

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI PROGRAM SIARAN JAMA'AH BERTANYA USTADZ  
MENJAWAB DI ASHIILTV PEKANBARU.**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu komunikasi  
Universitas Islam Riau

**MHD NUR AWALUDIN**

**NPM : 179110032**

**KONSENTRASI : MEDIA MASSA**

**PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2022**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Nama : Mhd. Nur Awaludin  
NPM : 179110032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian : 15 Juli 2022  
Judul Penelitian : Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil Tv Pekanbaru.


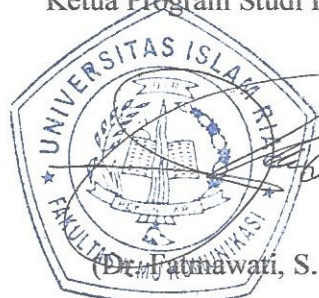
Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relative telah memenuhi ketentuan-ketentuan normative dan kriteriametode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 26 Juli 2022

Menyetujui,

Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
  
(Dr. Fatmawati, S. I, P, MM)

  
(Dr. Muhd. AR Imam Riau, M.I.Kom)

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Nama : Mhd. Nur Awaludin  
NPM : 179110032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian : 15 Juli 2022  
Judul Penelitian : Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil Tv Pekanbaru.

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relative telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 26 Juli 2022

Tim Penguji,

Ketua



(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom)

Penguji



(Yudi Daherman, M.I.Kom )

Mengetahui  
Wakil Dekan I



(Cutra Aslinda, M. I. Kom)

Penguji,



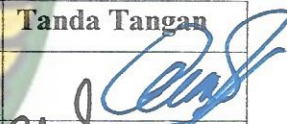


(Idawati, M. I. Kom)

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1548 /UIR-Fikom/Kpts/2022 Tanggal 08 Juli 2022 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Jum'at** Tanggal **15 Juli 2022** Jam : **11.00 - 12.00. WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : **Mhd. Nur Awaludin**  
NPM : 179110032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Penelitian : Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil Tv Pekanbaru.  
Nilai Ujian : Angka : "78.6" ; Huruf : "B+"  
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus**  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr . Muhd. AR. Imam Riau , M. I. Kom	Ketua	
2.	Yudi Daherman, M.I.Kom	Penguji	
3.	Idawati, M. I. Kom	Penguji	

Pekanbaru, 15 Juli 2022

Dekan



**Dr. Muhd. AR. Imam Riau , M. I. Kom**

NPK : 150802514

HALAMAN PENGESAHAN

MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHAKAN EKSISTENSI  
PROGRAM SIARAN JAMA'AH BERTANYA USTADZ MENJAWAB DI ASHIL  
TV PEKANBARU

Yang diajukan oleh :

Mhd Nur Awaludin

NPM : 179110032

Pada tanggal :

15 Juli 2022

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom)

Dewan Penguji,

Tanda Tangan,

Dr . Muhd. AR. Imam Riauan , M. I. Kom

Yudi Daherman, M. I. Kom

Idawati, M. I. Kom

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mhd. Nur Awaludin  
Tempat / Tanggal Lahir : Tembilahan / 02 April 1998  
NPM : 179110032  
Bidang Kosentrasi : Media Massa  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Alamat / No.Telp : Jl. Sengon Raya / 082382647110  
Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil Tv Pekanbaru.

Dengan ini mennyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (Skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 26 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Mhd. Nur Awaludin

## PERSEMBAHAN

*Bimillahirrahmanirrahim..*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Aza Wa Jalla pencipta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang karena atas segala nikmat yang diberikanlah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tiada alasan untuk tidak selalu mengucapkan rasa syukur kepada Allah Aza Wa Jalla dengan ucapan “Alhamdulillah” dan tidak lupa Nabi kita Muhammad Shallallahu ‘alaihi Wa Sallam.

Terimakasih kepada mamak, istri dan abang-abang, kakak-kakak serta keluarga yang tidak henti-hentinya mendoakan, memberikan support dan semangat agar terselesaikan nya skripsi ini, dan memberikan kasih sayang yang luar biasa yang diberikan kepada penulis yang takkan terganti.

## MOTTO

“ Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk “  
(Qs. Al-Baqarah. Ayat: 45)

“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja keras “  
(Qs. Al-Insyirah. Ayat: 5-7)

“ Teguklah kesabaran. Jika kesabaran membunuhmu, ia membunuhmu dalam keadaan dirimu mati syahid. Jika kesabaran itu membuatmu tetap hidup, ia membuatmu tetap hidup dalam keadaan mulia “  
(Al-Imam Ibnu Qayyim al-Jauziyyah rahimahullah)

“ Nikmatilah hidupmu meskipun kesulitan mulai terlihat menghampirimu. Ketika kehidupan memberimu seribu sebab yang dapat membuatmu menangis, maka tunjukkanlah kepada dunia bahwa engkau memiliki sejuta sebab yang dapat membuatmu tersenyum ”

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala berkat rahmat, hidayah dan karunianya serta kekuatan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan Judul "*Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV Pekanbaru*". Skripsi ini menyajikan pokok-pokok dalam mengenai manajemen komunikasi pada program siaran Jama'ah bertanya ustadz menjawab di Ashiil TV Pekanbaru.

Selesaiannya skripsi ini merupakan salah satu implementasi dari ilmu pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan dan sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Universitas Islam Riau. penulis sangat sadar bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik dalam bentuk tenaga maupun pikiran. Oleh karena itulah dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan Jazakallahu khairan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muhd AR. Imam Riauan, M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Fatmawati, S.IP., M.M., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

3. Dr. Muhd AR. Imam Riau, M.I.Kom., Selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan arahan, bimbingan dan masukan yang sangat banyak dan sangat berarti serta telah meluangkan waktunya dalam proses bimbingan Skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Saya ucapkan terimakasih dengan setulus-tulusnya atas segala ilmu dan pelajaran yang bermanfaat yang telah diberikan kepada saya.
5. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis dalam setiap proses administrasi.
6. Jazakillahu khairan yang tercinta dan istimewa kepada orang tua penulis mamak Hj. Mulia atas perhatian, kasih sayang, dukungan baik moral maupun material, dan doa yang selalu diberikan tanpa henti-hentinya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
7. Jazakillahu khairan kepada kedua bidadari penulis Umma Rizka Fatma Yulfianda, S.Pd dan buah hati tercinta Maimunah Khaulah As-Syaima yang selalu memberikan semangat dan memberikan dorongan hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Untuk abangku Mulyadi, Muhammad, S.Kom., M.Kom dan kakak Syarifah beserta kakak ipar Yulia Kristanty dan kakak Liza yang selalu ada membantu memberikan semangat dan doa selama penyusunan Skripsi ini. Dan juga untuk keponakanku Yaya, Felly, Varo, Adeola, Adam dan Ragil yang memberikan semangat lewat senyuman dan tawa mereka.

9. Terimakasih untuk keluarga AVF yang telah memberikan wadah untuk menambah ilmu, pengalaman dan kebersamaan yang dirasakan selama bersama.
10. Terimakasih teman bareng ngerjain proposal Nanda zaltias, Joares L Tegara, Muhammad Gandhi Apsi dan kawan-kawan seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Ilmu Komunikasi, yang selalu memberikan dukungan, semangat dan juga doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga bimbingan, bantuan dan semangat yang telah diberikan mendapatkan balasan berupa pahala dari Allah Azza Wa Jalla.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena berbagai keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itulah, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar bermanfaat bagi penulis kedepannya. Dan di samping itupula peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menambah referensi dan bermanfaat bagi penulis sendiri maupun yang para pembaca sekalian.

Pekanbaru, 27 Juli 2022  
Penulis,

Mhd. Nur Awaludin

## DAFTAR ISI

<b>Judul</b>	
<b>Persetujuan Pembimbing</b>	
<b>Lembar Pernyataan</b>	
<b>Persembahan</b> .....	<b>i</b>
<b>Motto</b> .....	<b>ii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>iii</b>
<b>Daftar isi</b> .....	<b>vi</b>
<b>Daftar Table</b> .....	<b>vii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>viii</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>xi</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identitas Masalah .....	11
C. Fokus Penelitian .....	11
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	12
1. Tujuan .....	12
2. Manfaat .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Kajian Literatur .....	14
1. Komunikasi .....	14
2. Unsur-unsur Komunikasi .....	16
3. Tipe Perencanaan Komunikasi .....	17
4. Fungsi Komunikasi .....	18
5. Manajemen .....	19
6. Fungsi Manajemen .....	20

7. Unsur-unsur Manajemen .....	22
8. Manajemen Komunikasi ..	25
9. Fungsi Manajemen Komunikasi .	27
10. Peran Manajemen Terhadap Komunikasi .....	27
11. Pengertian Produksi .....	28
12. Produksi Program Siaran .....	29
13. Praproduksi .....	29
14. Produksi .....	30
15. Pasca Produksi .....	32
16. Prosedur Kerja Produksi Televisi .....	32
17. Proses Produksi .....	33
B. Defenisi Oprasional .....	35
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	39
1. Subjek Penelitian .....	39
2. Objek Penelitian .....	40
C. Lokasi dan waktu Penelitian .....	40
1. Lokasi Penelitian .....	40
2. Waktu Penelitian .....	41
D. Sumber Data .....	42
1. Data Premier .....	42
2. Data Sekunder .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
1. Observasi .....	42
2. Wawancara .....	43
3. Dokumentasi .....	43
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	44
G. Teknik Analisis Data .....	45

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	46
1. Sejarah Singkat Ashiil TV Pekanbaru .....	46
2. Visi Dan Misi .....	48
3. Program Siaran Ashiil TV .....	49
4. Makna Logo Ashiil TV .....	49
5. Tugas Dan Fungsi Divisi Ashiil TV .....	50
6. Program Jema'ah Bertanya Ustadz menjawab .....	53
7. Struktur Organisasi Ashiil TV .....	56
B. Hasil Penelitian .....	57
C. Pembahasan Penelitian .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABLE

Table 1.1 Daftar Rating Stasiun TV Dakwah .....	6
Table 1.2 Data Jumlah Penonton Ashiil TV dalam 3 tahun .....	8
Table 1.3 Data Jumlah Penonton Kajian Ilmiah .....	9
Table 1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	36
Table 1.5 Rencana Waktu Penelitian .....	41



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Program Siaran Televisi .....	31
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Ashiil TV .....	56



## Abstrak

### Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV Pekanbaru

Mhd Nur Awaludin

179110032

Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan, seperti stasiun televisi yaitu Ashiil TV. Ashiil TV merupakan media dakwah yang pusat produksinya berada di Pekanbaru. Ashiil TV pada umumnya menayangkan tayangan tausiah, kajian tahsin, tabligh akbar dan kegiatan seputar syiar islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen komunikasi dan produksi program siaran Jama'ah bertanya Ustadz menjawab Ashiil TV dilaksanakan. Penelitian akan dimulai dari meneliti bagaimana perencanaan awal (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) yang akan dilakukan oleh tim Ashiil TV untuk dapat mengemas sampai menyajikan program siaran jema'ah bertanya ustadz menjawab sehingga layak untuk disajikan kepada khalayak dan dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan subjek terdiri dari 2 informan. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui penelitian ini menggunakan teori manajemen komunikasi yang merupakan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antar manusia. dan hasil bagaimana Ashiil TV meningkatkan dalam mempertahankan eksistensi program siaran tersebut.

**Kata Kunci:** Manajemen Komunikasi, Ashiil TV.

*Abstract*

**Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV Pekanbaru**

Mhd Nur Awaludin

179110032

*Communication and information of technology had experiencing a vety rapid development. This is possible because of various media (channel) that can use as massage storage facility, which is like television station that is Ashiil TV. Ashiil TV is da'wah media that the production center is in Pekanbaru. Ashiil TV in general shows tausiah, kajian tahsin, tabligh akbar, and about islamic activies.the purpose of this research to analyze how communication management and broadcast program production "The pilgrims asked, The ustadz answered" Ashiil TV in held. The research wil begin from researching how first planning, organization, actuation, and controlling hich is will be done by Ashiil TV team to can package up to present the program the pilgrims asked, the ustadz answered so worth it to serve to the public and in maintance the existence. This research use approach qualitatiive with descriptive method, this research use data collection technique by using interview, observation, and documentary with the subject consisting of two informans. From resrach result it can be known this research used communication management theories which is use human resources and technology to optimally the relationship between human and the result how Ashiil TV improve in maintaining the existance the broadcast program.*

*Keywords: Communication managePmen, Ashiil TV.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran melalui media merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensnya dan dalam jumlah yang sangat banyak, oleh sebab itu sangat relevan untuk diterapkan dalam penyampaian ajaran agama Islam. Kehadiran sarana dan media baru pada komunikasi di berbagai tempat menjadi cerminan perkembangan media informasi pada era teknologi saat ini. Komunikasi ini di paksa berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan internet yang terjadi belakangan ini, karena dengan hadirnya internet media komunikasi melalui media dapat menembus ruang dan waktu dalam proses penyebaran informasi komunikasi massa. Demikian membuat media ini berintegrasi dengan internet ini adalah suatu terobosan mutakhir untuk mewujudkan penyebaran informasi media massa seluas luasnya.

Media sesungguhnya berada ditengah realitas sosial dengan berbagai kepentingan dan fakta yang beragam. Media sangat dibutuhkan, dimana setiap manusia dituntut untuk bersaing dengan lainnya. Manusia yang hidup ditengah masyarakat sosial harus mencari dan menyebarkan sebuah informasi terbaru.

Termasuklah media merupakan alat atau sarana digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara, 2011:125).

Kecanggihan teknologi seperti televisi, juga turut serta mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya kegiatan dakwah. Dengan mengetahui kelebihan televisi, maka alat tersebut dapat digunakan sebagai media dakwah, sebab sangat diharapkan bahwa dakwah yang dilakukan melalui siaran-siaran di televisi dapat berjalan dengan efektif dan efisien sebagai salah satu pola penyampaian informasi dan upaya transfer ilmu pengetahuan.

Televisi dapat digolongkan menjadi media massa yang menguasai ruang, mudah dicerna dan diterima bagi pendengar atau penontonnya, tapi terbatas dengan waktu. Media massa merupakan institusi yang berperan sebagai agen perubahan bagi masyarakat dan sarana penyampaian komunikasi, informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Sedangkan informasi massa merupakan informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Hal ini merupakan paradigma utama dari media massa. Disamping itu media massa juga memiliki peran yang sangat penting dalam mengedukasi masyarakat, memberikan pencerahan dalam hal informasi dan menjadikan masyarakat yang berfikiran terbuka. Informasi yang disampaikan oleh media massa secara tidak langsung akan menjadi pemikiran bagi masyarakat yang mengkonsumsi informasi tersebut. Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkokoh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan

bangsa, memajukan kesejahteraan umum. Dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.

Ashiil TV merupakan media dakwah yang pusat produksinya berada di Pekanbaru. Ashiil TV pada umumnya menayangkan tayangan tausiah, kajian tahsin, tabligh akbar dan kegiatan seputar syiar islam. Pada awal berdirinya Ashiil TV memiliki nama Ashatiz Media Center atau disingkat (AMC), dan penamaannya berubah menjadi Ashiil TV karena masalah penamaan media yang serupa dengan media lain di luar sana. Saat ini Ashiil TV dapat di akses di sejumlah media platform, seperti *facebook*, *youtube*, *instagram*, *web*, dan lain sebagainya. Ashiil TV memiliki program-program dakwah yang bermacam macam, oleh karenanya pembagian tugas kerja sangat dibutuhkan dalam pembentukan program siaran yang baik lagi menarik. Pembagian tugas setiap divisi dikelompokkan dalam tiga fungsi utama yaitu, MCR (*master control room*), reporter liputan, dan editor.

Siaran televisi harus memiliki peran sebagai institusi pencerahan masyarakat. Televisi memberikan informasi yang mendidik bagi penonton dan mencerdaskan kehidupan bermasyarakat. Ashiil TV sebagai layanan penyedia siaran dakwah. Dengan motto “Syiarkan kitabulloh dan masyarakatkan sunnah Rosulullah”. Ashiil TV hadir dalam rangka memberikan informasi seputar islam dengan menanamkan nilai-nilai sunnah pada setiap program siarannya. Banyak siaran hiburan yang mengutamakan bagaimana agar penonton tertarik untuk menikmati siaran tersebut. Perhatiannya secara terus menerus dan mengesampingkan tugasnya sebagai sumber informasi masyarakat. Banyak

program siaran televisi hanya mengedepankan rating dan antusiasme pemirsa tanpa melihat nilai program dan manfaat program yang ditampilkan. Seharusnya program siaran televisi mengedepankan manfaat dan fungsi edukasi bagi penonton.

Adapun beberapa program yang dimiliki Ashiil TV sebagai berikut:

1. Kajian Ilmiah Islam
2. Tabligh Akbar
3. Interaktif Muamalat Kontemporer
4. Ngopi
5. Podcast (*Proud Of Sunnah*)
6. Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab
7. Kisah teladan Sahabat & Orang Shaleh
8. Tahsin Al-Qur'an
9. Tafsir Al-Qur'an

Salah satu program siaran yang menarik peneliti untuk dijadikan penelitian yaitu program siaran “Jama'ah bertanya Ustadz menjawab”. Program ini salah satu program unggulan yang banyak diminati oleh masyarakat, program ini memiliki konsep program yang bersifat umum sehingga cocok untuk dinikmati oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif untuk menambah wawasan ilmu agama. Dimana ustadz yang menjadi pembawa acara sekaligus yang menjawab jawaban pertanyaan yang ditanyakan oleh jama'ah kepada pemirsa penikmat Ashiil TV. Program ini disiarkan secara *live* dan menggunakan dialog interaktif

yang berpotensi membuat penonton dapat berinteraksi langsung dengan ustadz yang menjawabnya.

Ashiil TV menyajikan kajian-kajian yang dapat dinikmati masyarakat mencakup hingga seluruh Indonesia. Seperti program “Jama’ah bertanya ustadz menjawab”. Untuk membuat sampai memproduksi program tersebut, tentunya Ashiil TV harus mengelola atau memanajemeni program tersebut dan juga mengatur komunikasi antar tim agar produksi dari program tersebut berjalan dengan baik. Suatu tayangan program televisi harus memperhatikan segala materi dan kualitas penayangan. Pada umumnya program siaran televisi memiliki *standard operational produce* (SOP) yang menjadi acuan standarisasi suatu program acara. Semua itu diatur dalam aturan baku yang dimaksudkan untuk mempermudah kerja dari masing masing bidang divisi produksinya.

### Daftar Rating Stasiun TV Dakwah

Table 1.1

No	Daftar Stasiun Tv	Rating %
1	Makkah TV	90%
2	Madinah TV	88%
3	Rodja TV	86%
4	SN TV	83%
5	Ashiil TV	83%
6	Surau TV	80%
7	Insan TV	80%
8	Niaga TV	80%
9	Al Iman TV	77%
10	Salam TV	77%
11	Yufid TV	75%
12	Ahsan TV	73%
13	Fatwa TV	70%
14	Tarbyah Sunnah	70%
15	Izzah TV	70%
16	Rifqon TV	70%
17	Erje TV	65%
18	Binbaz TV	63%
19	Rasyad TV	63%
20	MGI TV	60%

Dilihat dari rating diatas Ashiil TV diposisi nomor 5 yang artinya Ashiil TV terus menyusun strategi agar meningkatkan penonton agar dapat mempertahankan eksistensinya. Ashiil TV merupakan salah satu diantara Stasiun televisi dakwah yang saat ini mulai menampakkan langkah demi langkah telah

menyelenggarakan siaran televisi secara terpadu yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Ashiil TV ini membuat suatu terobosan terbaru dan inovasi dengan menyusun konsep siaran televisi secara profesional. Penyajian program yang tepat dan bersinergi dengan waktu dan kebutuhan masyarakat yang menontonnya, semua komponen masyarakat dan pemerintah sehingga Ashiil TV nantinya dapat menjadi media yang efektif dan efisien.

Manajemen komunikasi sebuah industri media menjadi hal yang memiliki tanggung jawab besar dalam melakukannya. Persaingan industri media tersebut yang sangat sengit menuntut pengelola dari industri media tersebut melakukan manajemen komunikasi dalam industri media untuk sistem kerja yang terstruktur dan memiliki visi dan misi dari apa yang mereka kerjakan. Kerjasama yang baik dalam organisasi industri media antara pimpinan dan bawahan.

Demi keberlangsungan dan pencapaian yang baik, maka setiap permasalahan dalam ruang lingkup industri harus direalisasikan sesuai dalam taraf ilmu manajemen komunikasi yang sesuai dengan standar kinerja setiap bagian-bahan yang terdapat didalam manajemen komunikasi. Ini berkaitan dengan proses dalam mempertahankan eksistensi industri media tersebut dalam menghadapi persaingan industri media dengan membangun program-program siaran yang menjadi tujuan peningkatan serta saat ini semakin pesatnya perkembangan industri media televisi harus semakin kreatif membentuk setiap program-program yang ada di televisi tersebut.

Adapun juga dari struktural kepemimpinan dalam televisi tersebut harus menyiapkan inovasi-inovasi terbaru guna mempertahankan mutu dan kualitas televisi tersebut. Terjadi pula pada Ashiil TV yang harus berusaha keras dalam menjaga kualitas televisi dalam menghadapi persaingan yang pesat, mereka melakukan hal-hal berkelanjutan dengan memberikan ide baru dari setiap programnya agar penonton tetap merasa nyaman dalam menyaksikan program televisi tersebut, hal ini semua tidak terlepas dari kerja sama dalam membangun organisasi yang baik. Setiap yang dihadapi Ashiil TV dalam jangka waktu tiga tahun belakangan ini membuat Ashiil TV harus melakukan tindakan yang lebih diakibatkan dari penurunan penonton. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah penonton Ashiil TV dalam tiga tahun terakhir. Seperti yang terlihat di table dibawah ini.

**Data Jumlah Penonton Pada Program Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV dalam 3 Tahun**

**Table 1.2**

	2019	2020	2021
Januari	215	358	380
Februari	230	355	407
Maret	280	528	459
April	310	429	483
Mei	260	410	595
Juni	303	389	460
Juli	310	471	457
Agustus	285	390	510
September	335	420	550
Oktober	360	388	480

November	348	395	538
Desember	255	475	525

Sumber: Ashiil TV

Dari gambar diatas terlihat jumlah penonton dalam 3 tahun terakhir mengalami naik turun nya pada setiap bulan nya, jumlah penonton di tahun 2019 juga lebih menurun apabila dilihat secara statistik dan penonton nya terlihat naik ditahun selanjutnya. Hal ini dapat dipahami karena pihak yang terlibat dalam komunikasi perusahaan Ashiil TV harus dapat mengeluarkan inovasi baru, gagasan, baru atau ide-ide baru dalam membangun dan meningkatkan program siaran untuk mempertahankan eksistensinya agar mencapai hasil yang lebih baik kedepannya.

Dapat kita lihat pada tabel dibawah yang dimana pada program kajian ilmiah yang merupakan salah satu program Ashiil TV jumlah penonton pada tahun ketahun nya memiliki kestabilan penonton yang dimana dapat kita bandingkan dengan jumlah penonton jama'ah bertanya ustadz menjawab yang jumlah penonton nya jauh lebih sedikit ketimbang dengan program kajian ilmiah.

#### **Data Jumlah Penonton Pada Program Kajian Ilmiah di Ashiil TV dalam 3 tahun**

**Table 1.3**

	2019	2020	2021
Januari	2.913	2.005	1.637
Februari	1.810	2.273	4.619
Maret	5.702	1.817	1.573
April	1.050	1.736	4.055
Mei	15.750	2.671	1.989

Juni	4.878	1.023	1.304
Juli	1.886	1.410	2.906
Agustus	2.076	2.333	2.543
September	1.568	2.202	1.903
Oktober	1.848	1.319	1.813
November	2.061	1.132	2.213
Desember	1.075	1.897	2.171

Sumber: Ashiil TV

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas tentang bagaimana manajemen komunikasi dan produksi program siaran Jama'ah bertanya Ustadz menjawab Ashiil TV dilaksanakan. Penelitian akan dimulai dari meneliti bagaimana perencanaan awal (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) yang akan dilakukan oleh tim Ashiil TV untuk dapat mengemas sampai menyajikan program siaran jema'ah bertanya ustadz menjawab sehingga layak untuk disajikan kepada khalayak dan dalam mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM SIARAN JAMA’AH BERTANYA USTADZ MENJAWAB DI ASHIIL TV PEKANBARU”.**

## B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Manajemen komunikasi antar team dalam mengola program siaran dan eksistensi sebuah siaran.
2. Produksi program dalam siaran acara Jama'ah bertanya ustadz menjawab Ashiil TV yang baik,
3. Program siaran acara Jama'ah bertanya ustadz menjawab dalam eksistensinya dari tahun ketahun.
4. Program siaran memiliki subscriber/penonton.

## C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu manajemen komunikasi dan produksi program siaran dalam mempertahankan eksistensinya.

## D. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana manajemen komunikasi team Ashiil TV dalam mengelola program siaran dan mempertahankan eksistensi sebuah siaran?
2. Bagaimana faktor pendukung dan faktor penghambat dalam produksi program siaran jama'ah bertanya ustadz menjawab?

## E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui manajemen komunikasi dari team Ashiil TV dalam mengelola program siaran dan mempertahankan eksistensi sebuah siaran.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dari produksi program siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV.

b. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan kontribusi pemikiran dalam memperkaya kajian teori komunikasi khususnya berkenaan dengan manajemen komunikasi didalam sebuah lembaga atau instansi. Khusus nya dalam bidang komunikasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen komunikasi didalam suatu stasiun televisi.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi Khususnya terhadap proses produksi dan manajemen komunikasi dalam suatu siaran televisi.
- b. Dapat menambah wawasan peneliti tentang bagaimana proses manajemen komunikasi yang dilakukan oleh team Ashiil TV dalam membuat program siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab.

- c. Dapat menjadi masukan bagi lembaga penyiaran Ashiil TV dalam membuat program televisi.
- d. Dapat menjadikan evaluasi dalam memberikan program agar eksistensinya tetap bertahan.

Penelitian ini juga berharap dapat menambah wawasan kepada insan komunikasi tentang inovasi baru dalam hal berkomunikasi dan bagi seorang pekerja media dalam menciptakan bentuk inovasi baru dalam komunikasi khususnya berkaitan dengan media massa.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya ialah sama makna. Dua orang terlibat dalam komunikasi dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbincangkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan juga mengerti makna dari bahan yang diperbincangkan. (Effendy, 2009: 8)

Komunikasi secara umum merupakan proses mengkomunikasikan komunikasi verbal, sikap, atau pendapat seorang kepada orang lain. Orang-orang berkomunikasi terutama sejak mereka dilahirkan. Komunikasi ini berkelanjutan seumur hidup. Komunikasi dapat diibaratkan sebagai darah kehidupan manusia. Jika tidak pernah melakukan kontak antara seseorang dengan yang lainnya, maka tidak dapat membayangkan seperti apa bentuk dan gaya manusia di dunia, melalui komunikasi seseorang tidak mengisolasi dirinya sendiri. (Harun dan Ardianto, 2011 : 19-20).

Menurut Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya (Cangara, 2011:19).

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pernyataan yang diajukan:

- a. Komunikator (*communicator*)
- b. Pesan (*Message*)
- c. Media (*Channel, media*)
- d. Komunikan (*Communiants*)
- e. Efek (*Effect, impact*)

Hafied Cangara mengatakan bahwa “komunikasi adalah suatu proses dimana antara dua orang ataupun lebih melakukan suatu pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling mengerti.” (Cangara, 2014:35)

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses dimana suatu informasi dapat tersampaikan melalui dua orang ataupun lebih dalam bertukar informasi dan kegiatan tersebut dapat menimbulkan perilaku pada setiap orang tersebut. Dan dalam penyampaian tersebut dapat mengakibatkan berbagai efek yang berbeda pula.

### a. Unsur-unsur komunikasi

Komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan. Unsur-unsur ini juga bisa disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara, 2011: 23).

#### 1. Sumber

Sumber merupakan pihak yang menyampaikan atau pengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut source, sender atau encoder.

#### 2. Pesan

Pesan merupakan pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal atau bisa disebut bahasa tertulis atau lisan, maupun nonverbal juga disebut isyarat, yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata message, content atau information.

#### 3. Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam yang disebut disini dapat berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio dan televisi.

#### 4. Penerima

Penerima merupakan suatu pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut juga dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience* atau *decoder*.

5. Efek

Efek atau juga dapat disebut dengan pengaruh adalah suatu perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima dan sesudah penerima pesan. Pengaruh juga bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Pengaruh juga bisa disebut dengan akibat ataupun dampak.

6. Umpan balik (*feedback*)

Umpan balik merupakan sebuah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerima pesan dari sumber.

7. Lingkungan

Lingkungan merupakan situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu.

### b. Tipe Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi pada dasarnya dibedakan menjadi dua tipe perencanaan yaitu (Cangara, 2017:50-54) :

### 1. Perencanaan komunikasi strategis

Perencanaan komunikasi yang mengacu pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan *alternative* dalam mencapai tujuan jangka panjang, serta menjadikan kerangka besar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Bagi organisasi atau lembaga, perencanaan komunikasi strategis bisa dilihat dari penjabaran visi, misi dan tujuan yang ingin dicapai.

### 2. Perencanaan Komunikasi Oprasional

Perencanaan komunikasi oprasional terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Perencanaan infrastruktur komunikasi atau disebut perencanaan teknik karena menyangkut pengadaan alat-alat komunikasi, seperti pembangunan stasiun radio, televisi diperlakukan peralatan gedung, pemancar, kamera, ruang monitor, ruang presenter, *editing control* dan sebagainya.

### c. Fungsi Komunikasi

Pendapat dari Robbins dalam Sudiro (2008: 120), menjalankan komunikasi ada empat fungsi utama dalam suatu kelompok dan organisasi, yaitu pengendalian, motivasi, pengungkapan emosi dan informasi. Komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku anggota.

Harold D. Lasswell (dalam Cangara, 2014: 67) berpendapat fungsi komunikasi itu diantara lain:

- a. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
- b. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada,
- c. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi selanjutnya.

Fungsi komunikasi jika dilihat dari aspek kesehatan mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, jika seseorang banyak melakukan komunikasi dengan orang lain bisa jadi karena hal itu orang tersebut bisa semakin menambah kepercayaan diri. Berbeda dengan orang yang terisolir atau jauh dari masyarakat maka dapat menimbulkan kurangnya kepercayaan diri.

## 2. Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa Inggris dari kata *to manage* sinonimnya antara lain *to hand* berarti mengurus, *to control* yang berarti memeriksa atau mengawasi, *to guide* yang berarti menuntun atau mengemudikan. Jadi, apabila dilihat dari asal katanya, manajemen berarti “mengurus, memeriksa, mengawasi, pengendalian.

Manajemen secara umum merupakan suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan. Proses ini terdapat dalam fungsi produksi, pemasaran, keuangan dan kepegawaian. Istilah manajemen memiliki arti sebagai kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya *manage* (mengelola) sumber daya manusia (Riinawati, 2019).

Beberapa ahli menggunakan kata manajemen sebagai kata benda kolektif yang dimana menggambarkan bahwa manajemen merupakan proses yang menunjukkan penampilan fungsi khusus dan banyak lagi para ahli berpendapat manajemen sebagai suatu ilmu dan karakter sebagai profesi. Manajemen menunjukkan suatu disiplin pengajaran dan bidang tertentu.

Pengetahuan dalam manajemen bukan hanya sebagai karya-karya dalam sebuah praktik, melainkan didukung kedudukannya sebagai disiplin suatu pengetahuan. Perkembangannya, manajemen menjadi ilmu terapan atau lebih terkenal dengan sebutan “manajemen keilmuan”. Peter Drucker mengemukakan dua hal penting terkait dalam manajemen seperti fungsi manajemen dan orang-orang yang melaksanakannya. Manajemen menunjukkan kedudukan sosial dan wewenang, tetapi juga merupakan suatu disiplin bidang telaah (Rismi, 2014: 45).

#### **a. Fungsi Manajemen**

Fungsi manajemen menurut James A.F. Stoner dalam (Riinawati, 2019: 29) ada empat fungsi seperti *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*, yang bisa disebut dengan POAC.

##### **1. Perencanaan (*Planning*)**

Perencanaan menunjukkan bahwa para manajemen memikirkan tujuan dan kegiatan sebelum melaksanakan. Fungsi perencanaan tersebut mempunyai hubungan yang sangat erat kaitannya dengan pengambilan keputusan. Maka dari itu, pengambilan keputusan merupakan aspek yang penting dalam sebuah perencanaan, yang berarti proses pengembangan dan pemulihan arah tindakan untuk memecahkan suatu masalah.

Adapun unsur *planning* sebagai berikut:

- a. Identifikasi dari kunci masalah
- b. Orientasi dari top manajemen
- c. Penentuan rencana organisasi
- d. Peninjauan kembali rencana yang dibuat

## 2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah para manajer mengoordinir sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang dimiliki organisasi. Langkah-langkah dalam proses pengorganisasian sebagai berikut:

- a. Merinci seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan dalam mencapai suatu tujuan.
- b. Membagi bahan kerja dalam beberapa kegiatan yang secara logis dan memandai dapat dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang.
- c. Mengkombinasi pekerjaan anggota perusahaan melalui cara yang efisien.
- d. Menetapkan mekanisme untuk mengkoordinasi pekerjaan anggota dalam suatu kesatuan yang harmonis.
- e. Memantau evektifitas suatu organisasi dan mengambil langkah-langkah penyesuaian.

## 3. Pengarahan (*Actuating*)

Ada empat bagian penting dalam memberikan fungsi pengarahan yang dilakukan pemimpin terhadap para karyawannya. Keempat fungsi tersebut sebagai berikut:

1. Motivasi
2. Komunikasi
3. Kepemimpinan
4. Pelatihan

Adapun fungsi pengawasan dalam media massa meliputi persiapan suatu standar kuantitas dan kualitas hasil kerja, baik dalam bentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan atau organisasi dalam upaya pencapaian tujuan, produktivitas dan terciptanya citra yang positif.

#### 4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan suatu kegiatan untuk menjamin atau menjaga agar rencana dapat diwujudkan dengan efektif. Pengawasan berarti para manajer berusaha meyakinkan bahwa organisasi akan bergerak dalam arah tujuan. Dasar dalam pengawasan merupakan menentukan standar dan metode yang ditetapkan untuk mengukur prestasi. Dalam hal ini mengukur prestasi kerja apakah dapat memenuhi standar ataukah belum. Jika memenuhi standar maka tidak perlu melakukan apapun, sedangkan jika belum mencapai standar maka dilakukan tindakan korektif dan evaluasi ulang standar yang telah ditetapkan. Jika standar telah tercapai maka tujuan organisasi telah tercapai..

##### **a. Unsur-unsur Manajemen**

Dalam sebuah perusahaan pastilah memiliki unsur-unsur untuk membentuk suatu manajemen dalam mewujudkan suatu tujuan yang direncanakan dengan baik. Unsur-unsur tersebutlah yang disebut dengan unsur manajemen. Jika salah satunya tidak ada maka akan berimbas dengan berurangnya upaya untuk mencapai tujuan organisasi ataupun perusahaan. Dalam unsur-unsur tersebut meliputi sebagai berikut (Riinawati, 2019: 31-32).

a. Manusia (*Human*)

Manusia adalah yang paling menentukan, manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan suatu proses untuk mencapai tujuan tersebut. Dapat kita ketahui bahwa tanpa adanya manusia maka tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia pasti memerlukan kebutuhan sehari-hari.

b. Uang (*Money*)

Uang merupakan alat tukar dan suatu alat pengukur suatu nilai. Besar kecilnya suatu hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah nilai uang yang berada dalam perusahaan. Dan uangpun merupakan alat yang penting untuk mencapai suatu tujuan karena dalam segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Dalam hal ini juga uang berhubungan dengan berapa yang harus disediakan untuk membiayai gaji setiap tenaga kerja, membeli alat-alat yang dibutuhkan dan berapa hasil yang harus dicapai dari suatu perusahaan tersebut.

c. Bahan (*Materials*)

Dalam material terdiri dari dua jenis dari bahan setengah jadi dan bahan jadi. Didunia usaha untuk mencapai suatu hasil yang lebih baik, maka selain manusia yang ahli dalam bidangnya, juga harus dapat menggunakan materi-materi sebagai salah satu sarana.

d. Peralatan

Kegiatan dalam suatu perusahaan pasti memerlukan alat atau peralatan. Seperti halnya suatu stasiun televisi memiliki alat pendukung untuk

memenuhi kegiatan produksi alat tersebut akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.

e. Metode (*Methode*)

Pelaksanaan kerja memerlukan suatu metode-metode kerja. Merupakan suatu tata cara kerja yang baik akan melancarkan jalannya pekerjaan. Metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja dengan membarikan berbagai pertimbangan dari sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu serta uang dan kegiatan usaha. Perlu kita ketahui, meskipun metode kita baik sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti ataupun tidak memiliki pengalaman, maka hasilnya tidak akan memuaskan bahkan tidak sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan. Dalam peran utama dari manajemen tetap dari manusia itu sendiri.

f. Pasar (*Market*)

Memasarkan suatu produk tentu sangat penting karena bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang tersebut akan berhenti. Maka, proses kerja tidak akan berlangsung. Sebab itulah penguasaan pasar dalam menyebarkan hasil produksi merupakan faktor yang menentukan dalam perusahaan.

Unsur-unsur manajemen tersebut menjadi hal yang mutlak dalam manajemen karena sebagai panentu arah perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan.

### 3. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi merupakan sebuah proses yang menggunakan manusia, keuangan dan sumber teknik yang berfungsi membentuk komunikasi perusahaan dan antar perusahaan dengan publiknya menurut Herry Irwan dalam bukunya Dewi K. Soedarsono (2009: 46).

Michel Kay'e dalam buku Dewi K. Soedarsono (2009: 47) menjelaskan. Manajemen Komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antar manusia.

Manajemen sebuah objek yang sangat penting karena manajemen mempersoalkan usaha penetapan serta pencapaian sasaran-sasaran. Manajemen terdapat pada hampir semua aktifitas manusia, begitu pula hingga tingkat tertentu. Aktivitas dalam manajemen setiap lembaga ataupun organisasi berkaitan dengan usaha dalam mengembangkan potensi dan memimpin suatu tim atau kelompok orang dalam suatu kesatuan, dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dalam lembaga atau organisasi yang ditetapkan sebelumnya.

Manajemen komunikasi berasal dari kata manajemen yang berarti ilmu atau seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain dalam proses membuat perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pengawasan dalam mencapai suatu tujuan. Komunikasi merupakan suatu proses dimana seseorang atau kelompok, organisasi dan masyarakat menciptakan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan orang lain. Karena itulah manajemen komunikasi

merupakan perpaduan konsep komunikasi dan manajemen yang di aplikasikan dalam setting komunikasi.

Pada pengertian manajemen komunikasi merupakan proses timbal balik pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberikan perintah, berdasarkan dari maksna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya. Manajemen komunikasi termasuk sub disiplin ilmu dan manajemen, manajemen komunikasi tidak terlepas dari adanya tuntutan untuk lebih meluaskan ilmu komunikasi di dalam dunia nyata. Manajemen komunikasi lahir dari adanya tuntutan menjebatani antara teoritisi komunikasi dengan praktisi komunikasi. Para teoritisi menghadapi keterbatasan dalam mengaplikasikan pengaturan yang dimiliki. Sementara para praktisi komunikasi mengalami keterbatasan pada rujukan teoritis dan ilmu komunikasi (Ruslan, 2001: 5).

Manajemen komunikasi yang memadukan antara pendekatan manajemen dengan pengelola komunikasi memungkinkan untuk mewujudkan keharmonisan dalam komunikasi yang dilakukan.

1. Berdasarkan karakteristik ilmu komunikasi antara lain bersifat irreversible, kompleks, berdimensi sebab akibat dan mengandung potensi problem. Dilihat dari karakteristik proses komunikasi. Maka tindakan komunikasi haruslah dikelola secara tepat, disinilah manajemen komunikasi dapat memberikan kontribusinya (Hasnawati, 2018:82).

2. Komunikasi sebagai sebagai sentral elemen-elemen lainnya dalam kegiatan manajemen organisasi. Komunikasi memiliki fungsi untuk mempertemukan antara tujuan organisasi dengan target hasil yang dicapai. Komunikasi berfungsi untuk mengadaptasikan perubahan lingkungan organisasi. Dalam komunikasi dapat membina hubungan antar anggota organisasi dalam melaksanakan berbagai tugas. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi yang efektif menjadi hal yang sangat mutlak dimiliki oleh seorang pelaku organisasi (Hasnawati, 2018: 82).

**a. Fungsi Manajemen Komunikasi**

Fungsi utama manajemen komunikasi adalah sebagai alat untuk menyamakan persepsi semua anggota dalam sebuah organisasi atau perusahaan dan sebagai alat untuk menggerakkan orang dalam anggota sesuai dengan apa yang diinformasikan. Seorang manajer akan berperan sebagai orang yang memerintahkan anggota tim untuk bekerja sesuai dengan apa yang diinstruksikan dengan tujuan akhirnya untuk mencapai keberhasilan yang menjadikan targer sebuah organisasi ataupun perusahaan (Riinawati, 2019: 36).

**b. Peran Manajemen Terhadap Komunikasi**

Manajemen komunikasi lahir berkat adanya tuntutan untuk menjembatani antara teoretisi komunikasi dan praktek komunikasi. Para teoretisi memiliki keterbatasan dalam mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki. Sementara itu praktisi komunikasi mengalami keterbatasan terdapat pada rujukan teoretisi atau ilmu komunikasi (Riinawati, 2019: 37).

Manajemen sebagai sebuah proses menunjukkan bahwa aktivitas seharusnya dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Manajemen sebagai seni menunjukkan bahwa aktivitas manajemen tidak bisa terstruktur dengan pasti dikarenakan berbagai keadaan yang tidak pasti dan secara terus-menerus dalam memengaruhi jalannya suatu organisasi.

Manajemen komunikasi merupakan manajemen yang harus diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Itu sebabnya manajemen akan berperan sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian suatu tujuan komunikasi. Untuk mencapai suatu tujuan perlu kita ketahui bahwa ada beberapa asas-asas manajemen dan kegiatan komunikasi harus dipadukan dan disesuaikan dengan landasan tujuan yang hendak dicapai.

#### **4. Pengertian Produksi**

Adapun yang dimaksud dengan produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi yang dalam ilmu ekonomi berupa tanah, modal, tenaga kerja dan skills. Dalam bidang pertelevisian, Program-program yang akan disuguhkan ke khalayak sudah pasti melalui berbagai proses yang pada akhirnya terbentuk satu program yang dapat dinikmati masyarakat. Proses dibuatnya program ditelvisi biasa dengan proses produksi.

Pengertian produksi di dalam industri media, khususnya pertelevisian adalah proses mengubah naskah menjadi sebuah audio video. Produksi yang berupa pelaksanaan perekaman gambar atau biasa disebut tapping ataupun juga melalui siaran langsung yang bisa disebut dengan sebutan live.

## 5. Produksi program siaran

Produksi program siaran merupakan aktifitas atau proses pembuatan produksi suatu program sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien dan mencapai hasil yang diinginkan sesuai tindakan memikirkan sebelumnya melalui usaha work kerja sama team yang terdiri dari tindakan mendayagunakan bakat-bakat manusia dan sumber daya manusia.

Adapun dalam produksi program siaran memiliki beberapa tahapan terdiri dari:

### a. Praproduksi

Praproduksi biasa disebut dengan tahapan perencanaan. Bagian dasar yang menjadi pokok pekerjaan dalam praproduksi yang dimana ide termasuk hal utama dalam menentukan dimana program tersebut menjadikan program yang diinginkan. kunci dalam keberhasilan suatu program siaran televisi ditentukan oleh kuat tidaknya suatu ide yang menjadi gagasan utama terbentuknya suatu program siaran.

Dalam menentukan ide bisa terinspirasi kapan saja dan dimana saja. Baik itu timbul dari pemikiran sendiri maupun dari pengalaman seseorang. Ide merupakan dasar utama untuk memproduksi proram siaran. Dan ide pulalah yane merupakan gagasan atau cita-cita yang tersusun dalam pemikiran kemudian disampaikan melalui pengucapan atau melalui tulisan kepada orang lain untuk dipahami, dimengerti dan diwujudkan dalam bentuk tindakan. Beberapa tahapan yang diperlukan sebelum dilakukan nya produksi tahapan seperti:

- a. Menentukan ide atau gagasan
- b. Penulisan naskah

- c. Pembentukan tim
- d. Menyiapkan biaya produksi
- e. Menyiapkan beberapa keperluan lainnya seperti struktur organisasi, persuratan untuk produksi, persuratan dilapangan.
- f. Membuat director treatment dan shot list
- g. Membuat rundown
- h. Membuat disain produksi.

#### **b. Produksi**

Tahapan ini proses pengambilan gambar, baik itu secara tapping maupun secara live serta dalam melakukan atau melaksanakan hal-hal yang telah direncanakan sejak awal atau dalam praproduksi.

Setelah selesai melakukan tahapan praproduksi, maka tahap visualisasi ide menjadi suatu bahan yang akan diolah kemudian, menjadi kegiatan yang dilakukan pada saat produksi. Semua kegiatan produksi program merupakan hal yang bersifat teknis, dari itulah diperlukan seseorang untuk mengoperasikan peralatan yang mana akan dioperasikan oleh seorang operator agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Disaat produksi ada tiga hal yang menjadi tahap pokok yang membangun program siaran adalah pre-studio rehearsal, studio rehearsal dan recording.

- a. Pre-studio rehearsal

Merupakan persiapan yang mencakup kebutuhan teknis distudio seperti camera blocking, floor blocking, dan recording. Dalam persiapan ini membutuhkan waktu beberapa jam sebelum proses

produksi dimulai. Berbeda dengan program acara live yang membutuhkan waktu yang cukup lama minimal persiapan bisa sampai dengan 15 jam.

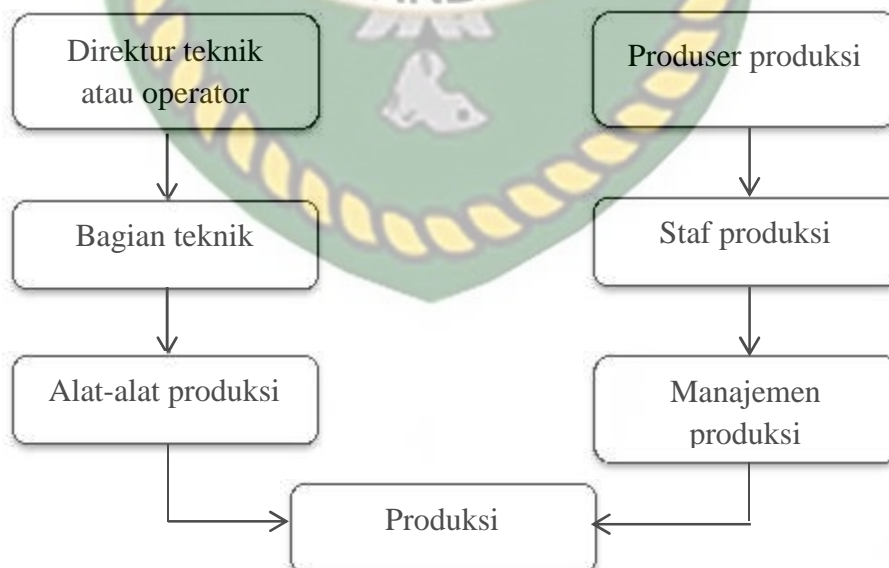
b. Studio rehearsal

Proses yang dilakukan apabila seluruh persiapan studio telah selesai. Pengecekan kembali dilakukan melalui daei set disain, lighting direct dan sound control. Pengecekan ini guna dilakukan dengan beberapa cara yang dipimpin langsung oleh sutradara atau produser yang bertanggung jawab dalam program produksi.

c. Recording

Proses pengambilan gambar dengan teknik yang sudah direncanakan sebelumnya ketika pra produksi.

Secara umum tahap produksi dapat dilihat melalui bagan berikut:



Gambar 1.1 : Produksi Program Siaran Televisi

### c. Pasca Produksi

Prose paskaproduksi biasanya dilakukan pengawasan serta evaluasi setelah proses produksi. Tahapan ini kegiatan yang dilakukan seperti pengeditan, penyuntingan dan penayangan ulang. Jika program tersebut dibuat dengan menggunakan tapping.

Namun pada proses produksi live tidak dilakukan proses post production, penayangan yang dilakukan disiarkan secara langsung yang diambil andil oleh *Master Control Room* (MCR). Beberapa tahapan *Post Production* dilakukan sebagai berikut:

1. Editing suara dan gambar
2. Pengisian grafik atau visualisasi lainnya. Pengisian suara narasi, pengisian sound effect dan pengisian ilustrasi.
3. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi. Dilakukan nya evaluasi bermaksud untuk meyakinkan agar tidak terjadi kesalahan pengeditan dan menampilkan program siaran yang layak dipertontonkan pada khalayak.

### d. Prosedur Kerja Produksi Televisi

Disaat program siaran dibuat seluruh profesi dalam produksi seperti produser, jurnalis, sutradara, editor dan quality control harus mengikuti prosedur atau persyaratan agar terciptanya program siaran yang berkualitas. Dalam membuat program televisi memerlukan waktu yang panjang dan melibatkan banyak orang didalam nya. Dari tingkat kesulitan dalam setiap produksi beragam tergantung pada beban kru produksi, peralatan, pengisi acara, konsep dan lokasi

produksi. Dalam proses produksi program siaran bukan perihal pekerjaan individual melainkan pekerjaan yang memerlukan tim (Fachruddin, 2017: 2).

#### e. Proses Produksi

Suatu teknik yang menggunakan segala cara untuk memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada pada suatu acara untuk menambah kegunaan dan nilai yang ada. Fungsi dan nilai yang ada tersebut akan semakin meningkat baik dari segi sumber daya manusia, material dan segi pembiayaan.

Pada proses produksi media massa memiliki keunikan tersendiri pada setiap proses produksi maupun hasil output dari setiap penayangan. Pada media massa memiliki kekurangan dan kelebihan pada setiap bidangnya. Termasuk yang saat ini peneliti paparkan media massa seperti televisi dan radio memiliki keunggulan dibidang ruang tetapi lemah terhadap bidang waktu, karena televisi dan radio memiliki sifat stream atau mengalir sedangkan dalam media cetak memiliki keunggulan didalam bidang waktu tetapi tidak praktis dalam penyediaan ruang.

Dalam produksi secara garis besar memiliki unsur-unsur dalam proses pengerjaannya. Unsur-unsur tersebut antara lain: materi produksi, sarana produksi, biaya produksi dan organisasi pelaksana produksi.

##### 1. Materi produksi

Dasar utama memproduksi program siaran televisi adalah sebuah ide. Adanya sebuah ide tayangan sebuah program siaran televisi tidak akan terlaksana. Ide merupakan rancangan awal gagasan atau cita-cita yang

tersusun dalam pemikiran kemudian disampaikan melalui pengucapan atau melalui tulisan kepada orang lain untuk dipahami, dimengerti diwujudkan dalam bentuk tindakan.

Naskah dalam program siaran terkadang tidak menjadi kebutuhan utama. Karena biasanya dalam program sederhana seperti talkshow hanya menyediakan poin-poin penting berupa daftar pertanyaan. Untuk urutan dalam acaranya dapat dibuat dalam bentuk rundown program. Ide dan gagasan utama tadi akan diwujudkan menjadi suatu program ketika proses produksi dan disempurnakan pada saat proses pasca produksi.

Dan seperti halnya tayangan program siaran dakwah Ashill TV yang secara umum tidak memiliki naskah atau skrip dalam panduan penayangan programnya. Tetapi dalam program siaran pengajaran dakwah Ashill TV menggunakan rundown sebagai penjadwalan siaran.

## 2. Sarana Produksi

Sarana merupakan penunjang terwujudnya ide menjadi suatu program siaran. Diperlukan alat standar berkualitas yang mampu menghasilkan gambar secara bagus. Dengan adanya alat pendukung tersebut pastinya menunjang kelancaran sebuah persiapan produksi.

## 3. Biaya produksi

Merencanakan biaya produksi haruslah membutuhkan pemikiran yang cukup rumit. Produser akan memikirkan secara garis besar pembiayaan yang dibutuhkan dalam proses produksi, dan produser akan

mempertimbangkan sejauh mana kebutuhan ataupun kemampuan finansial yang dimiliki suatu stasiun televisi.

#### 4. Organisasi Pelaksana Produksi

Organisasi pelaksanaan produksi merupakan sebuah keseluruhan kru yang bertugas dan segala pihak yang berkaitan dengan proses produksi siaran. Produser harus menyusun struktural organisasi kelompok pekerja produksi sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing disetiap bidangnya. Hal tersebut bermaksud untuk tidak terjadinya hambatan dalam pengerjaan produksi dan masing-masing bidang tersebut dapat bersinergi dengan baik.

Pengelolaan produksi suatu siaran harus diperhatikan kecocokan antar tugas dan fungsi didalam program siaran terhadap individu yang mengambil andil dalam penugasan dan tanggung jawab. Dan adapun dalam tim produksi yang pada umumnya digunakan dalam pengelolaan program siaran adalah produser, pengarahan acara, penulis naskah, asisten pengaruh acara, pengarah teknik, penata suara, penata cahaya, artistik, director, cameramen dan teknisi.

### **B. Defenisi Operasional**

Sesuai dengan judul penelitian yaitu: “Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama’ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV Pekanbaru” yaitu :

1. Komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan dimana suatu informasi dapat tersampaikan melalui dua orang ataupun lebih dalam bertukar informasi dan kegiatan tersebut dapat menimbulkan perilaku pada setiap orang tersebut. Dan dalam penyampaian tersebut dapat mengakibatkan berbagai efek atau reaksi yang berbeda-beda.
2. Manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan. Dalam organisasi maupun perusahaan dalam mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan.
3. Manajemen komunikasi merupakan proses anggota organisasi dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen untuk menyelesaikan pekerjaan melalui proses pemahaman antara satu individu maupun lebih yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

#### Penelitian terdahulu yang relevan

Table 1.3

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	Adeltra Surya Nugraha, Jurusan ilmu	“Strategi Manajemen Komunikasi Radio Aditya FM Pekanbaru	Perkembangan teknologi dalam era Globalisasi memberikan kemudahan

	komunikasi, fakultas fikom, Universitas Islam Riau	dalam mempertahankan pendengar guna menjaga stabilitas spot iklan”.	bagi setiap individu manusia dalam mengakses hal-hal terbaru dan berkembang dalam kehidupan sosial saat ini.
2.	Yuli Astuti, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.	“Manajemen Produksi Siaran Di Radio CBS 101 FM Dalam Mempertahankan Program Harmony Indonesia”.	Program Harmony Indonesia dapat bertahan karena memiliki ciri khas tersendiri yaitu, beberapa konten siaran yang berbeda dari program lainnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, ada beberapa perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu :

#### 1. Persamaan penelitian

Penelitian ini sama menggunakan teknik analisis data kualitatif dalam menggambarkan penelitian tersebut. Dalam penelitian ini juga memiliki kesamaan dalam pencarian data lapangan yang dimana penelitian ini

mencari melalui wawancara, observasi dan dokumentasi langsung dilapangan.

## 2. Perbedaan Penelitian

- a. Perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu ialah, dimana bisa dilihat terdapat sempel pertama bahwa penelitian terdahulu diatas memiliki lokasi dan yang diteliti berbeda yaitu sebuah Radio Aditya FM yang berada di kota Pekanbaru. Sedangkan peneliti peneliti meneliti sebuah stasiun televisi yaitu Ashiil TV di pekanbaru.
- b. Dan objek penelitian terdahulu menggunakan Strategi Manajemen Komunikasi Radio Aditya FM Pekanbaru dalam mempertahankan pendengar guna menjaga stabilitas spot iklan. Sedangkan peneliti lebih mengarah kepada Manajemen Komunikasi dalam mempertahankan eksistensi program siaran Jema'ah bertanya ustadz menjawab di Ashiil TV Pekanbaru.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang memfokuskan pada pemahaman fenomenal sosial dari sudut pandang partisipan secara deskriptif. Istilah deskriptif berasal dari istilah bahasa Inggris *to describe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan sesuatu hal. Maka yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Dengan kata lain, metode ini lebih menekankan pada penelitian yang bersifat memberikan gambaran secara jelas dan sesuai dengan fakta di lapangan. Metode ini lebih menekankan pada penelitian yang bersifat memberikan gambaran secara jelas dan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

#### B. Subjek dan Objek Penelitian

##### 1. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dijadikan sebagai sumber data atau sumber informasi oleh peneliti untuk riset yang dilakukan. Subjek ini juga dapat disebut informan yaitu orang-orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti (Yusuf, 2015:19). Subjek penelitian pihak Ashiil TV adalah manajer dan supervisor dalam program jama'ah bertanya ustadz menjawab.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah pokok permasalahan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara terarah. Dan objek dalam penelitian ini adalah Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab di Ashiil TV Pekanbaru.

### C. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi di stasiun televisi lokal yaitu Ashiil TV yang terletak di Jl.Lintas Sumatra, Labuh Baru Bar, kec. Payung Sekaki, Pekanbaru, Riau. Hal ini dilakukan untuk penelitian manajemen komunikasi dalam mempertahankan eksistensi program siaran jama'ah bertanya ustadz menjawab di Ashiil TV Pekanbaru.

#### 2. Waktu Penelitian

Adapun waktu rencana penelitian dilakukan pada table berikut :

### Rencana Waktu Penelitian

Table 1.4

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																KET	
		JANUARI				FEBRUARI				MARET				APRIL					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X																
2	Seminar UP			X															
3	Riset				X														
4	Peneliti Lapangan				X	X	X	X											
5	Pengolahan dan Analisis Data							X	X	X									
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi										X	X	X						
7	Ujian Skripsi															X			
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi Penggandaan Serta Penyerahan															X			
9	Skripsi																	X	

## D. Sumber Data

### 1. Data Premier

Data premier merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media, sumber data premier dapat berupa opini subjek secara individu atau kelompok (Bugin, 2003:53). Penelitian ini peneliti mengumpulkan data premier dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dengan kepala divisi atau crew program Ashiil TV. Pada cara ini, siapa yang akan diambil sebagai sampel diserahkan pada pertimbangan pengumpulan data yang berdasarkan atas pertimbangan sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti.

### 2. Data Sekunder

Data-data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Menurut Ruslan (2004:29), data sekunder merupakan data yang memberikan penjelasan mengenai data premier yaitu berupa buku-buku, hasil penjelasan penelitian. Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang bersumber dari dokumentasi Ashiil TV Pekanbaru berupa gambar umum, struktur organisasi, jumlah karyawan serta tugas dan peran manajer. Seluruh data yang didapat akan diolah oleh peneliti.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan sangat penting dalam penelitian. Teknik

pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi dan sebaliknya. Untuk pengumpulan informasi suatu data dan bahan lainnya yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan perhatian yang berfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu. Dan pengumpulan data ini sendiri adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian. Pada penelitian tersebut observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati pelaksanaan dari pihak yang menentukan setiap strategi manajemen komunikasi untuk meningkatkan atau memajukan dalam mempertahankan eksistensi suatu program siaran Ahiil TV dan bisa turut serta dalam membangun program siaran industri media dakwah secara langsung dilapangan.

2. Wawancara

Wawancara salah satu bentuk komunikasi interpersonal dimana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab (Muhammad, 2004,160). Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung baik dengan manajer karyawan yang berada dalam stasiun televisi Ahiil TV Pekanbaru.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan untuk mencari data atau informasi melalui membaca jurnal-jurnal, buku referensi dan bahan publikasi lainnya yang

tersedia dipergustakaan dan dokumen-dokumenlainnya. Menurut Irwan dalam (Sukandarrumidi, 2004:101), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, photo, rekaman video, dan lain sebagainya. Dalam hal itulah dapat kita menjabarkan suatu penelitian tersebut agar dapat hasil yang sesuai peneliti inginkan.

#### **F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Teknik penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Winarni, 2018:183). Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi metode pengumpulan data.

##### 1. Triangulasi sumber

Menguji kreadibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis peneliti akan menghasilkan suatu kesimpulan.

##### 2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu atau situasi yang berbeda. Sebagai contoh nya, ketika ingin mengidentifikasi faktor penghambat dan faktor pendukung dari peningkatan seperti yang sedang peneliti teliti untuk meningkatkan eksistensi suatu program siaran, maka informan sebelumnya yang telah

dilakukan wawancara mendalam, diulangi wawancaranya pada waktu atau situasi berbeda. Dan apabila hasil uji tetap menunjukkan data yang berbeda maka peneliti dapat melakukannya secara berulang hingga menemukan kepastian data.

### **G. Teknik Analisis Data**

Bogna dan Buklen (dalam Moleong, 2005:248), mengatakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikannya data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menentekun pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Proses analisis data kualitatif berjalan sebagai berikut:

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, hal itu diberikan kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah mengklasifikasikan, mensisteresiskan dan membuat ikhtishar
3. Berfikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menentukan pola dan hubungan –hubungan dalam membuat temuan-temuan umum.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Ashiil TV Pekanbaru

Ashiil TV merupakan sebuah salah satu stasiun televisi swasta yang bergerak dibidang dakwah syiar Islam. Ashiil TV berlokasi di jl. Pelabuhan KP lama, Labuh Baru Barat, Banda Sakti, Pekanbaru, Riau. Stasiun televisi Ashiil Tv sebelumnya terletak di jl. Nangka dan dikarenakan luas wilayah dan lokasi yang kurang memadai maka Ashiil TV berpindah alamat di Jl. Pelabuhan KP lama, Labuh Baru Barat, Banda Sakti, Pekanbaru, Riau.

Awal mula berdirinya Ashiil TV dimulai dari berdirinya *webside* yang bernama MaududiAbdullah.com yang dikelola ustadz Maududi Abdullah beserta anggotanya. Kemudian *webside* berkembang menjadi wadah penampung Ustadz-ustadz yang ada di pekanbaru untuk mensyiarkan dakwah melalui *webside* tersebut. Melihat antusias yang besar dari pemirsa media ini maka para jajaran memutuskan untuk membentuk media yang menampung ustadz-ustadz yang ada di Pekanbaru dan sekitarnya untuk memaksimalkan jangkuan dakwah untuk daerah Pekanbaru dan sekitarnya yang bernama Ashatiz Media Center atau bisa disingkat menjadi AMC.

Penyiaran Ashatiz Media Center ketika itu melalui *streaming* di *weblite* *Facebook*, *Youtube* dan satelit televisi. Pada awal permulaan siar Ashatiz Media Center hanya menggunakan siaran *stream* internet yaitu, *Facebook*, *Youtube* dan

*website*. Kemudian ada tawaran untuk dinaikkan melalui satelit maka jadilah AMC TV.

Pada tahun 2018 Ashatiz Media Center atau yang dikenal sebagai AMC TV mengubah namanya menjadi Ashiil TV dikarenakan permasalahan administrasi. Diluar negeri pun juga ada stasiun televisi yang menggunakan nama AMC TV. Setelah pertimbangan para kepala direksi maka AMC TV resmi berubah menjadi Ashiil TV pada awal januari tahun 2018.

Awal bulan Juni 2020 Ashiil TV telah beralih dari satelit Palapa D menjadi satelit Telkom-4 (Satelit Merah Putih) dengan frekuensi 3720 MHz dan Symbol Rate 32717 kSps/kHz serta Polaritas H (Horizontal). Televisi dakwah lainnya yang juga berpindah satelit ke satelit Telkom-4 yaitu Salam TV, Insan TV, Q TV, Ahsan TV, Surau TV, Fatwa TV, Rasyaad TV, Muadz TV, Hijrah TV, Izzah TV, Niaga TV, Live Mekkah TV, Al-Iman TV.

Banyak terjadi perubahan dari segi format acara dan media yang di gunakan Ashiil TV untuk menyiarkan program acaranya, semula pada saat Ashiil TV menggunakan nama AMC TV fokus utama dalam siaran dakwah nya seperti siaran dakwah *mono cam* (siaran menggunakan kamerasatelit). Kemudian Ashiil TV dengan penamaan baru nya dan banyak menambah jenis siaran yang ditampilkan sehingga tidak monoton pada penyajian dakwah tersebut.

Sekarang Ashiil TV memiliki jenis siaran dakwah dengan kemasan yang bermacam-macam. Seperti program kajian panjang, kajian pendek, jeda, azan, dzikir-dzikir, nasehat-nasehat, tahsin, pembahasan hadist, pembahasan kitab,

jbum, tahsin *live* atau program yang diambil dari siaran media sunnah lainnya, seperti Erje TV, Rodja TV, Surau TV, Yufid TV dan lain sebagainya.

Tujuan utama didirikan Ashiil TV merupakan untuk mensyiarkan kajian kitabullah Al-Qur'an dan memasyarakatkan sunnah Rasulullah Salallahualaihi Wasallam. Ashiil TV memiliki program-program dakwah yang bermacam-macam, oleh karena itulah pembagian tugas kerja sangat dibutuhkan dalam pembentukan program siaran yang baik dan menarik. Pembagian tugas tersebut disetiap divisi dikelaskan menjadi tiga fungsi utama yaitu, MCR (*Master Control Room*), Reporter liputan dan *Editor*. Diluar dari tugas tiga pengelompokan tersebut dirangkap bagi mereka yang berada di program di tanggungkan masing-masing, seperti tugas kreatif ataupun *Script* jeda dan lainnya.

## 2. Visi Dan Misi

Ashiil TV adalah salah satu media televisi yang berfokuskan pada dakwah Islam. Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang, Ashiil TV didirikan dengan semangat Syiar Al-Qur'an dan menebarkan Sunnah Rasulullah Salallahualaihi Wasallam. Oleh karena itulah, sejak awal berdirinya Ashiil TV muncul dengan konsep multiplatform, sehingga pemirsa dirumah dan masyarakat banyak bisa mengakses tayangan Ashiil TV secara mudah, kapanpun dan dimanapun.

Secara program tayangan Ashiil TV, tillawah Al-Qur'an Al-Karim, Hadist-hadist Nabi Shalallahu'alaihi Wasallam, kajian Islam Ahlus Sunnah Wal Jama'ah dan juga nasehat para ulama Ahlus Sunnah. Insya Allah sesuai dengan pemahaman para sahabat Nabi para Salafus Shalih.

Ashiil TV juga memiliki badan usaha lainnya yang bergerak dalam bidang usaha pakaian dan *Marchandise* yang bernama Ashiil Store dimana seluruh keuntungan digunakan untuk mendukung operasional dakwah Ashiil TV. Ashiil TV dapat disaksikan melalui TV satelit (membutuhkan perangkat antena parabola), aplikasi android, melalui *Website streaming Facebook, Youtube dan Instagram*.

### 3. Program Siaran Ashiil TV

- a. 05.30 – 06.30 (Senin – Minggu) Kajian Ilmiah Islam
- b. 07.00 – 08.00 (Rabu) Tabligh Akbar
- c. 05.30 – 06.30 (Selasa) Interaktif Muamalat Kontemporer
- d. 20.30 – 21.00 (Senin) Ngopi
- e. 20.30 – 21.00 (Sabtu) Podcast (*Proud Of Sunnah*)
- f. 08.00 - 09.00 (Sabtu) Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab
- g. 16.00 – 17.00 (Jum'at) Kisah teladan Sahabat & Orang Shaleh
- h. 16.00 – 17.00 (Kamis) Tahsin Al-Qur'an
- i. 07.00 – 08.00 (Minggu) Tafsir Al-Qur'an

### 4. Makna Logo Ashiil TV



Makna nama dari logo Ashiil TV menurut Ustadz Maududi Abdullah, mana Ashiil TV berasal dari bahasa arab yaitu artinya asli atau original, menurut

beliau Ashiil TV sesuai dengan namanya merupakan televisi yang menayangkan tayangan yang original dan asli yaitu dakwah yang asli berasal dari Rasulullah Shalallahu'alaihi Wasallam dan tayangan-tayangan berbentuk menjadi bentuk api dengan warna merah dan hitam.

### 5. Tugas Dan Fungsi Divisi Ashiil TV

Pembagian divisi penugasan Ashiil TV dalam pembuatan siaran program ada tiga bagian dibawah dari *Supervisor*. Yaitu, MCR (*Master Control Room*), *Reporter* dan *Editor* serta terdapat *Supervisor* di atas para petinggi dan penasehat yang memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut :

#### 1. MCR (*Master Control Room*)

*Master Control Room* merupakan divisi yang berada dalam arahan *supervisor* dan manajer. Fungsi utama dari *Master Control Room* merupakan yang menjaga dan mengelola settingan siaran yang akan tampil pada layar televisi yang di tonton oleh khalayak, baik itu dalam hal membuat *Lower Thrid* tetap sinkron pada siaran yang sedang berlangsung, memastikan koneksi siaran terhubung dengan baik, memastikan siaran tersiarkan tanpa ada gangguan.

#### 2. Program Acara

Devisi program acara bertugas untuk memproduksi dan membelo atau akuisisi program, menyusun jadwal penayangan program untuk menarik audiens yang diinginkan, memproduksi layanan publik dan akuisisi program-program lainnya untuk memuaskan ketertarikan publik.

### 3. *Camera Person*

Kameramen memiliki fungsi utama sebagai orang yang turun langsung kelapangan dalam hal peliputan kajian yang terjadwal dan sudah ditentukan sebelumnya. Kajian-kajian yang menjadi objek peliputan oleh kameramen ini sudah terjadwal setiap minggu. Adapun kajian diluar jadwal akan diutamakan seperti adanya perayaan besar dalam hari islam, seperti tabligh akbar, shalat eid fitri, shalat eid adha dan berbagai macam kegiatan yang berfokus pada dakwah.

### 4. Host

Pembawa acara merupakan orang yang bertugas sebagai pemimpin acara. Pembawa acara membawakan narasi atau informasi dalam sebuah acara atau kegiatan, ataupun acara suatu siaran program. Pembawa acara biasanya membacakan naskah yang sudah disediakan sebelumnya, tetapi sering juga mereka harus memberikan komentar atau informasi tanpa naskah.

### 5. Peralatan

Fungsi dari divisi peralatan merupakan seseorang yang merencanakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan, mendata semua perlengkapan yang dibutuhkan dan mengupayakan pengadaannya, mengadakan hubungan atau kontrak perjanjian dalam hal peminjaman dan penyewaan peralatan, bertanggung jawab atas pemeliharaan dan pengembalian perlengkapan acara, mengadakan dan menstribusikan perlengkapan acara.

## 6. Editor

Editor merupakan mengedit program-program yang di hasilkan dari peliputan, baik itu berupa program kajian panjang, kajian pendek, jedda, adzan, dzikir-dzikir, nasehat-nasehat, tahsin dan banyak program lainnya yang akan di edit oleh editor. Mengedit video merupakan kegiatan membuat apa saja yang dibutuhkan atau diperlukan dalam pembuatan video itu sendiri. Dalam hal ini seorang editor haruslah memiliki pemikiran yang kreatif dan penilaian bagian video mana yang harus ditampilkan dan video mana yang harus tidak ditampilkan atau dibuang agar tercipta video yang layak di tonton dan menarik orang untuk menonton program siaran tersebut.seorang editor pun juga harus memiliki pemikiran kreatif dan inovativ yang selalu ada mobilitas disetiap editan dari masa ke masa nya, agar pemirsa yang menonton agar terlayani atu mendapatkan informasi yang asli dengan pemediaan dakwah melalui televisi.

## 7. Sosial Media

Sosial media ini merupakan salah satu untuk mencapai minat pemirsa agar tertatik untuk menonton. Maka dari itulah perlu kita ketahui sosial media perlu dikelola serta mengoperasikan segala kegiatan atau hal yang berhubungan dengan *platform* media sosial, guna kepentingan promosi ataupun penyampaian informasi dari suatu perusahaan.

## 6. Program Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab

Jama'ah bertanya Ustadz menjawab". Program ini salah satu program unggulan yang banyak diminati oleh masyarakat, program ini memiliki konsep program yang bersifat umum sehingga cocok untuk dinikmati oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif untuk menambah wawasan ilmu agama. Dimana ustadz yang menjadi pembawa acara sekaligus yang menjawab jawaban pertanyaan yang ditanyakan oleh jama'ah kepada pemirsa penikmat Ashiil TV. Program ini disiarkan secara *live* dan menggunakan dialog interaktif yang berpotensi membuat penonton dapat berinteraksi langsung dengan ustadz yang menjawabnya.

Program Jama'ah bertanya ustadz menjawab memiliki daya tarik tersendiri dikarenakan antusias masyarakat yang cukup tinggi dalam menikmati program tersebut. Adapun program ini tidak lepas dari para crew yang bertugas dalam memenage program jama'ah bertanya ustadz menjawab agar program tersebut berjalan dengan baik. Yang didalam nya terdapat :

### a. Produser

Produser merupakan orang yang memprakatsai, mengoordinasi, mengawasi, serta mengelola aspek manajerial dan administrasi pada produksi. Produser disini mengatur dan memimpin seluruh urusan keuangan dalam produksi. Dan orang yang bertugas sebagai produser dalam program ini adalah:

1. Ustadz.Maududi Abdullah, Lc
2. Iman Nursopyan

#### b. Switcherman

Swetcherman selain mengoperasikan peralatan swetcher dan merupakan seseorang yang bertanggung jawab terhadap pergantian gambar, baik atas permintaan pengarah acara atau sesuai dengan shooting script/rundown yang telah disusun sebelumnya, dalam pengembangan-nya posisi ini sudah dirangkap oleh pengarah acara. Orang yang bertugas sebagai swetcher dalam program ini adalah :

Swetcherman : Ade Akraman, M.I.Kom

#### c. Cameramen :

Kameramen dapat mengoperasikan kamera dalam setiap kondisi, menghasilkan sebuah gambar sesuai dengan permintaan director dengan menggabungkan skill yang dimiliki dengan teknologi. Seorang kameramen harus mendapatkan shot terbaik. Orang yang bertugas sebagai Cameramen dalam program ini adalah :

Cameramen : Azrul Akmal

#### d. Lighting Director

Lighting director disebut sebagai penata cahaya yang merupakan seorang yang berperan untuk mengatur pencahayaan dalam sebuah produksi. Adapun tugas dari lighting director bertugas sebagai seorang yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan penataan cahaya baik secara artistik maupun yang mampu menyentuh perasaan yang sesuai dengan tuntutan produksi. Orang yang bertugas sebagai Lighting Director dalam program ini adalah :

Lighting Director : Siddq Maulana

e. Audioman

Audioman merupakan seseorang yang menguasai sistem audio dan bertanggung jawab terhadap kualitas audio, dan mengoperasikan mixer audio secara profesional sesuai dengan kebutuhan produksi program. Orang yang bertugas sebagai audioman dalam program ini adalah :

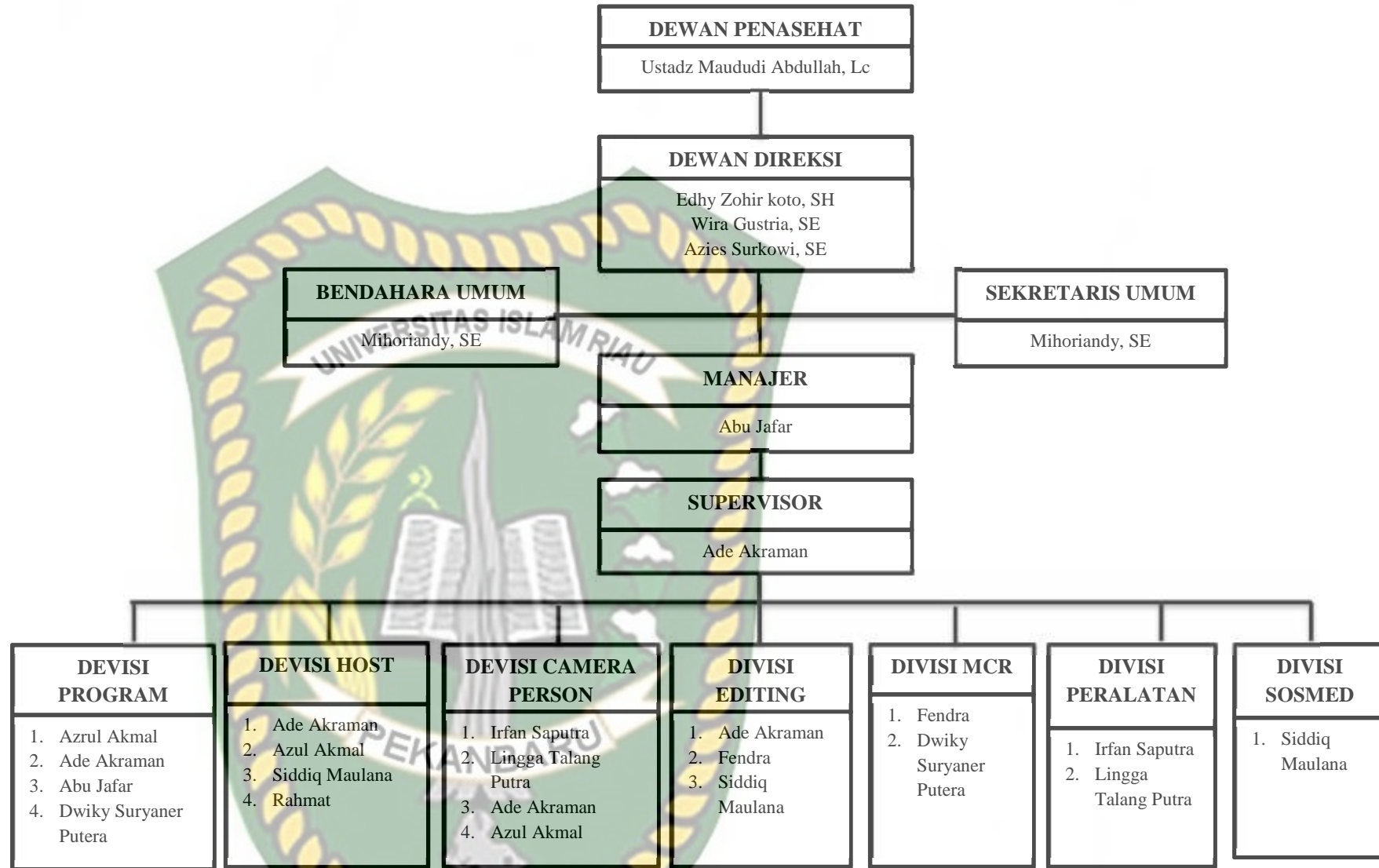
Audioman : Irfan Saputra

f. MCR (*Master Control Room*)

MCR merupakan ruangan yang berisikan perangkat teknis utama penyiaran dalam mengontrol segala proses siaran stasiun televisi. MCR salah satu menjadi pusat dari segala kegiatan produksi siaran yang ada di stasiun penyiaran televisi. MCR sangat penting di karenakan semua materi siaran baik secara langsung maupun rekaman distudio atau kejadian yang langsung dari suatu lokasi diluar studio harus melalui MCR terlebih dahulu, sebelum akhirnya diperlancar ke satelit. Materi siaran berupa iklan, logo stasiun televisi, program-program acara, teks berjalan dan lain sebagainya, semua telah disiapkan di MCR untuk ditayangkan. Orang yang bertugas sebagai MCR dalam program ini adalah :

MCR (*Master Control Room*) : Jeffry

## 7. Struktural Organisasi Ashiil TV



## B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan maka penulis akan menjelaskan serta mendeskripsikan hasil penelitian yang mengacu kepada indentifikasi masalah yang terdapat pada penelitian ini.

Diera teknologi yang semakin berkembang saat ini memberikan kemudahan bagi setiap masyarakat dalam mengakses hal-hal terbaru dan berkembang dalam kehidupan sosial. Media informasi maupun media hiburan dengan mudahnya bisa didapat untuk difungsikan dimana saja dan kapan saja. Hal tersebut dapat mendorong kemajuan bagi manusia dalam mendapatkan informasi secara instan tanpa harus mendengarkan, melihat dan membaca konten media yang disediakan dalam waktu tertentu.

Media massa yang berperan sebagai agen perubahan masyarakat. Hal tersebut merupakan paradigma utama dari media massa. Disamping itu pula media massa memiliki peran yang sangat penting dalam mengedukasi masyarakat, memberikan pencerahan dalam hal informasi dan menjadikan yang berfikirkan terbuka. Informasi yang disampaikan melalui media massa secara tidak langsung akan menjadi pemikiran bagi masyarakat yang mengkonsumsi informasi. Penyiaran ini diselenggarakan dengan tujuan memperkuat integrrasi nasional, terbinanya watak, jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum.

Dengan era saat ini mudahnya akses yang begitu luas dan tanpa batas dimanfaatkan oleh media dakwah yang melakukan syiar melalui audio dan visual.

Media massa belakangan ini tidak hanya menggunakan televisi sebagai alat siaran, sekarang internet hadir dalam pengembangan siaran televisi. Siaran dakwah yang berlangsung dimedia lama maupun baru, ditelevisi analog maupun media stream internet. Kegiatan dakwah hadir dengan wajah baru dan menggunakan metode serta variasi yang beragam dalam membentuk program yang menarik minat masyarakat untuk menonton.

Ashiil TV merupakan salah satu stasiun televisi dakwah yang mengkonsepkan sebuah sistem manajemen yang teratur dan terorganisir secara efektif dalam penerapan sistem kinerja baik itu dari segi kinerja administrasi maupun kinerja dalam produksi program. Untuk menunjang aspek penting dalam sebuah stasiun televisi yang teranalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Semua aspek tersebut dikerjakan dengan perencanaan dari semua pihak karyawan manajemen Ashiil TV.

Keberlangsungan standart kerja peran tidak terhindar dari peran manajemen komunikasi yang baik pula dan tanggung jawab besar diberikan kepada setiap karyawan yang dituntut harus dikerjakan dengan seefektif mungkin. Komunikasi yang baik akan menjadi penunjang dalam kinerja manajemen Ashiil TV. Keberlangsungan dalam ruang lingkup kerja para staff dan *teamwork* bekerja sesuai dengan aturan yang melalui proses perencanaan pimpinan dari direktur utama yang telah dibentuk bersama. Dengan adanya perencanaan akan diteruskan terhadap pengaplikasian dalam kerja yang berkembang dengan tantangan media massa saat ini.

Kebutuhan SDM (sumber daya manusia) yang besar dengan tingkat kreatifitas yang tinggi pulalah mengharuskan Ashiil TV untuk dapat mempertahankan eksistensi dalam setiap proram nya terutama pada program Jamaah Bertanya Ustadz menjawab. Hal inilah menejemen dan crew harus memiliki manajemen yang baik untuk menciptakan program yang dapat menunjang minat masyarakat untuk menonton program tersebut agar eksistensi tetap terjaga. Pembagian kerja pada masing-masing staff dan crew sangatlah penting guna kinerja efektif dan mendapatkan hasil yang mekasimal. Setelah setiap crew dibagi dalam beberapa divisi dan akan kerja sesuai fungsi mereka terhadap divisi tersebut. Semua hal ini dikomunikasikan agar terciptanya manajemen kerja yang efektif didalam ruang lingkup Ashiil TV.

Pengorganisasian terbentuk dengan struktur dalam prosesnya setiap hubungan kerja akan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Manajemen komunikasi dari masing-masing individu sangatlah penting untuk menunjang tujuan kinerja, tidak ada hambatan antara bagian yang berbeda dalam melakukan kerja sama dengan yang lain saat situasi kerja, seperti apabila salah satu dari divisi mengalami kesulitan dan memerlukan bantuan terhadap divisi lain maka mereka dari divisi lain akan spontan dalam melakukan kerja sama untuk memecahkan permasalahan dengan alasan menjadikan kerja lebih baik. Tingkat profesionalisme pada setiap staff dan crew dituntut untuk berlangsung secara baik antara individu didalam ruang lingkup Ashiil TV. Pelaksanaan kerja manajemen komunikasi berperan penting untuk ketergantungan kerja yang baik dari crew yang biasanya diperani oleh divisi program didalam Ashiil TV.

Pengawasan kerja peran diaktur utama pimpinan Ashiil TV bersama manajer bekerja sama atas pengawasan dari perencanaan kerja yang telah dijalin oleh para crew dan para divisi dalam ruang lingkup Ashiil TV, melakukan evaluasi secara rutin agar mendapatkan setiap informasi terkait kinerja seperti tidak tercapainya standart kerja maupun yang menunjang kualitas kerja. Dalam hal ini diagendakan rapat kerja yang terjadwalkan pada seriap minggunya dan pada setiap berakhirnya syutting program juga dilakukan evaluasi guna setiap kalinya ada peningkatan dalam program agar program yang dihasilkan pun maksimal dan mereka biasa tetap menjaga Visi dan Misi Ashiil TV dalam mempertahankan eksistensinya.

Hasil observasi yang dilakukan dilapangan, peneliti pun melanjutkan pada wawancara untuk menjelaskan hasil yang telah dilakukan terkait Manajemen Komunikasi. Dalam informan yang diwawancarai dapat dikategorikan sebagai seorang yang mengetahui dan memahami terkait Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab. Peneliti memaparkan dalam bentuk tabel dibawah ini.

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Abu Ja'far	Manajer Ashiil TV	Informan
2.	Ade Akraman, S.I.kom.	Supervisor Ashiil TV	Informan

### **1. Manajemen Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Siaran Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab.**

### a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan menjadi suatu hal dasar untuk sistematis kerja pada karyawan dan crew di dalam Ashiil TV. Seperti sekarang ini konsumsi manusia terhadap media informasi semakin beragam, hal tersebut menjadi tantangan terbesar pihak stasiun Ashiil TV dalam menjaga kualitas siaran sehingga eksistensinya tetap bertahan dan semakin berkembang sesuai dengan persaingan zaman. Seperti penjelasan yang sudah dijabarkan diatas ada kutipan wawancara dengan sumber informan Ashiil TV menjelaskan dengan tenang, menjelaskan :

*“Tahun ketahun semakin media-media berkembang dengan pesat dan bahkan pada media dakwah pun juga semakin banyak, dari banyak nya media-media tersebut dari Ashiil TV sendiri tidak pernah menganggap hal tersebut sebuah persaingan tetapi kita memiliki beberapa pilihan yang bisa jadi pengembangan dan juga untuk mempertahankan eksistensi sendiri Ashiil TV selalu membicarakan tentang bagaimana Ashiil TV ini suatu brand atau stasiun televisi yang memiliki karakter mulai dari siaran, pengemasan dan pembawakan Ashil TV berusaha semaksimal mungkin dan juga disuport oleh tim-tim kreatif dan prouksi yang dimana crew Ashiil TV notabennya banyak anak-anak muda jadi kemasan dan juga tampilan nya semaksimal mungkin menampilkan yang fress dan uptodate sehingga Ashiil TV punya nilai tersendiri dimasyarakat. Seperti program jama’ah bertanya ustadz menjawab yang termasuk program dari awal bahkan sebelum berdiri nya Ashiil TV dan program ini juga selalu*

*memberikan pengembangan yang dimana konsep nya shooting selain distudio ada juga diluar seperti keluar kota”.*

Perencanaan manajemen yang berkembang tentu saja memiliki hal yang berbeda dari sisi hasil, semakin luasnya sistem kerja juga akan berdampak pada tingkat kemajuan kerja pada staff dan crew yang terorganisir. Bentuk kerja dalam manajemen harus dilandasi dengan komunikasi yang baik antar karyawan di Ashiil TV. Adapun selain dari sisi hasil terdapat juga pada tanggung jawab yang lebih besar dan pada setiap karyawan yang terorganisir harus lebih memaksimalkan kinerja nya pada setiap program yang diproduksi dalam mempertahankan eksistensi program. Manajemen komunikasi sendiri menjadi awal untuk muncul ide-ide yang kreatif dan variatif dalam menghadapi tuntutan media sekarang.

Ashiil TV berjalan sesuai dengan SOP yang ada, adapun keuntungan pada saat ini Ashiil TV masih bisa mengikuti perkembangan yang ada dengan cara memperluas program yang lebih berkembang pada saat ini. Demi mempertahankan eksistensi program, karyawan mengomunikasikan bersama-sama untuk hal apa dan bagaimana dilakukannya mempertahankan eksistensi program. Dari semua itu dapat di simpulkan bahwa terdapat hal pendukung dan hambatan pihak Ashiil TV dalam mempertahankan eksistensi program, seperti yang dijelaskan :

*“Faktor pendukung dari eksistensi program kita dibantu dengan eksistensi dari pemateri Ustadz Maududi Abdullah.Lc. hafizahullah yang mana beliau juga termasuk dai yang cukup terkenal dimasyarakat dan juga indonesia, dari eksistensi yang mana nama beliau yang cukup terkenal*

*dimasyarakat itu juga mempegaruhi eksistensi program jama'ah bertanya ustadz menjawab itu sendiri kemudian juga karna didukung sistem siaran dan sosial media dijamin sekarang ini itu sangat membantu untuk pendukung dan juga penyebarluasan dari program jamaah bertanya ustadz menjawab tidak terbatas tidak hanya dari tv satelit saja kita juga berusaha untuk menyebarkan nya melalui Youtube, facebook, instagram dan juga lainnya. Ada faktor pendukung lainnya yaitu program ini terdapat sistem telpon interaktif yang dimana memberikan respon atau pertanyaan dari situlah antusias penonton, dari hal tersebut lah masyarakat atau pemirsa merasa ikut andil dalam program tersebut.*

*Faktor penghambat salah satunya yaitu kita belum bisa konsisten dalam program siaran itu karena satu lain hal dan selain itu juga terkendala dari pematerinya yang terkadang berhalangan hadir dan sehingga siaran ini tidak bisa siaran setiap pekannya. Kendala secara teknis kita sering mengalami koneksi yang kurang bagus atau dari telepon nya yang dimana penelepon tersebut bukan hanya dari daerah perkotaan tetapi dari daerah-daerah yang dimana sinyalnya kurang bagus”.*

Berdasarkan dari wawancara tersebut banyak terdapat pendukung dan menghambat dalam mempertahankan eksistensi program. Persaingan pada saat ini sangat berpengaruh dalam perkembangan dan mempertahankan eksistensi program. Jika salah satunya lebih baik atau teratasi dengan baik maka berjalanlah sistem kerja dari segi program atau administrasi Ashiil TV. Perlu adanya manajemen komunikasi yang sangat kokoh, karna sistem tersebutlah akan menjadi

panutan setiap karyawan dalam kerjasama dan berorganisasi dalam stasiun televisi tersebut. Baik itu dari kinerja individual maupun kerja sama yang terjalin secara baik.

Dalam persaingan media seperti sekarang ini tentunya setiap Stasiun televisi akan menyusun manajemen komunikasi yang sangat efektif dan relevan dalam proses berjalannya gagasan-gagasan dan ide-ide perencanaan yang telah disusun. Tentunya manajemen komunikasi menjadi gagasan pertama dalam pemecahan pada masalah, semua hal yang terjadi pada Ashiil TV baik dari perkembangan, kemajuan dan kemunduran tentunya tidak akan lepas dari sistem kerja para karyawan. Dalam menjalin hubungan tersebut ada manajemen komunikasi telah disiapkan oleh pimpinan Ashiil TV dan akan dikomunikasikan secara baik kepada karyawan.

Berjalannya sistem manajemen komunikasi yang teratur di dalamnya, tentu Ashiil TV memiliki cara-cara untuk mempertahankan eksistensi program sebagaimana hal tersebut adalah bentuk kerja sama karyawan. Ashiil TV sendiri memiliki cara tersendiri untuk menghadapi persaingan media saat ini, tentunya tanggung jawab terhadap mempertahankan eksistensi program, untuk menghasilkan atau membentuk sebuah program agar tetap mempertahankan eksistensi Ashiil TV, seperti yang dijelaskan berikut :

*“Untuk supaya program tersebut lancar dan tidak ada keluhan dari sisi finansial para crew ada kenaikan pada gaji hal ini pula untuk kualitas kerja para crew dapat meningkat dan semangat kerja lebih meningkat.*

*Dari sisi lain karna sudah mendapatkan gaji yang sudah naik sebagai manajer saya lebih mempresing atau lebih tegas lagi terhadap crew agar kinerjanya baik dan mencapai target yang sudah ditetapkan. Kalau dibandingkan dengan stasiun televisi yang lain manajemen dalam Ashiil TV lebih menegedepankan kekeluargaan, targetnya memberikan informasi islam dan masyarakat pun puas dengan sajian yang diberikan, dari hal tersebut pula kinerja yang dihasilkan haruslah maksimal dan berkembang”.*

Adanya upaya dari kebijakan Ashiil TV tersebut menjadikan program-program yang dihasilkan haruslah maksimal. Menjadikan perbedaan suatu program harus direncanakan secara kreatif dan inovatif bagi crew sendiri di aplikasikan sebaik mungkin.

#### **b. Organizing (perorganisasian)**

Berjalannya sistem dalam lingkungan kerja tentu akan terjadi dengan setelah adanya perencanaan dan sistem berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan. Setiap perusahaan memiliki sistem kerja yang berbeda-beda dan Ashiil TV pun termasuk yang memiliki perbedaan dalam menjalankan sistem manajemen komunikasi. Hal inilah peran penting direktur dan juga manajer Ashiil TV dalam menjalankan fungsi manajemen dan mengkomunikasikan kepada setiap bawahan. Berlangsungnya sebuah sistem dalam Ashiil TV tentu melakukan beberapa indikator-indikator manajemen yang biasanya terjadi dalam setiap

organisasi terkait dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

*“Dalam pengarahan dibuat penjadwalan dalam kerja agar kinerja tetap terjalin dengan baik untuk mencapai hasil yang maksimal. secara tertulis sesuai dengan struktural yang sesuai dengan jabatannya agar kinerja didalam nya dapat menciptakan hasil yang baik, dari struktural tersebut dapat menciptakan hubungan internal yang baik pula karna hubungan antar crew harus terjalin dengan baik agar apa yang dikerjakan dapat berjalan dengan baik dan dapat memaksimalkan hasil yang diinginkan. Hubungan atasan kebawahan dan bawahan menjalankan kerjanya yang sudah ditetapkan, selama keberlangsungan kerja antar tim didalam manajemen Ashiil TV baik itu dari atasan maupun tim program akan saling mengkomunikasikan setiap perencanaan dan evaluasi kerja. Dan hal ini akan selalu dibahas didalam evaluasi dan mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru disampaikan kepada direktur utama atau manajer Ashiil TV”.*

Dengan terjalinnya komunikasi yang baik dengan karyawan atau crew yang bertugas akan meringankan juga keberlangsungan manajemen komunikasi menjadi lebih efektif. Didalam perusahaan tersebut maka terjalinnya komunikasi yang selalu disampaikan kepada pemimpin, kerja sama yang baik harus terorganisir dengan baik pula. Maka dari itu pembagian setiap divisi dalam kerja haruslah diartur dengan sematang mungkin agar setiap karyawan atau crew bekerja sesuai dengan pembagian kerja yang telah ditetapkan oleh atasan di Ashiil

TV. Dari hal ini lah dapat mengurangi kesalah pahaman dan tidak teraturnya pengorganisasian struktur kerja dalam Ashiil TV. Fungsi dari pengorganisasian ini harus berdasarkan perencanaan yang sudah tertulis pada struktural Ashiil TV.

**c. Actuating (Pelaksanaan)**

Manajemen Komunikasi yang sudah terbentuk harus dilaksanakan dalam ruang lingkup kerja dan proses pengawasan harus dilaksanakan berdasarkan sistem manajemen komunikasi yang telah dibentuk Ashiil TV. Pada proses kerja yang baik untuk perubahan, perkembangan dan pengawasan dalam membantu merespon hal-hal yang tidak pasti atau keliru dan memperbarui setiap hal yang sudah berkembang agar terlaksana lebih efektif dan mudah difungsikan pada saat ini.

Pada saat ini Ashiil TV mampu mempertahankan eksistensinya dari berbagai program-program yang ada. Secara teknis untuk sekarang ini meningkat pada pelaksanaan proses kerja pun tergantung pada individu. Tentunya setiap organisasi atau perusahaan media pastinya memiliki permasalahan tersendiri. Seperti yang dijelaskan dalam wawancara berikut :

*“Tugas berat bagi kami dalam mempertahankan eksistensi program-program terutama program yang sudah ada, yang pertama yaitu kurangnya personal atau keterbatasan nya dalam SDM terjadilah rangkap pekerjaan dan kurang maksimalnya program tersebut, terkadang terkendala pada ustadz yang mengisi acara program”.*

Hal ini pun yang dihadapi Ashiil TV dalam era globalisasi yang dimana setiap tahun nya berkembang dengan pesatnya, sehingga permasalahan ini dapat

di evaluasi dan memberikan perkembangan yang dimana hal tersebut dapat mendapatkan hati dimasyarakat memberikan informasi yang menarik agar eskistensi program tersebut bertahan dan dapat bersaing dengan media-media lain. Manajemen komunikasi lah yang utama terjalinnya hubungan yang baik dalam Ashiil TV saling bantu membantu antar crew dalam suatu masalah agar mendapat solusi dan menjadikan program tersebut maksimal.

**d. *Controlling* (pengawasan)**

Pengawasan dalam manajemen komunikasi ini sangatlah penting. Agar tujuan manajemen komunikasi yang baik tidak menyimpang jauh dari setiap objek yang telah ditentukan. Dibalik perencanaan akan ada bentuk reatif dan inovasi dan para manajer dikondisikan dengan yang berjalan di Ashiil TV. Terkait kinerja yang telah dilakukan sesuai prosedur oleh karyawan dan crew akan diawasi dan serta dievaluasi guna mencegah terjadinya kerancuan dalam konteks kerja manajemen komunikasi Ashiil TV.

Kemampuan beradaptasi dalam sebuah organisasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda dengan berbagai individu crew. Kemampuan dalam memahami dan menghargai pandangan yang berbeda mengenai masalah yang dihadapi atau perencanaan jangka panjang yang akan dilakukan didalam Ashiil TV untuk mencapai setiap target yang telah ditentukan. Ashiil TV memiliki peran tersendiri dalam menjaga keberlangsungan manajemenn komunikasi dalam evaluasi yang dijalani. Dijelaskan dalam wawancara :

*“Dalam evaluasi ashiil tv sendiri selalu mengadakan disetiap pekan dan terkadang terdapat kendala maka evaluasi dilakukan minimal 1 bulan sekali secara internal, kita selalu membahas tentang program-program kita dan juga mengenai kendala-kendala dilapangan, masukkan-masukkan atau ide-ide baru dari crew yang ada diashiil tv. Dalam hal ini ashiil tv tidak membatasi crew yang bertugas dalam suatu proses produksi untuk menyesuaikan dengan kondisi dilapangan dan setelahnya melalukan evaluasi yang dimana hal tersebut untuk meningkatkan efisiensi kinerja agar menjadikan hal tersebut lebih baik lagi”.*

Terlaksananya pengawasan dalam Ashiil TV yang sesuai dengan manajemen komunikasi menjadikan kinerja menjadi lebih efisien, berjalannya manajemen komunikasi ini pula akan memberikan nilai positif terhadap pelaksanaan kerja karyawan dan crew. Segala sesuatu yang berkaitan dengan aturan atau tuntutan kerja akan diawasi semaksimal mungkin untuk mencapai manajemen yang efektif dan menjadikan Ashiil TV lebih baik lagi. Berdasarkan ini lah manajemen komunikasi Ashiil TV bisa berjalan sesuai ketentuan dari setiap fungsi-fungsi manajemen yang menjadi pedoman pada setiap perusahaan media. Hal ini dikembangkan dalam upaya tetap menjaga ke efektifan sebuah manajemen dengan metode-metode yang ada maka manajemen komunikasi memudahkan dalam mencappai suatu tujuan dan dapat mempertahankan eksistensi program-program Ashiil TV.

### C. Pembahasan Penelitian

Pembahasan mengenai bagaimana manajemen komunikasi dalam mempertahankan eksistensi program siaran jama'ah bertanya ustadz menjawab Ashiil TV melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti dapat merangkum sebagai berikut :

Adapun dalam fungsi-fungsi manajemen komunikasi dalam kegiatan memperlancar kinerja suatu perusahaan, yang terdapat dalam sebuah buku didalamnya terdapat sistem manajemen komunikasi teori, model dan aplikasinya, bukunya Dewi K. Soedarsono 2009. Terlihat jelas bahwa bagaimana gambaran suatu sistem kerja Ashiil TV yang dipimpin dan terciptanya sistem manajemen komunikasi akan menghasilkan sebuah tujuan kerja.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dilapangan bahwa. Dalam proses rangkaian dari setiap fungsi-fungsi manajemen komunikasi dalam kegiatan kerja belum sesuai dengan setiap prosedur-prosedur manajemen yang seharusnya teraplikasi di Ashiil TV. Dapat dilihat dari bagaimana pemimpin Ashiil TV yang baru dibentuk dengan manage dan mengkomunikasikan pada setiap hal yang mereka mulai dari perencanaan yang baik. Pengorganisasian yang terbagi antar karyawan dan crew yang bekerja sesuai dengan bidang mereka, pada pengawasan dilakukan dengan seksama atas kinerja yang dilakukan, dan pengevaluasi seluruh hal berkaitan dengan kinerja Ashiil Tv untuk mencapai suatu tujuan kerja yang efektif dalam hal tersebut peneliti membahas tentang mempertahankan eksistensi program. Adapun terkait dengan masalah yang ada

dilapangan selain membahas manajemen komunikasi pada Ashiil TV, terdapat pula hal yang dialami oleh Ashiil TV temuan yang terdapat pada observasi terdapat beberapa hal yang tidak sesuai dengan apa yang diterapkan pada manajemen komunikasi yang ada di Ashiil TV.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan 2 orang informan dari Ashiil TV dalam penelitian ini, sesuai dengan apa yang telah didapat saat wawancara dilakukan bahwa manajemen komunikasi yang diterapkan belum sesuai dengan apa yang telah ditetapkan sebelumnya, sebagai penunjang kinerja setiap organisasi agar berjalan sesuai dengan bidang dan divisi yang telah ditetapkan sebelumnya, berkaitan dengan teori manajemen komunikasi yang menyatakan bahwa proses penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antar manusia. Karena didalam nya terdapat berupa bagaimana manajemen dan komunikasi dalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan dalam memenuhi semua aspek manajemen komunikasi itulah dibentuk dari perencanaan hingga pengawasan agar suatu organisasi berjalan sesuai apa yang telah ditetapkan bersama demi memperlancar kinerja suatu organisasi atau perusahaan.

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti menjelaskan dalam proses penelitian akan menguraikan serta menganalisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap informan dalam penelitian. Pembahasan penelitian ini tidak terlepas dari teori yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang akurat dalam sebuah teori. Peran manajemen komunikasi dalam mempertahankan eksistensi program siaran ini

mempengaruhi kinerja para crew yang bertugas dalam pelaksanaan ini mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam menjalankan manajemen komunikasi yang baik guna menjadikan suatu organisasi menjadi lebih baik yang dimana memerlukan kerjasama antar crew, terlepas dari itu peran penting agar menjadi lebih baik yaitu manajemen komunikasi yang berjalan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan bersama dalam kerja. Dari manajemen komunikasi inilah dapat dilihat bagaimana kinerja organisasi dalam menjalankan suatu tujuan manajemen komunikasi agar dapat mempertahankan eksistensi program siaran.

Hasil yang didapatkan dari penelitian dalam proses wawancara tersebut berupa proses dalam manajemen komunikasi dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Berikut hasil dari penelitian:

### **1. Perencanaan**

Perencanaan suatu pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan kedepannya oleh organisasi atau perusahaan dalam rangka pencapaian yang telah ditentukan sebelumnya. Observasi dan wawancara penelitian dilapangan, bahwa dalam perencanaan terhadap proses fungsi-fungsi komunikasi dalam ruang lingkup manajemen komunikasi di Ashiil TV fungsi tersebut dari pemimpin kepada bawahan terjalin dengan sangat baik dikatakan pada hasil penelitian sebelumnya bahwa pemimpin menjadi informasi. Dari segi materi pekerjaan, pembentukan team kerja, pembagian antar divisi, berjalannya sistem kerja yang telah direncanakan dan

evaluasi terhadap hasil kerja yang telah dikerjakan. Tentunya manajemen komunikasi menjadi gagasan pertama dalam pemecahan pada masalah, semua hal yang terjadi pada Ashiil TV baik dari perkembangan, kemajuan dan kemunduran tentunya tidak akan lepas dari sistem kerja para karyawan. Dalam menjalin hubungan tersebut ada manajemen komunikasi telah disiapkan oleh pimpinan Ashiil TV dan akan dikomunikasikan secara baik kepada karyawan.

Manajemen komunikasi yang teratur didalam nya, tentu Ashiil TV memiliki cara-cara untuk mempertahankan eksistensi program sebagaimana hal tersebut adalah bentuk kerja sama karyawan. Ashiil TV sendiri memiliki cara tersendiri untuk menghadapi persaingan media saat ini, tentunya tanggung jawab terhadap mempertahankan eksistensi program, untuk menghasilkan atau membentuk sebuah program agar tetap mempertahankan eksistensi Ashiil TV.

Dalam penelitian tersebut berkesamaan dengan teori yang dijelaskan dalam buku sistem manajemen komunikasi teori, model dan aplikasi, Dewi K.Soedarsono 2009 menjelaskan manajemen komunikasi sesuai dengan fungsi komunikasi yaitu fungsi informan antara pimpinan dan karyawan dalam organisasi membutuhkan informasi yang diterima dan berfungsi efisien. Kebutuhan informasi tentang pekerjaannya termasuk informasi yang difokuskan pada sasaran yang telah direncanakan, keberhasilan program seperti manfaat, keuntungan dan standar pekerjaan. Dapat dilihat dari bagaimana manajemen komunikasi itu sendiri berjalan dengan baik dan bagaimana hubungan antar crew dalam menjalankan kerjasama tim dalam bekerja.

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses pengelompokan tugas-tugas, wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang digerakkan sebagai kesatuan yang utuh dalam pencapaian tujuan. Dalam hal ini peneliti memperhatikan bahwa fungsi yang berjalan di Ashiil TV memang lebih banyak mengedepankan sistem kerjasama antar crew didalam Ashiil TV sesuai dengan struktur tujuan mereka. Dari ide-ide dan inovasi-inovasi yang dipaparkan pemimpin selaku direktu utama, selalu didiskusikan bersama didalam sebuah waktu rapat kerja. Semua informasi terbaru dan hal yang akan menunjang kinerja dari pimpinan kepada bawahan, termasuk dalam pembagian kerja team setiap kinerja dibagi kepada seluruh bagian dalam organisasi yang bertanggung jawab atas tuntutan kerja yang harus mereka kerjakan demi mencapai Visi dan Misi Ashiil TV termasuk juga berkomunikasi secara langsung untuk peningkatan SDM yang bertujuan agar berlangsungnya profesionalisme dalam kerja.

Peran fungsi manajemen komunikasi yang dijelaskan pada buku manajemen komunikasi teori, model dan aplikasinya pada bukunya Dewi K. Soedarsono, 2009 yaitu komunikasi dapat diartikan sebagai kontrol dan bentuk dari pesan atau informasi yang disampaikan, jenis komunikasi tersebut mengalir dari pemimpin kebawahan berkaitan dengan tugas yang telah ditetapkan setiap divisi. Adapun struktural organisasi pada Ashiil TV yaitu:

#### a. Struktur Organisasi Ashiil TV

Dibawah ini merupakan daftar struktur organisasi yang ada di Ashiil TV :

1. Ustadz Maududi Abdullah, Lc. Selaku dewan penasehat
2. Edhy Zohir Koto, SH. Selaku Dewan Direksi.
3. Wira Gustria, SE. Selaku Dewan Direksi.
4. Azies Surkowi, SE. Selaku Dewan Direksi.
5. Mihoriandy, SE. Selaku Bendahara Umum dan Sekretaris Umum.
6. Abu Ja'far. Selaku Manajer
7. Ade Akraman, S.I.Kom. Selaku Supervisor
8. Azrul Akmal. Selaku divisi program dan Divisi Host
9. Dwiky Suryaner Putera. Divisi Program dan Divisi MCR
10. Fendra. Selaku Divisi MCR
11. Siddiq Maulana. Selaku Divisi Host, Divisi Editing dan Divisi Sosmed
12. Rahmat. Selaku Divisi Host
13. Irfan Saputra. Selaku Divisi Camera Person dan Divisi Peralatan
14. Lingga Talang Putra. Selaku Divisi Camera Person dan Divisi Peralatan

### 3. Pelaksanaan

Proses manajemen komunikasi pelaksanaan fungsi utama dimana fungsi utama ini lebih menekankan kegiatan yang berhubungan langsung dengan individu yang ada didalam Ashiil TV. Dalam konteks ini melihat penyampaian pesan memiliki pengaruh besar untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam bekerja, pada saat wawancara hubungan antar individu didalam Ashiil TV

terjalin dengan professional. Dari setiap individu diharuskan berkomunikasi satu dengan yang lainnya didalam Ashiil TV meskipun mereka berada pada pembagian kerja yang berbeda. Apabila perbedaan ataupun kekurangan dari individu mereka mengkomunikasikan untuk saling membantu satu sama lain agar kekurangan tersebut dapat terselesaikan menjadikan program menjadi maksimal. Dari keseluruhan crew yang ada di Ashiil TV tidak terlalu banyak hal ini sangatlah memungkinkan mereka berkomunikasi dalam ruang lingkup Ashiil TV dalam menjalankan sistem manajemen komunikasi kerja yang baik.

Dalam manajemen komunikasi ini menjelaskan dalam buku sistem manajemen komunikasi teori, model dan aplikasinya, dalam buku Dewi K. Soedarsono, 2009 fungsi persuasif dengan fungsi reguler dari komunikasi sebagai fungsi persuasif. Seringkali dalam interaksi antarpersonal yang menguntungkan dan dalam bentuk tatap muka maupun hubungan personal. Mengkomunikasikan sesuatu hal yang mungkin dapat memajukan Ashiil TV melalui kerjasama tim yang baik agar suatu perencanaan yang telah ditetapkan berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Dari apa yang telah diterapkan oleh Ashiil TV sesuai dengan manajemen komunikasi yaitu menjalin komunikasi yang baik dan menjalin ukhuwah yang baik dapat menimbulkan kerja yang baik pula karena terdapat kenyamanan dari lingkungan itu sendiri menjadikan suatu kinerja tersebut menjadi maksimal.

#### 4. Pengawasan

Pengukuran dan evaluasi terhadap proses kinerja untuk menjamin bahwa apa yang dilaksanakan berjalan sesuai perencanaan. Para crew diruang lingkup kerja Ashiil TV dituntut untuk mampu berusaha dalam berkreasi dan menyalurkan setiap kreatifitas saat bekerja, dalam perusahaan media tidak akan pernah lepas dengan konteks tersebut. Sembari berlangsungnya kerja mereka juga harus mampu untuk mengawasi kerja agar sesuai dengan metode yang ada. Untuk memadukan kemampuan dalam bekerja, mereka juga harus meningkatkan kinerja agar berjalan dengan efisien. Ashiil TV memiliki sistem manajemen komunikasi kerja yang diarahkan sesuai dengan yang telah dibentuk melalui sistem operasional Ashiil TV. Pimpinan Ashiil TV akan mengarahkan kepada crew untuk bisa bekerja secara baik dengan komunikasi agar tidak kaku. Dan akan mendukung mereka dalam bekerja demi pencapaian mempertahankan eksistensi program siaran.

Terdapat peran manajemen komunikasi yang dijelaskan dalam buku sistem manajemen komunikasi teori, model dan aplikasinya, dalam buku Dewi K. Soedarsono, 2009. Komunikasi dalam organisasi termasuk didalam kegiatan menggabungkan kapasitas, organisasi ini menyatukan dan memadukan, mengidentifikasi dan menyeragamkan pikiran dan pemahaman dalam bekerja. Termasuk dalam berkoordinasi dan penjadwalan aktivitas, menetapkan informasi dan kewenangan, merekrut dan melatih para crew.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah dilakukan pembahasan dan analisa terhadap hasil penelitian ini, maka peneliti dapat menyampaikan beberapa temuan yaitu :

1. Manajemen komunikasi dalam Ashiil TV sudah berjalan dengan efektif. Dapat dilihat dari pemberlakuan sistem manajemen komunikasi yang diterapkan dengan baik. Konsistensi yang menjadi tuntutan bagi manajer kepada crew telah mereka lakukan dengan sesuai yang diharapkan, terkadang terdapat masalah sedikit tetapi dapat dihadapi dengan kerja sama dan ukhuwah yang sangat erat. Crew Ashiil TV telah memahami sistem kerja sehingga kelancaran mereka untuk berkomunikasi setiap individu didalam mengatur kerja stasiun media terlaksana sesuai standar yang ada. Pembentukan struktural yang telah ada dan pembagian setiap divisi kerja yang dikomunikasikan dengan baik oleh pimpinan Ashiil TV sangat membantu para crew bisa bekerja dengan lebih efektif, kreatif dan inovatif, selain itu pula keterbukaan antar satu dengan yang lain dan saling membantu jika terdapat kesulitan dapat memberikan kenyamanan dalam bekerja dari totalitas dan loyalitas dalam setiap tugas yang dikerjakan. Semua itu dilakukan demi tetap menjaga atau mempertahankan eksistensi Ashiil TV terutama pada program jama'ah bertanya ustadz menjawab dengan proses yang teratur baik demi pencapaian Visi dan Misi Ashiil TV yang telah ditetapkan.

2. Dari pengamatan peneliti manajemen komunikasi di Ashiil TV dalam pembahasan ini bertujuan untuk mempertahankan eksistensi program siaran demi menjaga keeksistensian Ashiil TV terutama pada program nya. Keberlangsungan dan berjalan nya manajemen komunikasi ini, mulai dari penerapan manajemen dan pemimpin, struktural organisasi yang di manage berdasarkan tujuan dalam pembagian-pembagian team kerja sesuai dengan SDM setiap pada individu-individu, menjalankan sistem komunikasi antar pribadi didalam Ashiil TV, dan juga loyalitas dan totalitas dalam bekerja pada setiap individu yang berada diruang lingkup Ashiil TV terjalin dengan baik. Demi tercapainya setiap tujuan kerja dan yang terpenting tuntutan didalam Ashiil TV. Saat sekarang ini Ashiil TV dalam mempertahankan eksistensi program siaran sudah mulai membaik setelah melewati masa pandemi Covid-19 dan program yang kurang konsisten dalam penyangan.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian ini, maka selanjutnya peneliti dapat memberi masukan atau saran, adapun saran-saran yang diberikan adalah :

1. Langkah kedepan nya agar lebih baik lagi sekiranya setiap individu dalam Ashiil TV dapat mengembangkan setiap perencanaan untuk menemukan inovasi terbaru yang dapat meningkatkan suatu produksi dengan bersarnya persaingan dari setiap industri media. Pada era saat ini sesuatu yang menjadi daya tarik daya tarik menyeluruh merupakan hal yang penting dalam perkembangan tujuan kerja. Dari perkembangan

infrastruktur, sarana dan prasarana, ide-ide kreatif dan inovatif untuk membentuk program yang berbeda dari yang sebelumnya. Adapun perkembangan yang dilakukan Ashiil TV agar dapat diaplikasikan dengan maksimal. Semakin berjalan nya waktu, kualitas daya tarik dan minat penonton tentu juga akan berkembang sesuai kemajuan media. Selain itu juga agar tetap mempertahankan kualitas kerja supaya apa yang dihasilkan bisa meningkatkan minat penonton, yang lebih utama demi kemajuan Ashiil TV itu sendiri.

2. Tujuan mempertahankan eksistensi program siaran yang lebih baik lagi akan menjadikan solusi dalam keefektifan tujuan tersebut. Dengan manajemen komunikasi ini setidaknya bisa meningkatkan minat masyarakat khususnya dalam kota di Pekanbaru bahwa kebutuhan media sebagai sarana informasi sangat penting pada saat ini walaupun dengan kemajuan teknologi yang mungkin banyak masyarakat yang bisa memenuhi kebutuhan akan informasi dengan media lain selain Ashiil TV.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- A, Muri Yusuf, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan penelitian Gabungan*. Kencana. Jakarta.
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi organisasi*. Jakarta: Budi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Cangara, H. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta..
- \_\_\_\_\_. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Deddy Setyawa. 2017. *Manajemen Produksi Televisi*. ISI Yogyakarta: Yogyakarta.
- Effendy, Onang Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Fachruddin, Andi. 2017. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter Dan Teknik Editing*. Kencana. Jakarta.

- Harun, R. Ardianto, E. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Erlina. 2005. *Komunikasi Pemerintah*. Bandung: Rafika Aditama.
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Kencana: Jakarta.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Riinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. PT. Pustaka Baru. Bantul Yogyakarta.
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Soedarsono, Dwi.K. 2009. *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model Dan Aplikasi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Sukandarrumidi. 2004. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Zulkifli, Nurmasari. 2015. *Pengantar manajemen*. Pekanbaru.

**Jurnal:**

Budi Setiawan. 2016. *Analisis manajemen produksi program Talkshow Redaksi 8 di stasiun Tepian Tv*. 4(3): 376-377.

Muhammad Samih Rozin, fatmawati. 2018. *Manajemen Dakwah Program Kisah Menawan Sang Teladan Di Radio Rodja 75,6 FM Bogor*. X(1): 140-142.

Muh. Fajrin. 2013. *Manajemen produksi berita pada Balikpapan tv*. 3(1): 391.

Tresna Yumiana Rahayu, Kartini Rosmala Dewi Katili. 2019. *Strategi Program Radio dalam Mempertahankan Eksistensinya*. 4(1):144.

Hasnawati, F. 2018. *Manajemen dan Komunikasi, Al-Idarah*. 5(6): 78-79.

I Wayan Aryawan, Margareta Diana Selvy Sey. 2018. *Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Studi Di Radio Komunitas Dwijendra*. 16(1):21.

Fatmawati, Fatmawati, dan Kemal Aqwam Maulana. *Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television*. Profetik: Jurnal Komunikasi 11, no. 2 (2019): 58–73.

**Skripsi :**

Arif Maulan. 2020. *Proses Produksi Program Siaran Tahsin Di Ashiiltv Pekanbaru*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Pekanbaru.

Putri Nadhya. 2019. *Manajemen Komunikasi dan Produksi Program Siaran “Wajah Sumut” di Metro Sumut*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Medan.