

## **Memahami Fungsi Manajemen Produksi Siaran Dakwah**

Erwan Effendy, Fadly Ardiansyah Nst, Ade Laili Rahmi  
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sumatera Utara  
[adelailirahmi5@gmail.com](mailto:adelailirahmi5@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This research was written with the aim of knowing what the function of broadcast production management is in da'wah. The results of the study show that management comes from the word to manage which means to manage, manage. Production management is all activities to run, organize and manage and utilize all available resources effectively and efficiently so as to produce goods or services at optimum cost to increase the increase in resources. Production management of da'wah broadcasts is an activity of organizing, coordinating, and managing da'wah messages so that the da'wah process can run well. There are 4 broadcast production management functions in da'wah namely planning, organizing, directing and supervising.*

**Keywords: Production management function, da'wah broadcast**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dituliskan dengan tujuan untuk mengetahui apa fungsi manajemen produksi siaran dalam dakwah. Hasil penelitian bahwasanya Manajemen berasal dari kata to manage yang artinya mengatur, mengelola. Manajemen produksi adalah seluruh kegiatan untuk menjalankan, mengatur dan mengelola serta memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan suatu barang atau jasa dengan biaya optimum untuk meningkatkan peningkatan sumber daya. manajemen produksi siaran dakwah yaitu suatu kegiatan mengatur, mengkoordinasikan, dan mengelola pesan- pesan dakwah sehingga proses dakwah tersebut dapat berjalan dengan baik. Terdapat 4 fungsi manajemen produksi siaran dalam dakwah yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

**Kata Kunci : Fungsi Manajemen produksi, siaran dakwah**

## **PENDAHULUAN**

Dakwah ialah aktivitas mengajak masyarakat kejalan yang benar dan menjauhkan dari perbuatan yang tercela. kegiatan dakwah ini mampu dilakukan seseorang dengan berbagai macam cara, yaitu melalui lisan, perbuatan dan tulisan yang mampu menyebarkan ajaran agama serta bisa diterima oleh masyarakat.

Menurut Herjanto (2008:20), manajemen produksi merupakan suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif memakai fungsi manajemen buat mengintegrasikan banyak sekali asal daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Alasan pentingnya manajemen produksi merupakan dikarenakan sebagian besar aktiva perusahaan biasanya tertanam pada aktivitas produksi khususnya persediaan. serta sebagian besar juga sumber daya manusia (sdm) berada pada departemen produksi ini, dan aktivitas produksi itu merupakan aktivitas primer pada suatu perusahaan.

Mengelola lembaga penyiaran dakwah tak sama dengan mengelola sebuah perusahaan pada umumnya. pada perusahaan media penyiaran, seorang manajer umum (General Manager) bertanggung jawab kepada pemilik atau komisaris perusahaan. ia bisa mengkoordinasikan serta menjalankan segala sumber daya yang terdapat pada dalam perusahaan. dalam menjalankan tugasnya, ia mempunyai fungsi sebagai berikut: a. perencanaan, perencanaan merupakan pemilihan sekumpulan aktivitas serta menetapkan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Perencanaan yang baik bisa dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di saat yang akan datang ketika perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dirancang. b. Pengorganisasian, adalah proses penyusunan struktur organisasi yang sinkron dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki serta lingkungan yang melingkupinya. 2 aspek utama proses penyusunan struktur organisasi merupakan departementalisasi dan pembagian kerja. c. Pengarahan/directing, Fungsi mengarahkan dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melakukan tanggung jawab mereka secara efektif. d.pengawasan/controlling, adalah proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan telah tercapai atau belum.

dengan adanya fungsi manajemen ini pada siaran dakwah bisa membuat produksi siaran dakwah bisa tersusun dengan baik sehingga dakwah ini dapat mencapai tujuannya.

## **PEMBAHASAN**

## **A. Pengertian Manajemen Produksi Siaran Dakwah**

Manajemen dari asal kata to manage yang ialah mengatur. Pengaturan dilaksanakan melalui proses serta diatur sesuai tahapan- tahapan dari fungsi-fungsi manajemen. (Melayu, 2016) Manajemen memegang peranan yang sangat penting pada kelangsungan hidup suatu usaha, baik usaha yang berskala kecil, sedang dan besar. Perusahaan yang tak menerapkan manajemen ini akan mengakibatkan kesulitan dalam mencapai tujuannya. Manajemen adalah seni dalam menuntaskan suatu persoalan melalui orang lain. Pemikiran manajemen dipergunakan untuk mengatur aktivitas produksi, aktivitas pemasaran barang dan menjaga hubungan baik antara Produsen dan karyawan. Kegiatan produksi ialah aktivitas mengolah masukan dalam proses menggunakan menggunakan metode tertentu untuk membuat keluaran yang ditentukan sebelumnya, baik berupa barang maupun jasa. Definisi tersebut mengandung arti bahwa manajer untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tujuan yang mungkin dibutuhkan, atau berarti dengan tak melakukan tugas-tugas itu sendiri (Handoko, 2003). Ada beberapa alasan mengapa manajemen itu penting, yaitu:

- a. Pekerjaan itu berat dan sulit untuk dikerjakan sendiri, sehingga diperlukan pembagian kerja, tugas, serta tanggung jawab dalam penyelesaiannya.
- b. Perusahaan akan bisa berhasil baik, Jika manajemen diterapkan dengan baik pula.
- c. Manajemen yang baik akan meningkatkan daya guna dan hasil guna seluruh potensi yang dimiliki.
- d. Manajemen yang baik akan mengurangi pemborosan-pemborosan.

Produksi merupakan setiap bentuk kegiatan yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambah dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh Allah SWT sehingga menjadi masalah, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Melalui kegiatan operasi/produksi, segala sumber daya masukan diintegrasikan untuk membuat pengeluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang didapatkan bisa berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. aktivitas operasi/produksi adalah kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan (Ahmad, 2008).

Manajemen produksi ialah serangkaian kegiatan atau aktivitas untuk menciptakan, mengkoordinasi, mengatur serta mengelola operasional sistem menggunakan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki (tenaga kerja, alat-alat, mesin, tanah, bangunan, bahan baku serta modal) secara

efektif dan efisien sehingga menghasilkan suatu barang atau jasa dengan biaya optimum untuk menaikkan laba perusahaan. Manajemen produksi ialah salah satu dari fungsi utama perusahaan di samping manajemen pemasaran, manajemen personalia, manajemen keuangan dan akuntansi. Adapun tujuan manajemen produksi dan operasi merupakan pencapaian produktivitas yang tinggi pada aktivitas produksi (Sofjan, 2008).

menurut Eddy Herjanto, manajemen operasi/produksi sebagai suatu proses yang berkesinambungan serta efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Efektif, berarti segala pekerjaan harus dapat dilakukan secara tepat dan sebaik-baiknya, dan mencapai hasil sesuai dengan yg dibutuhkan. Aktivitas manajemen operasi/produksi memerlukan pengetahuan yang luas karena mencakup berbagai fungsi manajemen mirip perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian. dalam pelaksanaannya, berbagai sumber daya seperti manusia, material, modal, mesin, manajemen atau metode, energi, dan informasi diintegrasikan untuk membentuk barang atau jasa. Integrasi adalah penggabungan dua atau lebih sumber daya dalam berbagai kombinasi yang terbaik. Selain itu, manajemen produksi juga dituntut untuk memiliki kemampuan bekerja secara efisien agar dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan memperkecil limbah. aktivitas manajemen produksi memiliki tujuan, yaitu menghasilkan suatu produk sesuai dengan apa yang sudah direncanakan (Suyadi, 2001).

Secara sederhana, menurut Kosasih, (2012) sebuah aktivitas operasi atau proses produksi dalam sebuah organisasi baik manufaktur maupun jasa mempunyai dua unsur mendasar yaitu:

1. syarat penting, merupakan dalam menjalankan sebuah proses atau kegiatan operasi harus bersungguh-sungguh melakukan proses transformasinya dari bentuk bahan menjadi bentuk produk jadi, dihindarkan terjadinya penyimpangan dan kesalahan sebab sebuah proses yg dijalankan bermuara pada satu tujuan yaitu pemenuhan kebutuhan dasar manusia atau konsumen. Proses transformasi bisa berbentuk nyata (tangible) dan bisa berbentuk tidak nyata (intangible), tangible berarti produk bisa terlihat dengan jelas, bisa dipindah, dimiliki dan disimpan, sedangkan intangible berarti kebalikannya, tak terlihat tetapi mampu dirasakan manfaatnya, tetapi tidak bisa dimiliki, tidak bisa disimpan.
2. Syarat relatif, melalui kegiatan operasi akan tercipta sebuah nilai tambah pada obyek yang di transformasi, maksudnya ialah sebelum serta selesainya transformasi dilakukan, perbedaan

dapat diukur dan diketahui dengan jelas, perbedaan yg muncul dan bisa memberikan nilai tambah pada obyek tersebut kita namakan syarat cukup. Manajemen produksi tak hanya menyangkut pemrosesan berbagai barang (manufacturing) saja, namun juga menyangkut dalam bidang jasa. pada hakikatnya, manajemen produksi ialah suatu sistem yang bisa mengganti masukan masukan sumber daya menjadi barang dan jasa yang lebih optimal dan bermanfaat.

Berikut adalah beberapa pengertian serta definisi manajemen produksi dari beberapa sumber buku:

1. Menurut Assauri (2008:12), manajemen produksi merupakan aktivitas yang mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan efisien untuk membangun dan menambah kegunaan (utility) sesuatu barang atau jasa.
2. Menurut Handoko (2000:3), manajemen produksi artinya usaha pengelolaan secara optimal, penggunaan sumber daya-sumber daya (atau acapkali disebut faktorfaktor produksi), tenaga kerja, mesin-mesin, alat-alat, bahan mentah dan sebagainya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa.
3. menurut Heizer dan Render (2004:4), manajemen produksi ialah serangkaian aktivitas yang membentuk barang dan jasa melalui perubahan dari masukan menjadi keluaran yang berlangsung disemua organisasi.
4. Menurut Herjanto (2008:20), manajemen produksi merupakan suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan.

Alasan pentingnya manajemen produksi artinya dikarenakan sebagian besar aktiva perusahaan biasanya tertanam dalam kegiatan produksi khususnya persediaan dan sebagian besar juga sumber daya manusia (sdm) berada dalam departemen produksi ini, serta kegiatan produksi itumerupakan kegiatan utama pada suatu perusahaan (Putu, 2018).

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dakwah menurut Syekh Ali Mahfuz ialah kegiatan mendorong manusia untyk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, menyeruh mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. (Erwan, 2021)

Maka dapat disimpulkan bawasanya manajemen produksi siaran dakwah yaitu suatu kegiatan mengatur, mengkoordinasikan, dan mengelola pesan-pesan dakwah sehingga proses dakwah tersebut dapat berjalan dengan baik.

## **B. Fungsi Manajemen Produksi Dalam Siaran Dakwah**

Secara umum fungsi produksi terkait dengan pertanggung jawaban dalam pengolahan dan pentransformasian masukan (input) menjadi keluaran (output) berupa barang atau jasa yang akan memberikan hasil pendapat bagi perusahaan. pelaksanaan fungsi tersebut dibutuhkan serangkaian aktivitas yang ialah keterkaitan dan menyatu serta menyeluruh menjadi suatu sistem. Berbagai kegiatan yang berkaitan dengan fungsi produksi ini dilaksanakan oleh beberapa bagian yang terdapat pada suatu perusahaan, baik itu perusahaan besar ataupun perusahaan kecil. Adapun penerapan fungsi-fungsi manajemen produksi antara lain ialah sebagai berikut:

### 1. Fungsi perencanaan (planning).

Dalam fungsi perencanaan, manajer produksi menentukan tujuan dari subsistem produksi dari organisasi dan mengembangkan program, kebijaksanaan dan prosedur yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu. Perencanaan produksi ialah proses pengambilan keputusan mengenai produk apa yang akan dibuat, di mana, kapan, dan bagaimana produk tersebut akan dilakukan. Tahap ini mencakup penentuan peranan dan fokus dari produksi termasuk perencanaan produk, perencanaan fasilitas dan perencanaan penggunaan sumber daya produksi (Eddy, 2008).

Perencanaan memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan tujuan-tujuan itu sendiri, agar tujuan itu dapat diintegrasikan, dan pengawasan. Dengan adanya tujuan tersebut dapatlah kemudian diletakkan kebijaksanaan-kebijaksanaan dasar. Misalnya untuk penyediaan bahan mentak diletakkan kebijaksanaan pembelian/pemesanan, penyimpanan, pembelanjannya. Dalam hal proses produksi, diletakkan kebijaksanaan dasar pemanfaatan fasilitas produksi, jam kerja, penggunaan bahan, dan sebagainya. Dalam hal kualitas, diletakkan kebijaksanaan dasar tentang pengawasan yaitu metodenya, kapan dilakukan pengawasan, dengan apa dan sebagainya.

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan sarana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya. Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan

memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi diwaktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang akan diputuskan, akan diputuskan serta priode priode sekarang pada saat rencana dibuat.

Pada tahapan perencanaan, maka menentukan penyiar yang akan ditempatkan pada program siaran dakwah. Penyiar yang dipilih adalah penyiar yang memiliki wawasan keislaman yang baik dan mampu membawakan program siaran dakwah, baik yang berbentuk talk show atau infotainment. pada tahapan ini, acara siaran dakwah dikonsultasikan dengan station manager yang juga sebagai sales-marketing dakwah. Konsultasi antara program director dengan sales-marketing dilakukan supaya program siaran yang sudah disusun bisa dipasarkan pada para pemasang iklan. menurut Morissan, kerjasama antara bagian program dengan bagian pemasaran dalam merencanakan acara siaran penting dilakukan demi laba perusahaan media penyiaran.

## 2. Fungsi pengorganisasian (organizing)

Dalam fungsi pengorganisasian, manajer produksi menentukan struktur individu, grub, seksi, bagian, divisi, atau departemen dalam subsistem produksi untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer produksi juga memilih kebutuhan sumber daya yang diharapkan untuk mencapai tujuan produksi dan mengatur wewenang serta tanggung jawab yang dibutuhkan dalam melaksanakannya. Pengorganisasian adalah proses penyusunan struktur organisasi yang sinkron dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. dua aspek utama proses penyusunan organisasi ialah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi adalah pengelompokan kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan bisa dikerjakan bersama. Hal ini tercermin di struktur organisasi dan tampak atau ditunjukkan oleh suatu bagian organisasi. dalam melakukan siaran dakwah maka organisasi ini yaitu seperti terdapat bagian kameramen, kelompok editing, dan lain- lain. Pengorganisasian ini sudah sesuai dengan job masing-masing semua program telah dipegang oleh masing-masing bagian sesuai dengan struktur organisasi yang ada. Pengorganisasian dalam penyiaran (broadcasting) semua program siaran dakwah berlangsung pada divisi programmer dan staf-staf yang ada di bawahnya, yaitu koordinator traffic, koordinator produksi dan koordinator properti. Pengorganisasian penyiaran dakwah ini telah memenuhi asas fungsional, hal ini dapat dilihat dalam job diskripsi

tersebut diatas sebagai contoh: pembagian tugas (job) antara divisi programmer, administrasi dan marketing masing-masing telah memiliki nilai guna yang berbeda-beda. Programmer memerankan fungsi sebagai pelaksana terhadap keseluruhan konsep program, sebagaimana digariskan oleh dewan redaksi, administrasi memerankan fungsi pengaturan administrasi perusahaan dan personalia yang meliputi inventarisasi, peralatan serta keuangan perusahaan, sedang divisi marketing memerankan fungsi pembinaan hubungan baik dengan pihak luar, yaitu setiap program acara terdapat beberapa bagian yang mempunyai tugas masing-masing sesuai dengan apa yang sudah ditentukan dari tahap awal perencanaan dan semuanya itu harus dipertanggungjawabkan secara maksimal.

### 3. Fungsi penggerakan (actuating)

Dalam fungsi penggerakan dilaksanakan dengan memimpin, mengawasi serta memotivasi karyawan untuk melaksanakan tugasnya selama proses produksi berlangsung. Program dan organisasi yang efektif saja belum cukup menjamin bahwa pekerjaan-pekerjaan bisa dilaksanakan dengan baik. Instruksi-instruksi perlu didasari sesuatu supaya segera dilaksanakan. Sesuatu yang dimaksud ialah motivasi. Motivasi bisa bersifat moneter yaitu berupa upah, gaji, dan insentif lain. bisa pula bersifat nonmoneter seperti pujian atas hasil kerja/produk yang dihasilkan, pemberian bantuan cara kerja modern, pemberian kesempatan berpartisipasi, mengemukakan ide-ide produk baru, dan lain-lain (Buchari, 2013).

Dalam pelaksanaan penyiaran dakwah dan penyiaran-penyiaran lainnya fungsi penggerakan banyak dilakukan pimpinan-pimpinan dalam tiap divisi, dalam penggerakan untuk mencapai optimalisasi kerja.

### 4. Fungsi pengendalian (controlling)

Dalam fungsi pengendalian atau pengawasan dilakukan dengan mengembangkan standar dan jaringan komunikasi yang dibutuhkan agar pengorganisasian dan penggerakan sesuai dengan yang direncanakan serta mencapai tujuan. seperti yang diketahui perencanaan adalah standar untuk pengawasan, organisasi produksi berfungsi sebagai wadah pelaksana tugas, pengarahan/penggerakan merupakan segi memulai aktivitas, dan pengendalian/pengawasan mengatur supaya kegiatan-kegiatan produksi sesuai dengan yang direncanakan. Tujuan pengawasan produksi adalah menjaga kelancaran pekerjaan dari bahan baku hingga barang jadi, sehingga bisa diselesaikan dalam tempo sesingkat mungkin dan biaya serendah

mungkin. Ini membutuhkan koordinasi dari berbagai faktor yang masuk ke proses produksi, material, mesin, tenaga kerja, dan metode.

Terdapat banyak sebutan untuk fungsi pengawasan diantaranya penilaian, evaluasi, dan perbaikan. Namun sebutan pengawasan lebih banyak digunakan sebab lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif. Pengawasan adalah proses untuk mengawasi apakah tujuan-tujuan organisasi atau pengawasan sudah tercapai atau belum.

Pengawasan dan evaluasi acara siaran dilakukan untuk mengetahui sejauh mana planning dan tujuan sudah dicapai oleh stasiun penyiaran. kegiatan evaluasi secara periodik bisa dilakukan untuk mengetahui capaian kinerja departemen acara. pada tahap ini, bisa dibandingkan juga kinerja yang direncanakan dengan kinerja capaian. Langkah-langkah perbaikan perlu dilakukan jika kedua kinerja ini tak sama. Hal-hal yang paling seringkali dibahas dalam evaluasi dan dilakukan perbaikan-perbaikan ialah ketepatan waktu pemutaran azan maghrib pada acara Khazanah Islam dan Opus, dan narasumber serta penyiar yang belum menerapkan gaya dialog dalam siaran dakwahnya.

Menurut Pringle, terdapat beberapa hal yang mesti dilakukan oleh manajer acara dalam hal pengawasan program, yaitu mempersiapkan standar program, mengawasi semua isi program agar sesuai dengan standar dan hukum perundangan yang berlaku, memelihara catatan program yang disiarkan, mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program, memastikan stasiun patuh pada kontrak yang sudah disepakati dengan para pemasok program, lembaga lisensi lagu, serta lainnya, dan memastikan biaya acara tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan (Talalu, 2020).

Tahap evaluasi meliputi evaluasi waktu yaitu misalnya kita adakan satu minggu sekali evaluasi program di masing-masing bagian, evaluasi sumber daya manusianya, kualitas siarannya sampai tahap evaluasi satu bulan sekali dan evaluasi secara menyeluruh satu tahun penuh yang dilakukan pada saat akhir tahun. Sedangkan untuk pengawasan bisa dilakukan dua tahap, tahap pertama yaitu, sebelum atau saat program acara dimulai, tahap kedua yaitu, setelah program acara selesai.

Dalam perusahaan media penyiaran, seorang manajer umum (General Manager) bertanggung jawab pada pemilik atau komisaris perusahaan. ia mengkoordinasikan dan menjalankan segala sumber daya yang ada di dalam

perusahaan. dalam menjalankan tugasnya, beliau mempunyai fungsi sebagai berikut:

## 1. Perencanaan/planning

Perencanaan merupakan pemilihansejumlah kegiatan dan menetapkan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa. Perencanaan yang baik bisa dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di saat yang akan datang saat perencanaan serta kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, dan periode ini pada saat rencana dirancang. dalam menjalankan perencanaan tersebut ada kegiatan yang harus dilakukan seperti Segmentating, Targetting, Positioning, Formatting, dan Programming. Penentuan format media penyiaran dilakukan menggunakan strategi (S-T-P-FP) Segmentating, Targetting, Positioning, Formatting, dan Programming yang disusun melalui visi dan misi. Visi dan misi tersebut sebagai personalitas siaran dan tergambar dalam tagline media penyiaran/televisei.

### a. Positioning

Positioning merupakan tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan tidak sama dalam benak sasarannya. Rhenald Kasali mendefinisikan positioning menjadi strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen supaya produk atau merek atau nama kita mengandung arti tertentu yang pada beberapa segi mencerminkan keunggulan, terhadap produk atau merek nama lain dalam bentuk hubungan asosiatif. sementara Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa positioning ialah bagaimana cara suatu produk didefenisikan oleh konsumen melalui sifat pentingnya, tempat dibenak konsumen yang dimiliki oleh produk tersebut relatif terhadap produk pesaingnya. Sedangkan positioning menurut Sutisna ialah cara pemasar untuk menanamkan citra, persepsi dan khayalan atas produk yang ditawarkan pada konsumen melalui proses komunikasi.

### b. Segmentasi

Segmentasi merupakan pemilahan khalayak potensial berdasar segmen- segmentertentu sebagai upaya untuk membantu pemrograman agar mengetahui kebutuhan-kebutuhan penonton, sehingga media penyiaran bisa mengeksplorasi kreativitas serta membentuk acara semenarik mungkin. Untuk membentuk segmentasi dan menentukan khalayak/audience, sama halnya dengan menentukan pasar yang ingindijadikan konsumen, adapun dasar-dasar untuk membentuk segmentasi pasar konsumen, menurut Kotler adalah sebagai berikut:

# **Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies**

Volume 2 Nomor 2 (2023) 147-164 E-ISSN 2962-231X

DOI: 10.56672/alwasathiyah.v2i2.88

1. Segmentasi geografis, yaitu segmentasi yang mengharuskan pembagian pasar menjadi unit- unit geografis yang tidak sama seperti negara, negara bagian,

wilayah, provinsi, kota atau lingkungan rumah tangga. Perusahaan bisa beroperasi di seluruh daerah geografis, namun lebih memperhatikan perbedaan kebutuhan dan harapan yang terdapat dalam segmen tersebut.

2. Segmentasi demografis, yaitu segmentasi yang dilakukan dengan cara membagi pasar menjadi kelompok sesuai variabel-variabel demografis, seperti usia, keluarga, jenis kelamin, penghasilan, kepercayaan, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel demografis ini adalah dasar yang paling banyak digunakan dalam membentuk kelompok pelanggan, sebab variabel ini sangat berhubungan dengan preferensi serta taraf pemakaian.
3. Segmentasi psikografis, yaitu segmentasi yang mengelompokkan pembeli tidak sama sesuai gaya hidup atau kepribadian akan nilai.
4. Segmentasi perilaku, yaitu segmentasi yang membagi khalayak menjadi kelompok sesuai pengetahuan, perilaku, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu produk.

Segmentasi akan membangun suatu persepsi bahwa televisi mempunyai satu ruang publik khusus serta membangun satu ruang yang interaktif sehingga semakin besar kemungkinan mempermudah memenuhi kebutuhan segmentasi yang memperkuat arah positioning.

a. Targeting

Targeting ialah pemilihan khalayak pendengar yang sebagai target dan bagaimana media memilih klien dari media penyiaran supaya bisa bekerjasama dalam hal apapun. Hal ini menjelaskan bahwa media penyiaran mempunyai dua targeting yaitu audience (khalayak) dan klien (pengiklan). Targeting terhadap pengiklan selanjutnya menjadi pertimbangan khusus dalam hal kemajuan media penyiaran, khususnya problem financial sebuah stasiun televisi, hal ini pula mengacu pada pendapat Clancy dan Shumman bahwa media penyiaran harus memenuhi kriteria untuk mendapatkan target pengiklan bahwa target iklan sebagai satu hal penting dalam targeting karena mereka akan memikirkan media paling tepat untuk memasarkan produknya. Jika audiens sasaran tepat, maka pemasang iklan dapat dengan tepat untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya.

b. Formating

Format yaitu bentuk acara yang disesuaikan dengan positioning dan segmentasi. Formating artinya penetapan format siaran yang sekaligus menjadi ciri-ciri yang ialah image untuk membedakan media penyiaran yang satu dan yang lain. identitas atau image yang dimiliki ini akan memilih jua positioning yang dijalankan media penyiaran. Format stasiun diwujudkan pada bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, buat siapa, serta bagaimana sebuah siaran dikomunikasikan kepada audiens. menurut Lewis B. O'Donnel format stasiun lebih dari sekedar musik. beliau juga melingkupi produksi siaran, personalitas siaran, serta acara siaran. dalam sudut pandang pemasaran, format stasiun ialah penempatan posisi media penyiaran untuk membidik audiens. dengan adanya format siaran, masing-masing stasiun akan mempunyai karakteristik acara siaran yang khas, sehingga akan melahirkan kepribadian dan stasiun yang bersangkutan. Melalui acara siaran, akan terbangung dalam benak pendengar citra dari sebuah media penyiaran, dalam hal ini akan menciptakan jalinan kesetiaan antara audiens serta stasiun itu jika ada kesesuaian antara citra stasiun dengan kesukaan dan kesamaan penonton. Tujuan penentuan format merupakan untuk memenuhi target khalayak secara khusus dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media penyiaran lain pada suatu lokasi siaran. Format stasiun lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran dampak maraknya persaingan antar media penyiaran.

### c. Programming

Program dapat dianalogikan menggunakan produk atau barang (goods) atau pelayanan (services) yang dijual pada pihak lain, dalam hal ini audiens serta pemasang iklan. program ialah produk yang diperlukan orang sehingga bersedia mengikutinya. program yang baik akan mendapatkan penonton yg lebih besar , sedangkan acara yang buruk tak akan mendapatkan penonton. Pemograman memainkan peranan yang sangat penting pada media penyiaran. Format televisi bisa menjadi karakteristik yang bersangkutan. Secara langsung format akan menentukan khalayaknya. Format stasiun akan dijabarkan melalui acara siaran. Penentuan format acara siaran didasari pada segmen khalayak. menggunakan target yang jelas akan

memungkinkan acara lebih terarah serta menarik sehingga akan memiliki nilai jual yang tinggi. acara yang disiarkan televisi pada umumnya memiliki beberapa jenis dan bentuk program siaran seperti: acara musik/hiburan, acara news/berita, acara talkshow, program keagamaan, drama, sinetron, film dan sebagainya. Rangkaian program yang menarik akan diformulasikan ke dalam acara yang mencakup waktu pagi, siang, sore, serta malam, bahkan dini hari. Acara tersebut ialah suatu rangkaian yang dikemas dalam satu format.

## 2. Pengorganisasian/organizing

Pengorganisasian adalah proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi merupakan departementalisasi dan pembagian kerja.

## 3. Pengarahan/directing

Fungsi mengarahkan dan menyampaikan pengaruh atau memengaruhi tertuju di upaya untuk merangsang antusiasme karyawan dalam melakukan tanggung jawab mereka secara efektif.

## 4. Pengawasan/controlling

Pengawasan adalah proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan telah tercapai atau belum. menurut Robert J. Mockler pengawasan manajemen ialah suatu usaha sistematis untuk memutuskan standar aplikasi dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem berita umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan dan mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa seluruh sumber daya perusahaan digunakan menggunakan cara paling efektif dan efisien pada pencapaian tujuan perusahaan (Mochammad, 2019).

### C. Kegiatan Manajemen Produksi pada Siaran Dakwah

Manajemen produksi adalah pelaksanaan kegiatan-aktivitas manajerial yang terdiri dari pemilihan, perancangan, pembaharuan, pengoperasian dan pengawasan sistem-sistem produktif. dari Handoko (2000:24), ada lima kegiatan manajemen produksi serta operasi, yaitu:

1. Pemilihan. Keputusan strategik yang menyangkut pemilihan proses melalui berbagai barang atau jasa akan diproduksi atau disediakan.

2. Perancangan. Keputusan-keputusan taktikal yang menyangkut kreasi metode-metode pelaksanaan suatu operasi produktif.
3. Pengoperasian. Keputusan-keputusan perencanaan taraf keluaran jangka panjang atau dasar forecast permintaan serta keputusan-keputusan scheduling pekerjaan serta pengaplikasian karyawan jangka pendek.
4. Pengawasan. prosedur-prosedur yang menyangkut pengambilan tindakan korektif dalam operasi-operasi produksi barang atau persediaan jasa.
5. Pembaharuan. Implementasi perbaikan yang dalam sistem produksi.

## **PENUTUP**

Manajemen dari asal kata to manage yang ialah mengatur. Produksi merupakan setiap bentuk kegiatan yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambah dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh Allah SWT sehingga menjadi masalah, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dakwah menurut Syekh Ali Mahfuz ialah kegiatan mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, menyeruh mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Jadi, manajemen produksi siaran dakwah yaitu suatu kegiatan mengatur, mengkoordinasikan, dan mengelola pesan-pesan dakwah sehingga proses dakwah tersebut dapat berjalan dengan baik.

Adapun 4 penerapan fungsi-fungsi manajemen produksi antara lain ialah sebagai berikut:

1. Fungsi perencanaan (planning). Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan sarana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya. Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi diwaktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang akan diputuskan, akan diputuskan serta priode priode sekarang pada saat rencana dibuat.

# **Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies**

Volume 2 Nomor 2 (2023) 147-164 E-ISSN 2962-231X

DOI: 10.56672/alwasathiyah.v2i2.88

2. Fungsi pengorganisasian, manajer produksi menentukan struktur individu, grup,

seksi, bagian, divisi, atau departemen dalam subsistem produksi untuk mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian ini sudah sesuai dengan job masing-masing semua program telah dipegang oleh masing-masing bagian sesuai dengan struktur organisasi yang ada. Pengorganisasian dalam penyiaran (broadcasting) semua program siaran dakwah berlangsung pada divisi programmer dan staf-staf yang ada di bawahnya, yaitu koordinator traffic, koordinator produksi dan koordinator properti.

3. Fungsi penggerakan, dilaksanakan dengan memimpin, mengawasi serta memotivasi karyawan untuk melaksanakan tugasnya selama proses produksi berlangsung. Dalam pelaksanaan penyiaran dakwah dan penyiaran-penyiaran lainnya fungsi penggerakan banyak dilakukan pimpinan-pimpinan dalam tiap divisi, dalam penggerakan untuk mencapai optimalisasi kerja.
4. Fungsi pengendalian, dilakukan dengan mengembangkan standar dan jaringan komunikasi yang dibutuhkan agar pengorganisasian dan penggerakan sesuai dengan yang direncanakan serta mencapai tujuan. Tahap evaluasi meliputi evaluasi waktu yaitu misalnya kita adakan satu minggu sekali evaluasi program di masing-masing bagian, evaluasi sumber daya manusianya, kualitas siarannya sampai tahap evaluasi satu bulan sekali dan evaluasi secara menyeluruh satu tahun penuh yang dilakukan pada saat akhir tahun. Sedangkan untuk pengawasan bisa dilakukan dua tahap, tahap pertama yaitu, sebelum atau saat program acara dimulai, tahap kedua yaitu, setelah program acara selesai.

Ada 5 kegiatan manajemen produksi serta operasi, yaitu: Pemilihan, perancangan, pengoperasian, pengawasan, dan pembaharuan.

## DAFTAR PUSATAKA

- Ahmad Ibrahim Abu Sinn. *MANAJEMEN SYARIAH-SEBUAH KAJIAN HISTORIS DAN KONTEMPORER* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008).hal 218
- Buchari Alma, *PENGANTAR BISNIS* (Bandung: Alfabeta, 2013).hal 238
- Eddy Herjanto. *MANAJEMEN OPERASI EDISI KETIGA* (Jakarta: Grasindo, 2008).hal 4
- Malayu S.P. Hasibuan. *MANAJEMEN: DASAR, PENGERTIAN, DAN MASALAH. EDISI REVISI*, Cet. 12 (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016).hal 1
- Mochammad Dawud. 2019. *MENERAPKAN MANAJEMEN STRATEGI PENYIARAN UNTUK PENYIARAN DAKWAH*. Jurnal Al- Hikmah.

# Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies

Volume 2 Nomor 2 (2023) 147-164 E-ISSN 2962-231X

DOI: 10.56672/alwasathiyah.v2i2.88

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://media.neliti.com/media/publications/345872-penerapan-manajemen-strategi-penyiaran-d-834844ca.pdf&ved=2ahUKEwjQ8dzVl-r7AhVw-nMBHYgtB3AQFnoECBAQAQ&usg=AOvVaw217IblSuCj3KQ2QXdeNH4D>. Vol, 17 No. 1.hal 119/ diakses pada tanggal 5 Desember 2022 pukul 12:00

Sofjan Assauri.*MANAJEMEN PRODUKSI DAN OPERASI* (Jakarta: LPFE Universitas Indonesia, 2008).hal 12

Suyadi Prawirosentono.*MANAJEMEN OPERASI, ANALISIS DAN STUDI KASUS. EDISI KETIGA* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hal 1.

T.Hani Handoko.*MANAJEMEN* (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2003).hal 8

Taufik R. Talalu.2020.*PRODUKSI PROGRAM SIARAN DAKWAH RADIO*.Jurnal Farabi.

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/download/1858/1073&ved=2ahUKEwiH6Zbhmer7AhWj2nMBHQi-AugQFnoECAsQAQ&usg=AOvVaw0ngYlRkqQCjskp30YYQaDA>. Volume 17 Nomor 2.hal 158/ diakses pada tanggal 5 Desember 2022 pukul 12:30

Putu Artaya, SE., MM.,*DASAR DASAR MANAJEMEN*(Surabaya: Narotama University Press, 2018).hal 10