

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks yang semakin modern dan berubah dengan cepat, media massa dapat berfungsi sebagai alat dakwah dalam menyebarkan pesan agama dengan berbagai cara, seperti ceramah dan siraman rohani. Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dakwah sekarang menggunakan media konvensional seperti televisi (Kurniawan & Anwar, 2020). Saat ini, televisi adalah salah satu media massa yang paling canggih karena dapat menyampaikan informasi dari berbagai lokasi melalui jaringan (Aghratama, 2024).

Media televisi adalah media massa pilihan yang dekat dengan masyarakat sejak jaman dahulu. Televisi sebagai pemancar audio visual bermanfaat bagi masyarakat untuk mengakses informasi, berita, film, dan acara hiburan. Akan tetapi, media massa harus memahami perubahan yang dibawa oleh digitalisasi masyarakat. Jadi, pengelola media harus lebih berhati-hati, lebih aktif, dan lebih kreatif dalam mengelola bisnis mereka jika mereka ingin tetap eksis dan mempertahankan khalayak atau pemirsa yang setia kepada stasiun televisi mereka (Sooai et al., 2023).

Dalam pengembangan konten program televisi yang bertanggung jawab ialah tim kreatif. Tim kreatif televisi bertanggung jawab untuk membuat dan mengembangkan ide-ide kreatif untuk suatu program televisi. Tim kreatif bertanggung jawab sepenuhnya atas semua ide, konsep, naskah atau *script* dan mereka juga bertanggung jawab untuk membuat *rundown* acara agar suatu program dapat berjalan lancar sesuai dengan *rundown* yang telah mereka buat (Suminta et al., 2023).

Peran tim kreatif ini sangat penting untuk menentukan kualitas dan daya tarik program televisi. Tim kreatif harus terus menghasilkan konten yang relevan dan menarik untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan preferensi audiens. Ini juga berlaku untuk program Tabligh Islami TVRI

Yogyakarta. Program Tabligh Islami merupakan salah satu program di TVRI Yogyakarta yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam atau dakwah disetiap kontennya.

Televisi dapat digunakan sebagai media dakwah dalam menyebarkan ajaran agama Islam. Program televisi dapat berfokus pada pengembangan nilai-nilai Islami di masyarakat dengan memperhatikan fungsi penyiarannya (Bastian & Wulandari, 2019). Program Tabligh Islami TVRI Yogyakarta memiliki potensi untuk memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya yang beragama Islam. Tanpa tim kreatif yang inovatif dan kreatif, program ini mungkin kesulitan bersaing dengan konten yang lebih variatif dan kontemporer. Banyak program dakwah yang masih dikemas dalam format yang monoton dan tidak menarik, sehingga sulit bersaing dengan berbagai konten hiburan lainnya yang tersedia di platform digital.

Tantangan dakwah saat ini berbeda dengan zaman nabi dan rasul, karena mereka telah diberi tuntunan yang sempurna dan diberi waktu untuk mengajak orang lain untuk beriman kepada Allah SWT. Dengan kemajuan zaman, dakwah semakin sulit dikarenakan munculnya teknologi seperti TV dan VCD yang menyebabkan kemaksiatan di mana-mana seperti konten perjudian, konten pornografi, konten unsosial, dan konten kekerasan sosial. Tantangan dakwah yang harus diselesaikan saat ini adalah upaya untuk memperkuat akidah dengan menggunakan teknologi dan ilmu yang semakin maju untuk mencegah generasi muda kehilangan identitas dan iman. Seiring waktu, kita akan secara bertahap meninggalkan petunjuk yang telah diberikikan oleh Allah dalam kehidupan kita jika kita terbuai dan terlena dengan kemajuan teknologi yang tidak dipergunakan dengan baik (Farida et al., 2021).

Selain itu, terdapat kekurangan dalam pemanfaatan teknologi dan media sosial untuk mendukung penyebaran konten program dakwah. Padahal di era digital ini, integrasi antara media televisi dan platform digital sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Penelitian sebelumnya banyak yang berfokus pada konten program atau bagaimana suatu program berdampak pada audiens. Namun, tim kreatif adalah komponen

penting yang menentukan bagaimana pesan disampaikan dengan cara yang menarik dan efektif, tetapi peran mereka dalam mengembangkan dan mengemas konten seringkali kurang diperhatikan. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti peran tim kreatif dalam pengembangan konten program Tabligh Islami di TVRI Yogyakarta.

Penelitian ini juga dilakukan oleh peneliti karena penelitian ini relevan dengan jurusan peneliti yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dimana didalam jurusan ini peneliti mempelajari beberapa mata kuliah seperti: Teori dan Praktik Siaran Televisi, Media Komunikasi Dakwah, Komunikasi Massa, dan Manajemen Media Massa. Selain itu, yang menguatkan peneliti untuk mengambil penelitian ini yaitu minat peneliti dibidang pertelevisian.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan peran tim kreatif dalam pengembangan konten program Tabligh Islami di TVRI Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kekurangan yang ada, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk meningkatkan kualitas program dakwah televisi dan memberikan pengetahuan baru bagi pengelola media dakwah di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah “bagaimana peran tim kreatif dalam pengembangan konten program Tabligh Islami di TVRI Yogyakarta”. Pertanyaan-pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran tim kreatif program Tabligh Islami di TVRI Yogyakarta?
2. Bagaimana pengembangan konten program Tabligh Islami TVRI Yogyakarta dilakukan oleh tim kreatif?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana peran tim kreatif program Tabligh Islami di TVRI Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengembangan konten program Tabligh Islami TVRI Yogyakarta dilakukan oleh tim kreatif.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan, acuan dan rujukan pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang media komunikasi dakwah. Dengan demikian, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat membantu dalam memperluas dan memperdalam pemahaman teoritis tentang peran tim kreatif dan pengembangan konten program televisi dalam penyebaran pesan dakwah. Ini bisa memberikan wawasan baru tentang pengembangan konten dakwah melalui media massa.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi media dan tim kreatif program televisi dalam meningkatkan kualitas konten dari program-program keagamaan di televisi. Mereka dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengidentifikasi dan inovasi dalam produksi konten program keagamaan.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk menghindari memperluas objek penelitian, pembahasan yang sistematis ini memberikan arah yang sangat tepat. Struktur pembahasan disusun sebagai berikut:

BAB 1 : membahas tentang pendahuluan. Ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : memberikan penjelasan tentang penelitian sebelumnya atau tinjauan pustaka yang digunakan peneliti-peneliti sebelumnya, serta penjelasan tentang kerangka teori yang berkaitan dengan peran tim kreatif dalam pengembangan konten.

BAB III : menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, mencakup pendekatan dan jenis penelitian, operasionalisasi konsep, lokasi dan subyek penelitian, instrumen penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : merupakan bagian dari hasil dan pembahasan, mencakup dekkripsi data dan hasil penelitian. Kasus yang terjadi dan metode yang digunakan peneliti untuk melakukan analisis data akan dibahas lebih lanjut dalam bab ini.

BAB V : bagian terakhir yaitu penutup, mencakup kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian, serta daftar pustaka di akhir.