data, melakukan pemilihan dan menganalisis data-data yang didapat. Proses ini akan dilakukan selama penelitian.
- b. Display data, sebagian data yang didapat akan langsung diolah sebagai setengah jadi yang nantinya dimatangkan melalui data selanjutnya.
- c. Verifikasi dan pemeriksaan kesimpulan, kegiatan dari konfigurasi yang utuh, membuat rumusan proposisi yang terkait dan mengangkatnya sebagai temuan penelitian. Dari sini peneliti berusaha mencari arti dari setiap data yang terkumpul, menyimpulkan serta memverifikasi data tersebut.

Pada tahap reduksi data tersebut peneliti berusaha untuk memilah data yang dianggap penting dan akurat yang ada pad TV9. Baik dari data primer maupun data sekunder, oleh karena itu pada tahapan ini membutuhkan

ketelitian dan kecermatan agar tidak salah dalam memilih data yang paling akurat.

Berikutnya dari data yang sudah diperoleh dan dipilih yang akurat, akan diolah menjadi data setengah jadi. Hal tersebut berlangsung sementara, karena jika ada data baru yang lebih akurat maka data sebelumnya akan dihapus. Ini terjadi tahap display data. Dan tahap yang terakhir adalah verifikasi data dan penarikan kesimpulan setelah data yang diperoleh dari penelitian pada TV9 mengenai strategi promosi penjualan sebuah event.

G. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif uji keabsahan data yang kan dilakukan meliputi uji kredibilitas data (validitas internal), uji depenabilitas (realibilitas) data, uji tranferabilitas (validitas eksternal/ generalisasi) dan uji komforbilitas (obyektifitas). Namun yang utama adalah uji kredibilitas data. Uji kredibilitas dilakukan dengan: perpanjangan keikutsertaan, meningkatkan ketekunan, diskusi dengan teman sejawat dan triangulasi

Dalam penelitian ini teknik pemeriksaan dan keabsahan data yang digunakan ada tiga⁸, yaitu :

- a. Perpanjangan keikutsertaan, kegiatan ini untuk menguji ketidakbenaran informasi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari informan serta

⁸ Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 327-334

membangun kepercayaan objek. Perpanjangan keikutsertaan juga menuntut agar peneliti terjun ke lokasi penelitian dalam waktu yang lama untuk mendeteksi data yang belum valid. Hal ini dilakukan dengan cara mengamati dan menganalisis kegiatan promosi yang ada di TV9.

- b. Pemeriksaan sejawat melalui diskusi, kegiatan ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan sejawat. Cara ini dilakukan dengan cara mengumpulkan rekan yang sebaya serta memiliki pengetahuan umum yang sama mengenai strategi komunikasi penjualan sebuah event khususnya pada TV9. Sehingga kita dapat *me-review* persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan.
- c. Triangulasi, kegiatan ini dilakukan dengan cara mengajukan berbagai pertanyaan kepada informan, mengecek data dengan sumber-sumber data yang didapat sebelumnya, serta memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan dapat dilakukan.

Perubahan jadwal tersebut ternyata memberikan dampak positif pada majelis dzikir rahmtan li'alamin di yayasan al-jihad Surabaya. Masyarakat yang enggan mengikuti istighasah karena waktunya yang terlalu malam kemudian tertarik meluangkan waktunya untuk mengikuti kegiatan pengajian dzikir rahmatan lil'alamin. Hal ini berlangsung cukup lama sampai pada akhir tahun 2011, pengurus yayasan al-jihad Surabaya memindah jadwal pelaksanaan pengajian menjadi setiap malam minggu terakhir dari tiap bulan.

Pemilihan waktu tersebut berdasarkan hasil kesempatan para pengasuh yayasan al-jihad Surabaya yang memandang bahwa masyarakat perkotaan khususnya Surabaya cenderung tidak memahami kalender jawa. Dan waktu pelaksanaan pengajian pada setiap malam minggu terakhir di setiap bulan pukul 19.30 WIB (ba'da isya') berlangsung sampai sekarang.

Pada tahun 1990 pengajian dilaksanakan di musholla. Waktu itu yang dijadikan tempat pelaksanaan pengajian pertama kali yaitu musholla al-falah milik abah habib. Berawal dari musholla ini kemudian dijadikan secara bergantian antara musholla satu dan musholla lainnya. Musholla lainnya. Musholla yang dijadikan tempat pelaksanaan pengajian dipilih dari daerah wonocolo dan sekitarnya.

Pelaksanaan pengajian dari musholla ke musholla ini berlangsung pada tahun 1990 sampai tahun 2000. Karena pada tahun tersebut telah di bangun pondok baru yang memiliki tempat yang

Respon atau perubahan bergantung pada konsep suatu program. pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima atau ditolak oleh penikmat program acara, konsep yang terjadi dapat berjalan apabila konsep yang dimiliki oleh kiswah dzikir rahmatan lil'amin ini bisa menarik masyarakat untuk hadir atau melihat di layar kaca. Sampai pada proses konsep yang menarik tersebut sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan masyarakat dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.

Media promosi yang digunakan oleh kiswah dzikir rahmatan lil'amin ini adalah menggunakan media sosial, media cetak dan media elektronik. Media sosial yang dimaksudkan adalah Facebook, youtube, twitter, blog dan Instagram. Media cetak yang dimaksud adalah Koran, majalah, poster, tabloid dan buku. Sedangkan media elektroniknya adalah radio. Menurut teori, media sosial ini akan memberikan rangsangan kepada calon penikmat kiswah dzikir rahmatan lil'amin ketika melihat postingan atau tayangan yang ada pada media tersebut. Ketika memposting sebuah foto atau video disitulah pesan akan disampaikan kepada calon penikmat kiswah dzikir rahmatan lil'amin. Apabila postingan tersebut bagus maka masyarakat tersebut akan tertarik untuk menghadiri atau melihat acara kiswah dzikir rahmatan lil'amin ini. Semua ini tergantung dari kualitas pesan yang disampaikan oleh pihak kiswah dzikir lil'amin pada media sosial tersebut. Selain itu tergantung juga pada pandangan calon penikmat kiswah dzikir

rahmatan lil'alamin terhadap pesan yang disampaikan melalui postingan gambar atau video itu sendiri.

Respon yang baik dari masyarakat pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana. Dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian masyarakat dapat megarapkan atau memperkirakan suatu program acara itu memiliki pesan-pesan media dan berkualitas. Kejadian seperti ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh pakar komunikasi Dennis Mc Quail yang mengatakan bahwa memang sudah saatnya sebuah organisasi atau komunitas memiliki media massa agar tidak terjadi sentralisasi informasi. Dengan adanya media yang dimiliki, sebuah organisasi maupun komunitas lokal tidak harus tunduk pada pengendalian politik yang dipusatkan atau pengendalian birokrasi Negara. Warga Negara secara individu dan kelompok minoritas memiliki hak pemanfaatan media. Kelompok minoritas memiliki hak pemanfaatan media. Kelompok, organisasi, dan masyarakat lokal sudah seyogyanya memiliki media sendiri. Bentuk media yang bersekala kecil, interaktif, dan partisipatif lebih baik ketimbang media bersekala besar satu arah. Elemen-elemen utama dari teori ini adalah pesan atau kelakuan dari program acara itu mempunyai kualitas atau tidak yang ditimbulkan kepada masyarakat.

- b. Menambah crew yang berkompeten
 - c. Lebih ditingkatkannya semangat dan konsisten dalam memajukan dan mensukseskan acara kiswah dzikir rahmatan lil' alamin
 - d. Hendaknya meningkatkan kreatifitas dan inofasi supaya bisa di minati banyak orang.
2. Dalam lingkungan eksternal crew kiswah dan pengurus dzikir rahmatan lil' alamin :
- a. Hendaknya menjaga hubungan yang telah terjalin baik pihak kiswah maupun pengurus dzikir rahmatan lil' alamin
 - b. Mempertahankan citra baik yang sudah dimiliki dalam kalangan pemirsa dan jamaah
 - c. Menjaga dan mengimbangi pengaruh yang ada di kalangan pemirsa dan jamaah
 - d. Mengikuti informasi-informasi yang berkembang berkaitan dengan kemajuan acara kiswah dzikir rahmatan lil' alamin.
 - e. Penting bagi fakultas dakwah dan komunikasi dan jurusan komunikasi dan program studi komunikasi dan penyiaran islam yang menjadi salah satu pencetak kader dakwah. Diharapkan tidak hanya mencetak kader dakwah, akan tetapi dibekali dengan wawasan yang luas. Karena di program studi komunikasi dan penyiaran islam akan lahir jurnalis, broadcaster, dan ahli ceramah, maka diharapkan pimpinan program studi bisa mendidik apa yang dilahirkannya agar kelak nanti setelah terjun ke dunia media bisa menjadi panutan yang dapat menyebarluaskan ajaran islam.

