

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman mempengaruhi komunikator untuk berkomunikasi dengan komunikan khususnya yang menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik. Media massa elektronik seperti televisi lebih diminati, menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2015 sebesar 91,47 persen penduduk berusia 10 tahun menggunakan televisi untuk mengakses informasi.¹ Angka tersebut menunjukkan jika televisi sebagai media massa sangat dirasakan manfaatnya dalam waktu yang relatif singkat, dapat menjangkau wilayah dan jumlah penonton yang tidak terbatas. Berbeda dengan media cetak yang memerlukan waktu untuk memproduksi pesan komunikasi dalam sebuah surat kabar atau koran.

Keuntungan yang dapat diperoleh dengan menjadikan televisi sebagai media massa diantara dapat berupa media informasi, media pendidikan, dan media hiburan. Keuntungan lainnya televisi dapat memberikan penekanan terhadap pesan-pesan yang disampaikan kepada audien melalui teknik-teknik

¹ Databos.katadata.co.id, diakses pada 17 Desember 2016, pukul 21:16 WIB.

yang digunakan saat memproduksi pesan-pesan tersebut². Dapat menggunakan teknik dan trik kamera serta lampu dan editing yang akan menambah unsur dramatis dalam sebuah tayangan.

Televisi tidak terlepas dari beberapa program-program siaran. Dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi keseluruhan siaran suatu stasiun televisi. Program yang direncanakan memerlukan waktu untuk menyiapkannya. Dikarenakan agar program yang disiarkan dapat diterima oleh audien.

Karakteristik suatu program siaran televisi adalah mampu memprovokasi maupun mempengaruhi dalam hal positif atau negatif. Hal ini disebabkan daya rangsang televisi sangat tinggi. Oleh karena itu penyelenggara penyiaran harus memiliki rasa bijak dan pertimbangan matang dalam penyajian program. Tidak hanya memperhatikan selera pasar. Namun tetap menjunjung idealisme informasi bagi kepentingan khalayak.

Produksi program siaran agar sesuai dengan kriteria dan target segmentasi memerlukan proses dan tahapan, di antaranya tahap Pra Produksi, Produksi dan Paska Produksi. Tak terkecuali dalam program religi yang memerlukan tanggung jawab dari tim produksi agar diperoleh sebuah program yang terbilang berhasil.

² Sony Set, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional* (Jogjakarta: Andi, 2008) , hlm. 31.

Karena program religi dapat dijadikan lahan dakwah yang merupakan sebuah perintah atau seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.³ Seperti dalam firman Allah SWT:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari Jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.⁴

Secara sederhana tujuan dan sasaran dakwah adalah manusia, oleh karenanya sebagai tindakan *amr ma'ruf nahi munkar* penyampaian pesan dan nasihat dengan cara yang baik dan strategi yang efektif. Dakwah dengan metode *bil lisan* dapat kita temukan pada acara-acara seperti dalam pengajian, majelis ta'lim. Metode *bil lisan* praktis dan mudah diaplikasikan oleh *mubaligh/mubalighat*.

Konten dakwah yang menarik antusias bukanlah hal yang mudah dalam mengemasnya Begitu pula konten atau isi program siaran dakwah yang berbeda dengan program tayangan lainnya. Tim produksi akan dituntut sebagai

³ Hariyanto Mukhsin, *Draft Naskah Buku Filsafat Dakwah*, (Jogjakarta: UMY), hlm. 6.

⁴ Q.S.An Nahl : 125.

gatekeeper untuk mampu mengolah konten agar tidak menyinggung pihak lain. Maka *gatekeeper* dalam hal ini akan memainkan peranan dalam beberapa fungsi. Salah satunya yakni dapat menghapus pesan atau memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebar. Selain itu juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka “pintu gerbang” bagi keluarnya informasi.

Gatekeeper di program siaran televisi tidak selalu sama jabatannya. Begitu pula dengan kebijakannya, sehingga seringkali kita dapati program siaran televisi yang lebih tinggi nilai-nilai moral dan etika, tapi ada juga yang lebih longgar. John R. Bittner (1996) mengemukakan jika paling tidak *gatekeeper* memiliki fungsi sebagai berikut:⁵ menyiarkan informasi, untuk membatasi informasi, untuk memperluas kuantitas informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain, dan untuk menginterpretasikan informasi.

Banyaknya siaran religi di televisi nasional tidak menjamin akan kualitas produksinya. Dapat diperhatikan beberapa program religi hanya mempertahankan ketertarikan audien terhadap program tersebut seperti program spiritual pencarian roh halus, program *reality show* uji nyali, program *reality show* dengan menampilkan wujud dari makhluk halus dan lain sebagainya. Berbeda dengan Program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar yang tidak hanya mempertahankan minat audien. Melalui survai Komisi Penyiaran Indonesia

⁵Nurudin, *Pengantar Komunikasi Mass* (Jakarta: Raja Grafindo Persada., 2014), hlm. 125.

(KPI) terkait Indeks Kualitas Program Siaran Televisi, program siaran religi mendapatkan indeks 4,05 hingga 4,35 dalam kurun waktu Maret sampai Desember 2015. Dari Survei tersebut memperlihatkan jika Program Mamah Dan AA Beraksi Indosiar ditonton hampir separuh responden yaitu mencapai angka 44,70%⁶.

Program Mamah dan AA Beraksi Indosiar sudah ada sejak tahun 2007. Format program ini adalah *talk show* (dialog) yang tayang setiap hari pada pukul 06.00 WIB s.d. 07.30 WIB. Program ini menghadirkan Dedeh Rosidah sebagai ustadzah dan Abdel Achrian sebagai pemandu acara.

Melihat dari hasil survai yang dilakukan oleh Lembaga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dapat diketahui bahwa untuk menghasilkan sebuah program yang berkualitas dan dapat diterima pesan dari program tersebut tentu memerlukan adanya konsistensi dari pihak-pihak terkait diantara adalah dari tim produksi. Tim produksi merupakan sekelompok *gatekeeper* yang akan menyaring pesan dakwah. Menurut Westley dan Maclean (1957) tim produksi sebagai komunikator yang memiliki kewenangan sebagai *gatekeeper* diantaranya, perannya sebagai advokasi, peran saluran media, dan peran perilaku.⁷

⁶ Tim Publikasi dan Pemberitaan Biro Humas Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), “Hasil Survey Indeks Kualitas Program Siaran TV Periode November-Desember 2015”, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), termuat dalam www.kpi.go.id, diakses pada 29 Agustus 2015 pukul 20:07 WIB.

⁷ Windahl Sven, dkk., *Using Communication Theory* (London: Sage Publications Ltd., 1992), hlm. 121.

Berdasarkan latar belakang tersebut menjadi alasan peneliti untuk meneliti bagaimana proses produksi dan proses *gatekeeping* dalam produksi program religi. Oleh sebab itu penelitian ini berjudul “Proses *Gatekeeping* dalam Produksi Program Religi di Media Televisi Swasta Nasional ; Studi Kasus Program Religi Mamah dan AA Beraksi Indosiar Tahun 2016”.

A. Pokok dan Rumusan Masalah

Pokok masalah dalam penelitian ini terkait dengan proses produksi dan proses *gatekeeping* dalam produksi program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar Tahun 2016 yang dibatasi pada periode tayang Agustus 2016 hingga Oktober 2016. Sedangkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi program program religi Mamah dan Aa Beraksi Indosiar tahun 2016?
2. Bagaimana proses *gatekeeping* dalam produksi program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar tahun 2016?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan proses produksi program religi Mamah dan Aa Beraksi Indosiar tahun 2016.
- b. Mendeskripsikan proses *gatekeeping* dalam produksi program religi Mamah dan Aa Beraksi Indosiar tahun 2016.

2. Manfaat Penelitian

Secara teoritik penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan keilmuan komunikasi mengenai proses produksi dan proses *gatekeeping* dalam produksi siaran religi sehingga dapat menjadikan program religi sebagai bagian dari dakwah Islam. Adapun secara praktis penelitian ini akan bermanfaat bagi lembaga penyiaran televisi selaku pelaku produksi program agar kedepannya dapat menghasilkan sebuah program religi yang dapat diterima khalayak sesuai esensi dakwah itu sendiri.

C. Sistematika Pembahasan

Setelah dilakukan penelitian, dalam penulisan laporan penelitian ini dibagi menjadi enam Bab. **Bab I Pendahuluan**, yang didalamnya terdapat latar belakang masalah, pokok dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. **Bab II Kerangka Teori dan Tinjauan Pustaka**, didalamnya berisi Kerangka Teori yang akan digunakan sebagai acuan penelitian dan Tinjauan Pustaka yaitu penelitian terdahulu terkait proses *gatekeeping*. **Bab III Metodologi Penelitian** yang didalamnya menjelaskan tentang Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Subyek, Teknik Pengumpulan Data, dan Triangulasi.

Selanjutnya didalam **Bab IV Gambaran Umum PT. Indosiar Visual Manditi Tbk.**, **Bab V Penyajian Data** menjelaskan tentang proses produksi program siaran Mamah dan Aa Beraksi Indosiar tahun 2016. Sedangkan **Bab**

VI Analisis Data yang menyajikan analisis proses *gatekeeping* dalam produksi program siaran religi Mamah dan Aa Beraksi Indosiar tahun 2016.

Bab VII Penutup dengan memberikan kesimpulan dan saran terhadap penelitian.