AL-ITTISHOL
Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

Manajemen Produksi Konten Program Dakwah Ngalah TV Melalui You Tube Di Pondok Pesantren Ngalah

M. Hidayatulloh[1)], Alfian Adi Saputra[2)], Fauziyah Rahmawati[3)]
Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
[1)]dayatarjed97@gmail.com, [2)]Alfianadi1991@gmail.com,
[3)]fauziyahrahmawati91@gmail.com

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen produksi konten program dakwah channel youtube Ngalah TV sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi deskriptif. Penelitian ini dilakukan di pondok pesantren ngalah dalam berdakwah melalui media social you tube. Analisa data diperlukan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan penafsiran secara deskriptif terhadap data yang telah didapatkan. Tahap analisis data dalan penelitian kualitatif secara umum dimulai sejak pengumpulan data yaitu: a. Reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. b. Penyajian data (display data) yang diperoleh dilapangan terkait permasalahan dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan teks naratif. c. Penarikan kesimpulan serta verifikasi. Adapun pengumpulan data pada penelitian ini yaitu hasil daripada menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sunber, baik itu data primer maupun data sekunder yang telah terkumpulkan pada penelitian ini.

Kata kunci : Manajemen. Dakwah. You Tube.

***Abstract**. The purpose of this study was to determine the production management of the propaganda program content on the Ngalah TV YouTube channel as a medium of propaganda at the Ngalah Islamic Boarding School, Pasuruan. This research is a qualitative research using a descriptive study. This research was conducted at the Islamic boarding school ngalah in preaching through social media youtube. Data analysis is needed in this study by means of a descriptive interpretation of the data that has been obtained. The data analysis stage in qualitative research generally begins with data collection, namely data collection ie: a. Data reduction, which is defined as the process of selecting, focusing on simplifying, abstracting and transforming raw data that emerges from written records in the field. b. Presentation of data (display data) obtained in the field related to problems in research is carried out using narrative text. c. Conclusion drawing and verification. The data collection in this study is the result of examining all available data from various sources, both primary data and secondary data that have been collected in this study.*

***Keywords:** Management. Preaching. You Tube.*

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini semakin maju, semakin berkembang dan semakin memanjakan penggunanya. Berbagai macam bentuk media muncul dan berkembang dengan istilah *new media* hal ini sangat mempengaruhi para pengguna media tersebut, terutama pengguna media youtube yang menjadi salah satu media sosial tervaforit untuk berbagi video dengan berbagai macam bentuk konten di dalamnya. Youtube sebagai salah satu media sosial adalah sebuah situs web video sharing atau berbagi video yang populer dimana para pengguna youtube bisa memuat, menonton, serta berbagi video secara gratis. Youtube didirikan pada bulan Februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Umumnya video-video di youtube adalah video klip film, tv, serta video buatan para penggunanya sendiri[1].

Aplikasi youtube pada saat ini sudah menjadi database terbesar semua konten video yang ada di seluruh dunia. Beragam konten yang banyak manfaatnya maupun tidak bagi semua kalangan, semuanya ada dalam aplikasi youtube. Mulai dari konten pendidikan, dakwah, video lucu, ekonomi, politik, musik, dan berbagai macam video lainnya baik video pribadi maupun kegiatan kelompok. Dan semua kalangan juga dapat menjadi bagian dalam mengunggah sebuah konten video ke dalam youtube, misalnya memanfaatkan youtube untuk dakwah keagamaan.

Jelas bahwa media massa sekarang ini dan yang akan datang tidak menutup kemungkinan mengalami berbagai perubahan. Dan berbagai perubahan ini menjadikan manajemen media semakin menarik untuk lebih dikaji. Dalam konteks manajemen produksi, jika dilihat dari jumlah channel youtube yang semakin banyak penggunanya maka persaingan dalam pengelolaan serta pengemasan program juga harus tampil lebih menarik dibandingkan channel-channel youtube yang lain. Maka dari itu manajemen dalam memproduksi sebuah konten sangatlah penting agar menjadi pembeda dari konten cahnnel youtube lainnya.

Manajemen produksi merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan atau mengkoordinasi kegiatan orang lain, dan yang pasti tidak akan lepas dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan

[1] Fatty Faiqah, Muh. Najib, Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram,* (Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No. 2, Desember 2016).

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

seperti yang dikatakan oleh George R. Terry dalam teori manajemen. Maka bisa dikatakan bahwa produksi merupakan segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegiatan suatu barang suatu barang atau jasa.

Sedangkan jika kita berbicara tantangan dakwah pada era globalisasi seperti sekarang ini tidak hanya fokus pada pengajian-pengajian yang dilakukan seperti dulu yaitu bersifat offline atau tatap muka, akan tetapi juga harus bergerak di dunia maya berakses internet. Terutama pondok pesantren dalam mengembangkan dakwahnya di era globalisasi. Banyak pondok pesantren di Indonesia yang memanfaatkan youtube sebagai media dakwah yang berisi konten pengkajian kitab maupun ceramah, seperti Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang, Pondok Pesantren Lirboyo Kediri, dan Pondok Pesantren yang menjadi objek penelitian penulis yaitu Pondok Pesantren Ngalah Sengonagung Purwosari Pasuruan.

Dakwah sendiri didefinisikan oleh sayyid qutb yang secara terminologis memberi batasan dengan "mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain masuk ke dalam jalan Allah[2]. Dengan begitu dakwah merupakan perilaku yang baik entah dengan ucapan maupun perbuatan yang mengandung ajakan kepada orang lain menuju kebaikan dan mendorong agar menjauhi larangan Alloh.

Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan yang di pimpin oleh K.H. Sholeh Bahruddin mempunyai media center yaitu NGALAH TV, yang menjadikan youtube sebagai media dalam berdakwah agar tersampaikan kepada khalayak luas. Selain youtube, Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan juga menggunakan Instagram sebagai media dakwah mereka. Dakwah yang santun serta mengedepankan akhlaq menjadi ciri khas Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan dalam menyebarluaskan ajaran ajaran islam, baik pengajian yang diasuh langsung oleh pengasuh, maupun pengajian kitab oleh asatiz Pondok Pesantren Ngalah.

Maka dari itu, pemanfaatan youtube sudah menjangkau berbagai aktifitas yang terjadi di seluruh penjuru dunia dengan dampak positif dan negatif yang ditimbulkannya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam hal manajemen produksi konten dakwah pada channel youtube Ngalah TV di Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan yang menjadikan youtube sebagai media dakwah dan pembelajaran pendidikan islam. Selain belum pernah dilakukan penelitian mengenai hal tersebut, juga karna strategi dakwah yang dterapkan santun, tidak propokatif, tanpa menebar kebencian. Dan meskipun background pondok pesantren mereka juga berhubungan baik dengan non muslim demi menjaga tali

[2]Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

persaudaraan sesama anak bangsa dengan menerapkan toleransi antar umat beragama, yang mana hal tersebut merupakan akhlaq bagi sesama manusia.

LITERATUR REVIEW

1. Tesis Syifa Hayati Islami dengan judul penelitian "Pemikiran Dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube". Fokus penelitian ini tertuju pada pemikiran-pemikiran Ustadz Abdul Somad dan berbagai aktivitasnya sebagai tokoh dakwah populer di Indonesia maupun di social media. Pemabahasan diatas mengenai profil tokoh dakwah tertulis secara sistematis pada penelitian tersebut secara mendalam. Yang mana Ustadz Abdul somad sebagai tokoh dakwah masa kini yang memiliki ribuan bahkan jutaan follower. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan terfokus pada strategi pemanfaatan youtube sebagai media dakwah yang dilakukan oleh pondok pesantren ngalah Pasuruan, serta kelebihan dan kekurangan yang terjadi sesuai fenomena yang dialami.
2. Ibnu Hajar dengan judul penelitian "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar". Fokus penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Hajar hampir sama dengan penelitian penulis, yaitu penelitian kkualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa manfaat penggunaan media social youtube dirasakan oleh setiap da'i dalam melakukan aktivitas dakwah mereka. Sedangkan masing-masing dai dalam melaksanakan aktivitas dakwah lebih memperlihatkan kelebihan dari pada kekurangannya, sehingga youtube menjadi sarana yang cukup efektif bagi para dai kota Makassar dalam berdakwah.
3. Skripsi yang berjudul "Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada *fanpage facebook* KH. Abdulloh Gymnastiar)" karya Rizki Hakiki, tahun 2016, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam skripsi ini, Rizki menjelaskan bagaimana KH. Abdulloh Gymnastiar dalam menyiarkan dakwah islam melalui media sosial facebook. Skripsi ini dengan penelitian yang penulis lakukan mempunyai kesamaan, yaitu sama-sama membahas tentang dakwah di media sosial. Perbedaannya, penelitian ini membahas etnografi virtual pada *fanpage facebook* KH. Abdulloh Gymnastiar, sedangkan yang penelitian penulis yaitu dakwah di media sosial youtube yang menjadi objek penelitian. Selain itu, penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang memaparkan strategi pemanfaatan serta kelebihan dan kekurangan media youtube sebagai sarana dakwah.

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

METODE PENELITIAN

Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan gambaran dari definisi-definisi konsep yang digunakan dalam sebuah penelitian. Untuk dapat memahami dan memudahkan dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual, diantaranya:

1. Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara *continue* terhadap objek dakwah. Dari masa ke masa kegiatan dakwah selalu mengalami perubahan sesuai dengan kondisi dan keadaannya. Dakwah menjadi tugas setiap muslim dalam pengertian sederhana (dakwah dalam mikro) sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Namun dalam pengertian dakwah secara ideal dan makri, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok harus dilakukan dengan menguasai berbagai aspek, baik materi, metode, media, dan menguasai sarana dakwah[3].
2. Youtube merupakan media sosial yang berisikan kumpulan video-video seperti videoclip, film pendek, serial televisi, trailer film, video blog, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna youtube dapat dengan bebas mengakses video baik itu yang diunggah sendiri maupun video yang diunggah oleh berbagai pihak. Di era millennium ini hampir semua orang sudah mengenal youtube, apalagi dengan kaemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya masyarakat menjadi lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan hiburan bahkan rohani. Di dalam media youtube sendiri juga banyak fitur-fitur yang digunakan.

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian bersifat deskriptif. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif merupajan suatu pendekatan yang menghasilkan suatu data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati[4].

Menurut Burhan Bungin, riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang

[3] Eneng Purwanti. 2010, Manajemen Dakwah dan Aplikasinya Bagi Pengembangan Organisasi Dakwah. Jurnal Adzikra.

[4] Lexy J Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1989).

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data[5].

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah berbagai cara yang digunakan untuk mengumpulkan, menghimpun, mengambil atau menjaring data penelitian. Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang diperoleh. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Dokumentasi sudah lama dilakukan dalam penelitian sebagai sumber data karena banyak hal, sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 1989:161)[6]. Dokumentasi peneliti yakni peneliti mendokumentasikan konten-konten dari akun media center dari Pondok Pesantren Ngalah yaitu channel youtube Ngalah TV, yang berupa konten dakwah baik ceramah maupun pengkajian kitab.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewe) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 1989:135)[7]. Sedangkan wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2014:102)[8]. Wawancara peneliti yakni peneliti megajukan berbagai pertanyaan dan pernyataan serta peneliti memohon izin pengajuan judul kepada crew Ngalah TV.

Teknik Analisis Data

Analisa data diperlukan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan penafsiran secara deskriptif terhadap data yang telah didapatkan. Tahap analisis data dalan penelitian kualitatif secara umum dimulai sejak pengumpulan data yaitu:

[5] Kriyantono Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenadamedia Group
[6] Ibid, hal:161
[7] Ibid, hal:135
[8] Ibid, hal:102

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

a. Reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.
b. Penyajian data (display data) yang diperoleh dilapangan terkait permasalahan dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan teks naratif.
c. Penarikan kesimpulan serta verifikasi Adapun pengumpulan data pada penelitian ini yaitu hasil daripada menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sunber, baik itu data primer maupun data sekunder yang telah terkumpulkan pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses produksi sebuah program televisi, termasuk juga program-program dakwah yang diproduksi oleh Ngalah TV memerlukan beberapa hal yang dianggap penting dan harus benar-benar matang dipikirkan oleh tim produksi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan program yang telas digagas.

> "Dalam proses produksi kami secara umum tidak memakai pemahaman dalam buku atau yang lainnya. Akan tetapi mesikpun demikian kami sangat mempersiapkan dengan matang apa yang kami butuhkan sebelum melakukan proses produksi. dan kami juga sudah menunjuk satu penanggung jawab yang akan dibantu oleh anggota yang lain dalam melaksanakan produksi agar lebih terorganisir. (Jawhar/Direktur Ngalah TV)"

Sesuai dengan wawancara dengan pimpinan Ngalah TV, dalam proses produksi memang harus dipersiapkan secara matang sebelum melakukan rekaman. Meskipun tidak berlandasan pada sebuah buku ataupun teori-teori tertentu seperti yang dikemukakan oleh Fred Wibowo. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, semua teknik yang dipaparkan oleh Fred Wibowo sudah dilakukan oleh tim Ngalah TV dalam pelaksanaan proses produksi pada sebuah program dakwah.

1. Materi Produksi

Bagi seorang produser, materi produksidapat berupa apa saja.seorang produser professional dengan cepat mengetahui apakah materi atau bahan yang ada dihadapannya akan jadi materi yang baik atau tidak. Seorang produser saat berhadapan dengan suatu karya cipta seperti music, atau lukisan, gagasannya mulai tergerak. Berawal dari hal-hal seperti itulah mulai muncul ide atau tema yang kemudian diwujudkan menjadi treatment. Treatment adalah pelaksanaan perwujudan gagasan menjadi program. Oleh karena itu treatment pada setiap program berbeda-beda. Dari treatment akan diciptakan sebuah

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

naskah atau script dan langsung dilaksanakan produksi program. Dari sinilah penyempurnaan konsep program dapat dilaksanakan sehingga menghasilkan naskah atau program yang berkualitas atau baik.

Konten dakwah yang menjadi salah satu program dari Ngalah TV, bukan hanya sekedar pengajian yang bisa dijadikan konten oleh tim Ngalah TV, akan tetapi konten dakwah yang benar-benar bisa memberikan pemahaman kepada audiens tentang isi kajian baik kitab maupun tema-tema tertentu. Selain itu juga bisa menjadi tayangan yang dibutuhkan oleh para santri khususnya santri Pondok Pesantren Ngalah, terutama para alumni yang masih ingin mengaji sedangkan tempat tinggalnya jauh dari pesantren.

> "sebelum merealisasikan program yang sudah kita canangkan, biasanya kita selalu berkordinasi dulu dengan Biro Pendidikan Pusat, yaa untuk menentukan kira-kira kitab apa yang paling pas untuk dikaji. Karna yang paling faham mengenai itu adalah Pengurus Pondok dalam hal ini Biro Pendidikan. (Jawhar/Direktur Ngalah TV)"

Materi ataupun kitab yang akan dikaji lebih dulu dimatangkan oleh tim Ngalah TV dengan melakukan kordinasi dengan Biro Pendidikan Pusat Pondok Pesantren Ngalah. Karna kajian tersebut nantinya punya segmentasi utama yaitu seluruh santri dan khususnya santri Pondok Pesantren Ngalah, maka dalam menentukan materi kajiannya pun harus diperhitungkan secara matang yang juga menyesuaikan segmentasi yang khas.

> "kalau kitab atau materi yang akan dikaji sudah kami tentukan, kemudian kami juga harus memperhitungkan secara matang dalam menentukan pemateri yang akan membacakan kitab tersebut. Dalam hal ini kita juga berkordinasi terlebih dahulu dengan Biro Pendidikan Pusat. Biasanya kita akan mengajukan beberapa opsi ustadz-ustadzah yang akan diminta menjadi pengisi kajian kitab tersebut, kemudian kita pilih satu sesuai keahlian pemateri. (Jawhar/Direktur Ngalah TV)"

Dalam pemilihan narasumber sebagai pemateri pada konten dakwah Ngalah TV memang harus dipikirkan secara matang. Dalam proses pemilihannya juga bukan sekedar memilih ustadz ustadzah siapa yang akan menjadi pemateri. Akan tetapi harus disesuaikan dengan kitab yang akan dikaji apakah sesuai dengan keahlian ustadz ustadzah tersebut. Karna konten dakwah Ngalah TV mempunyai segmentasi khusus yaitu para santri yang setiap harinya mempelajari kitab-kitab yang ada di pesantren.

2. Sarana Produksi

Sarana yang menjadikan penunjang terwujudnya ide menjadi konkrit, yaitu hasil produksi. Tentu saja diperlukan kualitas alat standart yang mampu menghasilkan gambar

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

dan suara yang bagus. Ada tiga perlengkapan yang diperlukan saat atau sebagai alat produksi, yaitu perekam gambar, peralatan perekam suara, dan pencahayaan.

Setiap proses produksi konten dakwah Ngalah TV pasti memerlukan berbagai sarana pendukung. Di stasiun televisi manapun pasti juga memerlukan berbagi macam sarana pendukung untuk memperlancar proses yang sedang berlangsung. Begitu juga dengan Ngalah TV dalam proses produksi konten dakwahnya membutuhkan sarana sebagai pendukung kelancaran proses.

Sarana pendukung dalam proses produksi konten program dakwah Ngalah TV antara lain, camera Canon tipe DSLR 700 D, DSLR 60 D dan perangkat-perangkatnya seperti baterai, tripod, lighting atau lampu pencahayaan, dan clip on. Serta sarana pendukung lainnya seperti computer, koneksi internet, studio, dan berbagai sarana lain juga sangat diperlukan guna mendukung kelancaran berjalannya proses produksi konten program dakwah yang dilakukan oleh tim Ngalah TV.

Dengan tipe kamera yang berbeda dapat menghasilkan siaran yang kurang maksimal, karena sertiap teknologi kamera memiliki spesifikasi yang berbeda. Dalam hal ini dua kamera yang digunakan dalam produksi konten dakwah memiliki tipe yang berbeda, yang mana hal ini akan berdampak pada resolusi gambar yang dihasilkan.

Tidak hanya visual saja yang sangat diperhatikan ternyata dalam hal suara pun juga sangat diperhatikan, terlebih saat proses produksi ini alat untuk suara sudah cukup layak digunakan karna tidak hanya mengahandalkan suara input dari kamera, tapi juga menggunakan microphone yang sesuai standart dan layak digunakan sehingga suara terdengar cukup jernih dan jelas.

3. Biaya Produksi

Dalam sebuah produksi program tentunya diperlukan perencanaan biaya untuk menunjang jalannya sebuah produksi. Oleh karena itu, biaya produksi dapat didasarkan pada dua kemungkinan yaitu:

a. Financial oriented, yaitu perencanaan biaya produksi yang didasarkan pada kemungkinan keuangan yang ada. Kalau keuangan terbatas berarti tuntunan-tuntunan tertentu untuk kebutuhan produksi harus pula dibatasi, missal tidak menggunakan artis yang pembayarannya mahal, konsumsi yang tidak terlalu mewah, dsb.
b. Quality oriented, yaitu perencanaan biaya produksi yang didasarkan atas tuntunan kualitas hasil produksi yang maksimal. Dalam hal ini tidak ada masalah keuangan.

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

Produksi dengan orientasi budget semacam ini biasanya prestige. Produksi yang diharapkan mendatangkan keuntungan besar, baik dari segi nama maupun finansial.

Setelah materi dan sarana sudah dipersiapkan dengan matang, hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan proses produksi konten dakwah Ngalah TV yaitu biaya produksi. Memang tidak akan berjalan dengan lancar jika proses produksi tanpa adanya biaya, akan tetapi untuk tim Ngalah TV tidak membutuhkan niaya yang banyak, hanya dengan biaya yang sangat sedikit sudah cukup untuk proses produksi.

Berdasarkan pengamatan penulis, biaya produksi setiap menjalankan proses produksi konten dakwah Ngalah TV yang dibutuhkan hanya kebutuhan teknis seperti baterai kamera, isolasi, dan konsumsi crew tim Ngalah TV. Sedangkan untuk cameramen, editor, bahkan narasumber tidak mendapatkan fee sama sekali. Tetapi tidak heran juga karna seluruh crew dan pemateri dengan ikhlas mengabdi di Pondok Pesantren Ngalah.

> "untuk biaya crew hanya sebatas konsumsi. Fee pemateri, editor, cameramen, itu tidak ada. Mereka dengan senang hati mengabdi untuk pondok pesantren ngalah. Mungkin biaya lain yang dibutuhkan hanya sebatas baterai buat kamera, kemudian isolasi, dan kebutuhan kecil lain. Jadi tidak membutuhkan biaya yang sangat banyak seperti pada umumnya. (Jawhar/Direktur Ngalah TV)"

Sumber penghasilan Ngalah TV terdiri dari beberapa mama berikut:

- Sponsorship Program

  Pembelian program Ngalah TV dengan durasi 60 menit atau 30 menit untuk diisi dengan iklan
- Income youtube

  Mendapatkan pemasukan yang bersumber dari akun youtube channel Ngalah TV yang disesuaikan dengan jumlah subscriber dan jumlah tayangan video konten Ngalah TV.
- Pengajuan

  Adalah proposal pengajuan kepada atasan dalam hal ini adalah Pondok Pesantren Ngalah yang berada dibawah naungan Yayasan Darut Taqwa.

4. Organisasi Pelaksanaan Produksi

Suatu produksi program televisi melibatkan banyak orang misalnya crew artis dan fungsionaris. Polisi dan apparat setempat dimana lokasi shooting dilaksanakan dan pejabat bersangkut paut dengan masalah perijinan. Sehingga diperlukan suatu organisasi pelaksanaan produksi yang tersusun rapi. Dalam hal ini produser dibantu oleh production

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

manager, ia mendampingi sutradara dalam mengendalikan organisasi. Produser pelaksana membawahi bendahara yang mengatur keuangan. Lalu ada secretariat yang bertugas dan berhubungan dengan surat menyurat, kontrak dan perijinan. Tanggungjawab pelaksanaan dan organisasi yang bersifat dilapangan dipikul oleh bagian yang disebut unit manager. Bidang yang langsung dibawah oleh unit manager, misalnya perijinan, transportasi, konsumsi dan akomodasi. Property, kostum, dan make up.

Organisasi pelaksana produksi Ngalah TV dalam melaksanakan proses produksi konten dakwah tidak terlalu rumit, akan tetapi juga tidak terlalu terstruktur secara rapi. Karna dalam organisasi pelaksanaan tersebut, Ngalah TV hanya menunjuk satu orang untuk menjadi menjadi penanggung jawab satu program acara, kemudian crew yang lain menjadi anggotanya.

> "Untuk organisasi dalam pelaksanaan kita hanya menunjuk satu orang sebagai kordinator, kemudian crew yang lain ikut membantu sebagai anggota. Jadi setiap satu program kita hanya menunjuk satu orang sebagai kordinator dari program masing-masing. (Safrijal/crew Ngalah TV)."

Dalam hal ini Ngalah TV merasa cukup dengan hanya menunjuk satu orang dalam pelaksanaannya. Akan tetapi dengan keterbatasan tersebut, semua program yang dicanangkan oleh Ngalah TV bisa berjalan dengan lancar.

5. Tahap Pelaksanaan Produksi

Suatu produksi program televisi yang melibatkan banyak peralatan, orang dan dengan sendirinya biaya yang besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu suatu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Setiap tahap harus jelas kemajuannya dibandingkan dengan tahap sebelumnya.

Untuk tahapan pelaksanaan produksi yaitu proses produksi yang dikemukakan oleh Freed Wibowo, meliputi proses yang terdiri dari pra produksi, produksi, serta pasca produksi.

PENUTUP

Simpulan

Proses produksi konten program dakwah Ngalah TV melalui beberapa tahapan, yakni pra produksi yang merupakan tahapan awal dari seluruh rangkaian proses produksi konten program dakwah Ngalah TV yaitu merencanakan, memilih, dan menyusun bahan yang akan digunakan untuk proses produksi hingga tahap akhir siap tayang. Proses produksi selanjutnya

P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

yang merupakan tahap berlangsungnya produksi konten program dakwah Ngalah TV, yang mana tim pelaksana langsung menuju ke tempat lokasi yang telah ditentukan untuk mengambil gambar dan proses rekaman sesuai dengan tahap perencanaan awal (pra produksi). kemudian yang terakhir adalah tahap pasca produksi yang merupakan tahapan akhir dari semua proses produksi konten program dakwah Ngalah TV sebelum proses penayangan berlangsung. Dalam tahapan ini tim mengolah bahan mentah hasil dari proses pengambilan gambar dan rekaman yang berupa memori, dalam hal ini editor bertugas untuk memotong dan merangkaikan potongan-potongan tersebut sehingga menjadi produk yang sempurna dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, kemudian siap untuk ditayangkan.

Dengan ketiga tahap proses produksi ini, konten program dakwah Ngalah TV pada dasarnya tidak langsung disuguhkan dan ditayangkan kepada khalayak umum, karena sebelum itu harus melalui proses pemeriksaan dan pengecekan ulang terlebih dahulu apakah konten hasil dari rekaman ini betul-betul siap untuk ditayangkan atau masih ada kekurangan yang perlu diperbaiki atau ditambahkan.

Saran

Tim atau crew pelaksana harus lebih memperhatikan SOP yang telah ada dalam melakukan proses produksi, serta memperhatikan proses produksi yang benar dan organisasi dalam pelaksanaan produksi diharapkan lebih tertata lagi agar lebih terorganisir, sehingga bisa bekerja sesuai dengan tupoksi atau ketentuan pertelevisian, dalam artian lebih professional. Karna dengan adanya organisasi pelaksana yang masih kurang rapi, dan masih ada beberapa tanggungjawab yang dipegang hanya oleh satu orang saja, tentu kurang maksimal dalam pengerjaannya, dan itu bisa berpengaruh pada cara kerja proses produksi.

Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
P-ISSN: 2721-964X / E-ISSN: 2721-9631
Volume 4 Nomor 1 Januari 2023

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Warson Munawir. 1997, *Kamus Al-Munawir* Surabaya: Pustaka Progresif.

Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Deddy, Mulyana. 2016. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Remaja Rosdakrya

Nasrullah, Rulli. 2012, *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber.* Jakarta: Prenada Media Grup.

Nasrullah, Rulli. 2015, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi,* Bandung: Simbiosa Rekama Media

Nur Ahmad. 2014, *Formulasi Karakteristik, Popularitas dan Materi Di Jalan Dakwah*. Jurnal ADDIN.

Nurudin. 2010, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi.* Jurnal Komunikator.

Purwanti, Eneng. 2010, *Manajemen Dakwah dan Aplikasinya Bagi Pengembangan Organisasi Dakwah*. Jurnal Adzikra.

Romli, Asep Syamsul M. 2013, *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis.* Bandung: ASM Romli.

Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Hayati, Umi. 2017. *Nilai-Nilai Dakwah Aktivitas Ibadah Dan Perilaku Sosial,* Inject: *Interdisciplinay Journal Of Communication,* Vol. 2, No. 2, Desember 2017.

Saputra, Wahidin. 2011, *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Syukir, Asmuni. 1983, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam,* Surabaya: Al-Ikhlas.

Rachmat, Kriyantono. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Prenadamedia Group

Wibowo, Freed. 2007, *Teknik Produksi Program Televisi.* Yogyakarta: Pinus Book Publisher

Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1989).

Suparta, Munzier. *Metode Dakwah,* (Jakarta: Kencana, 2003).

Fatty Faiqah, Muh. Najib, Andi Subhan Amir, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram,* (Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No. 2, Desember 2016).

Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, Fairus, *Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh,* (Jurnal: *Communication*, Vol. 11 No. 1, April 2020).

Ibnu Hajar, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar,* (Jurnal Al-Khitabah, Vol. V, No. 2, November 2018).

Budi Setiawan, *Analisis Manajemen Produksi Program Talkshow Redaksi 8 Di Stasiun Tepian TV,* (Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4, No. 3, 2016).