

## **Produksi Program Acara “Berkah Islami” di Kompas TV Jawa Tengah (Produser)**

### **Setiarama**

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro  
Email : [Setiarama1997@gmail.com](mailto:Setiarama1997@gmail.com)

#### **Abstrak**

Televisi merupakan media yang hingga saat ini masih banyak digunakan untuk memperoleh informasi maupun hiburan oleh masyarakat. Karena kemudahannya dalam diakses, semua kalangan pun bisa menikmati tayangan televisi. Salah satu tayangan yang masih banyak diminati adalah program religi. Untuk itu, penulis bersama tim membuat program religi yang bisa menjadi alternatif pilihan masyarakat, yaitu “Berkah Islami”. Produser bertugas untuk menentukan tema, memilih tim produksi dan tim marketing, menyusun jadwal produksi, mencari sponsor, memasarkan program kepada penonton, hingga menghubungi berbagai pihak selama proses produksi. Program Berkah Islami tayang di Kompas TV Jawa Tengah setiap hari Minggu pukul 05.00 WIB. tayang selama 30 menit, Berkah Islami membahas mengenai adab dan sunnah yang dilakukan sehari-hari. Pertama kali mengudara pada 1 September 2019 hingga 24 November 2019.

*Kata Kunci : Produser, Program TV, Religi Islami, Kompas TV Jawa Tengah, Karya Bidang*

#### **Abstract**

Television is a medium that is still widely used to obtain information and entertainment by the public. Because of its ease of access, all people can enjoy television shows. One program that is still in high demand is the religious program. For that reason, the writer and the team created a religious program that could be an alternative choice for the community, namely “Berkah Islami”. The producer is in charge of determining the theme, selecting the production team and marketing team, arranging the production schedule, finding sponsors, marketing the program to the audience, and contacting various stockholder during the production process. The Berkah Islami program airs on Kompas TV Jawa Tengah every Sunday at 05.00 AM. Aired for 30 minutes, Berkah Islami discusses about the manners and sunnah that is done everyday. First aired from 1 September 2019 to 24 November 2019.

*Keywords : Producer, Islamic Religion Program, TV Program*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada saat ini media mainstream masih menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi maupun hiburan. Walaupun internet sudah hampir menjangkau seluruh kalangan dan elemen masyarakat, namun radio, koran, dan televisi masih memiliki penggemarnya tersendiri. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan lembaga survey Nielsen mengenai konsumsi video online di Indonesia.

*“Berdasarkan survey Nielsen Consumer Media View yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi Televisi masih memimpin dengan 96 persen disusul dengan Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Koran (7%), Tabloid dan Majalah (3%)”* (Mila Lubis, 2017).

Penelitian tersebut membuktikan bahwa faktanya televisi masih menjadi media yang banyak digunakan masyarakat Indonesia, salah satu penyebabnya karena mudah diakses. Televisi pun hadir dengan beragam konten menarik yang semakin berkembang serta kualitas konten yang semakin bersaing di industri pertelevisian Indonesia.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan kepada 50 responden di Jawa Tengah, diperoleh hasil bahwa tingkat pengaplikasian adab dan sunah Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka dari skala 1 hingga 10 menunjukkan sebanyak 44% responden yang mengisi skala di atas 5. Namun di sisi lain juga masih banyak responden yang belum konsisten menjalankan adab dan sunah Islam dalam keseharian, yakni sebanyak 56% mengisi skala dari 5 kebawah. Padahal sesuai dengan

persentase hasil sensus penduduk Indonesia oleh BPS tahun 2010 di atas, pemeluk agama Islam menjadi mayoritas, selayaknya masyarakat dapat menjalankan ajaran-ajaran Islam sebaik mungkin. Karena itu, pada kasus ini televisi dapat berperan dalam menyajikan program religi yang dapat mengedukasi dan mencontohkan pada masyarakat.

berdasarkan data Hasil Survey Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode II Tahun 2017 yang dirilis oleh KPI pusat, program religi di Kompas TV memiliki indeks siaran yang paling tinggi dengan nilai sebesar 3,27. (KPI, 2017). Hal tersebut menunjukkan bahwa program religi memiliki potensi yang besar untuk menjadi program yang berkualitas, khususnya di Jawa Tengah. Sehingga hal ini memberikan peluang dalam memproduksi tayangan religi Islami. Di Jawa Tengah sendiri, industri pertelevisian lokal juga semakin berkembang salah satunya adalah Kompas TV Jawa Tengah. Kompas TV Jawa Tengah sebelumnya bernama TV Borobudur adalah sebuah stasiun TV lokal yang berpusat di Semarang, Jawa Tengah. Kompas TV Jawa Tengah merupakan stasiun lokal swasta pertama di Semarang, yang berada di Channel 47 UHF ini resmi mengudara sejak pertengahan tahun 2003, tepatnya pada 12 Mei 2003. Kompas TV Jawa Tengah beralamat di jalan Menteri Supeno No.28-30. Kompas TV Jawa Tengah menjadi stasiun televisi yang mengunggulkan program berita, dan informasi yang kaya akan nilai jurnalistik, cepat, akurat, informatif, dan menginspirasi. Memiliki muatan program skala nasional dan lokal, televisi lokal ini optimis mampu bersaing tidak hanya di Semarang, Tegal, Solo, namun juga dengan televisi skala nasional. Selain itu, berdasarkan hasil evaluasi

tahunan pada 2018 yang dilakukan KPI dijelaskan bahwa

*“Hasil evaluasi tahunan atas kinerja penyelenggaraan penyiaran Kompas TV menunjukkan sudah terpenuhinya aspek-aspek penting dalam Sistem Stasiun Jaringan (SSJ), diantaranya lokalitas program siaran dan alokasi waktu tayang di jam produktif.”* (KPI, 2018).

Berdasarkan evaluasi tersebut maka Kompas TV Jawa Tengah dapat dikatakan sebagai salah satu televisi lokal yang memiliki integritas tinggi.

Meski memiliki jam tayang yang pagi, program religi tetap memiliki penontonnya tersendiri yang biasanya tayang antara pukul 04.00 – 06.00 WIB. Seperti yang disampaikan menurut Thaib (dalam Triharso, 2015:30) “Program-program dakwah Islamiyah biasanya ditayangkan sebagai pembuka acara di pagi hari, kemungkinan disesuaikan dengan aktivitas kaum Muslimin yang baru selesai menunaikan ibadah sholat Subuh”. Hal ini diperkuat dari hasil riset yang dilakukan kepada 50 responden di wilayah Jawa Tengah yang menunjukkan bahwa sebesar 74% responden menonton program religi pada rentang jam 04.00 – 08.00. Kemudian hasil survei dari 70 responden mengenai ketertarikan terhadap program religi Islam menunjukkan sebanyak 97.1% responden tertarik untuk menonton tayangan religi dengan ketertarikan pada hal – hal keseharian seperti adab dan sunnah dalam Islam. Dari data tersebut menunjukkan bahwa program religi masih memiliki pasarnya tersendiri dan juga potensi untuk dapat mencakup audiens yang lebih lagi. Untuk itu, diperlukan adanya program religi berbeda dengan membawakan

permasalahan sehari – hari secara lebih ringan dan mudah diaplikasikan tetapi tetap tidak mengurangi nilai – nilai religi yang disampaikan, sehingga dengan begitu program religi bisa dijadikan alternatif masyarakat dalam mempelajari ilmu agama.

### **Landasan Teori**

Pada produksi program “Berkah Islami” kami menggunakan paradigma komunikasi profetik sebagai landasan teori, paradigma ini nantinya akan menjadi penghubung antara media agama dan ilmu pengetahuan.

### **Ilmu Sosial Profetik**

Hasil pemikiran Kuntowijoyo mengenai ilmu pengetahuan masih didominasi oleh pemikiran Barat, sehingga ia membuat gagasan dengan sedikit sentuhan lebih baru tentang ilmu pengetahuan yaitu dengan menabahkan konsep wahyu. Menurut Kuntowijoyo, wahyu dapat menjadi salah satu sumber dalam perkembangan ilmu pengetahuan (Kuntowijoyo dalam Syahputra, 2017). Ia berfikir bahwa umat Islam memiliki teks sakral (Al-Qur’an) yang menjadi pedoman hidup, dan di dalamnya terdapat ilmu pengetahuan. Hal ini bisa dibuktikan

Melalui salah satu ayat Al-qur’an yang menjelaskan bahwa agar manusia tidak mengikuti sesuatu yang tidak memiliki ilmu pengetahuan di dalamnya (QS Al-Israa [17]: 36). Kemudian Kuntowijoyo mempertanyakan mengapa Al-Qur’an atau wahyu menjadi sumber ilmu pengetahuan. Dari sinilah lahir apa yang disebut Ilmu Sosial Profetik.

### **Paradigma Komunikasi Profetik**

Kuntowijoyo melahirkan paradigam baru yang memberikan dimensi transenden yang dilandaskan pada tafsir konteks atau teks

yang terdapat dalam surah Ali Imran ayat 110. Dalam ayat tersebut terdapat tiga nilai filosofis tentang humanisasi, liberasi, dan transendensi.

### **Unsur-Unsur Paradigma Komunikasi Profetik**

Kuntowijoyo memperoleh 3 esensi nilai filosofis dalam ayat tersebut yaitu, Humanisasi, Liberiasi, dan Transendensi.

#### **Humanisasi**

Pada bagian ini Ilmu Profetik berusaha menjadikan manusia sebagai manusia seutuhnya, yakni hidup sebagai manusia yang memiliki otonomi sendiri atas dirinya dan harus terpenuhi HAM nya. Karena hingga saat ini dapat dikatakan jika manusia hidup dalam sebuah konstruksi sosial.

#### **Liberasi**

Liberasi artinya pembebasan, namun beda dengan liberalism atau kaum libertarian. Pembebasan yang dimaksud dalam liberasi yaitu terbebas dari beragam belenggu yang membuat manusia menjadi tidak manusia. Liberasi ini diperlukan manusia dalam upaya meraih humanisasi dan menjadi manusia seutuhnya.

#### **Transendensi**

Transendensi secara sederhana memiliki tujuan untuk membersihkan diri yaitu dengan selalu mengingat adanya dimensi transedental yang jadi bagian dari manusia. "Upaya humanisasi dan liberasi harus dilakukan sebagai manifestasi keimanan kepada Tuhan karena Tuhan memerintahkan manusia menata kehidupan sosial secara adil." Jika dilihat pada realitas saat ini, dan memasukkan tiga nilai filosofis di atas. Sesungguhnya manusia mengalami dehumanisasi bukan humanisasi, sebab saat

ini manusia mulai kehilangan akan kontrol dirinya sendiri. Manusia terikat oleh belenggu-belenggu yang justru membuat manusia tehalang untuk menjadi manusia seutuhnya. Layaknya media – media yang dengan mudah membuat suatu realitas dengan bermacam praktik, dan seringkali membuat manusia lupa akan adanya dimensi transenden. Berakar dari sinilah masalah yang menjadi fokus pada paradigma komunikasi profetik yang menginginkan manusia terbebas dari beragam belenggu dan berusaha mengembalikan otonomi manusia yang berperan sebagai khalifah (agen) realitas.

### **Paradigma Komunikasi Profetik dalam Media**

#### **Hubungan Agama dan Media**

Biasanya media kita ketahui sebagai hasil dari kapitalis yang di dalamnya menjadi bahan komodifikasi. Hal ini juga terjadi pada agama yang ada di media. Agama menjadi sebuah komodifikasi yang nilai kesakralannya terus berkurang. Dengan demikian, apa yang ditampilkan media bukan lagi murni sepenuhnya agama melainkan sudah menjadi agama massa, bersifat massif, populer, dan sebagai komoditas yang dipamerkan.

Hubungan agama dan media di Indonesia termasuk pada similarity dan mediatiside, yang artinya media dan agama di Indonesia menggunakan simbol dan kisah, yang keduanya juga saling membutuhkan. Agama memerlukan media sebagai alat menyebarkan ajaran-ajarannya, sedangkan media juga memerlukan agama sebagai suatu komoditas.

Sama sehingga dapat saling berintegrasi. Maka dalam penyampaian materi di program "Berkah Islami" penulis

akan menggunakan paradigma komunikasi profetik yang juga saling berkaitan dengan prinsip-prinsip dan nilai dari credo komunikasi.

### **Kerangka Pemikiran**

Pemikiran yang menyatakan agama, ilmu pengetahuan, dan media saling terpisah hingga saat ini masih ada seperti pada paham – paham sekuler. Ilmu pengetahuan dianggap berasal dari pengalaman dan pemikiran manusia, media dianggap lebih kearah duniawi dan kapitalis, sedangkan agama adalah suatu hal sakral yang tidak dapat diubah serta terpisah dari semua itu. Namun dengan pemikiran hasil dari Kuntowijoyo yaitu paradigma komunikasi profetik yang berkonsep bahwa wahyu juga sebagai sumber ilmu pengetahuan, menurut Kuntowijoyo, ilmu pengetahuan, agama, dan media dapat disatukan.

Hal itu dapat kita lihat dari adanya kesamaan nilai-nilai atau ajaran agama terhadap ilmu pengetahuan yang ada. Karena program “Berkah Islami” adalah program religi yang akan ditayangkan pada televisi, maka hal-hal yang saling bersinggungan adalah ilmu yang berkaitan dengan media dan agama. Berarti diantara keduanya akan terdapat suatu prinsip yang sama agar bisa saling berhubungan. Sehingga penyampaian pesan agama dalam media dapat dilakukan dengan tepat.

Karena materi-materi yang akan disampaikan juga bersumber dari al – Qur’an dan hadist yang ditujukan untuk mencapai 3 pilar dari nilai komunikasi profetik, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi.

Adapun upaya humanisasi dilakukan dengan mencontohkan adab dan sunah yang diharapkan dapat memberikan

kebaikan kepada manusia. Liberasi didapatkan dari pelaksanaan adab dan sunah yang ditujukan untuk melepaskan manusia dari struktur sosial, struktur ekonomi, teknologi, dan segala belenggu lainnya yang ada, dan dengan begitu manusia akan melakukan upaya transendensi yang mendekatkan diri manusia itu sendiri terhadap Allah SWT.

### **Landasan Konsep**

#### **Program Harmoni Islam 2014**

Program dengan durasi 10-15 menit ini merupakan produksi tahun 2014 oleh karya bidang mahasiswa Ilmu Komunikasi. Dikemas dengan konsep kultum yang tayang setiap hari selama bulan Ramadhan sebelum berbuka puasa. Harmoni Islam setiap episode nya membawakan tema yang berbeda, berisi berbagai informasi-informasi mengenai ajaran Islam yang dikupas secara *fun* dan *fresh* agar menarik penonton, seperti ketupat lebaran, dugderan Semarang, dan tema-tema ringan lainnya seputar Ramadhan. Tayangan tersebut juga menambahkan wawancara narasumber terkait tema yang sedang dibahas dan *voxpop* dari warga Semarang mengenai tema yang dibahas. Tayang di Cakra Semarang TV, program ini memiliki 30 episode selama 30 hari dari tanggal 28 Juni hingga 27 Juli 2014 yang disiarkan di seluruh wilayah Semarang.

### **Produser**

Menurut Anton Mabruri dalam Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Drama, tugas seorang produser adalah memimpin seluruh tim produksi sesuai tujuan yang ditetapkan bersama, baik dalam aspek kreatif maupun manajemen produksi, sesuai dengan anggaran yang telah disepakati oleh *executive producer*.

Produser bertanggungjawab untuk memenuhi semua kebutuhan pada saat produksi, berkoordinasi dengan berbagai pihak, hingga pencarian dana serta mempromosikan program. Produser berkoordinasi dengan tim marketing untuk pencarian sponsor dan promosi program, juga berkoordinasi dengan tim produksi untuk kelancaran program.

### **Evaluasi**

Produser dikatakan berhasil jika :

- Program tayang 13 episode di Kompas TV Jawa Tengah
- 70% dari 100 responden yang di survei mengetahui program “Berkah Islami”
- Tidak ada tayangan yang gagal tayang karena keterlambatan produksi
- Produksi berjalan sesuai timeline yang sudah dibuat
- 70% dana tertutupi oleh *marketing tools* yang dijalankan

## **PEMBAHASAN**

### **Pemilihan Kru**

produser membagi kru menjadi 2 bagian, yaitu tim produksi dan tim marketing. Posisi Sutradara dipilih Muhammad Afar Al Wafi karena ia memiliki kemampuan dalam hal *directing* serta memiliki pengalaman dalam hal memproduksi sebuah acara.

*Camera person* dan editor, produser menunjuk Erlinda Puspita Wardani karena pengalaman dan keahliannya dalam mengoperasikan kamera serta mengedit, Erlinda juga sudah berpengalaman dalam hal audio visual, ini terlihat dengan menangnya ia di berbagai kejuaraan video jurnalistik mahasiswa tingkat nasional.

Bagian *script writer*, produser memilih Istiqomah Sheyla Kautsar. Sheyla juga sudah memiliki pengalaman dalam hal penulisan naskah, baik naskah tulis maupun naskah televisi. Sheyla juga pernah menjadi penulis terpilih untuk konten Energi Muda Semarang.

Untuk tim marketing, produser mempercayakan Abimanyu Ramadhan Pridakusuma. Abimanyu dipercaya sebagai *marketing & sponsorship* karena dia mengambil konsentrasi komunikasi strategis dan pernah menjadi marketing di beberapa mata kuliah praktek.

### **Penjadwalan**

Penjadwalan merupakan hal yang sangat penting, disini produser dituntut untuk menyusun jadwal mulai dari pra produksi hingga pasca produksi. Sekali terlambat jadwal produksi, bisa mempengaruhi yang lainnya. Oleh karena itu ketegasan produser dalam hal menepati jadwal yang telah disusun sangatlah penting, karena penjadwalan yang sudah dilakukan juga berhubungan dengan berbagai pihak atau sponsor.

Karena memiliki waktu yang cukup banyak, untuk pengerjaan satu episode produser memberikan waktu 10 hari hingga selesai *post* produksi. Namun, diakhir mendekati episode terakhir produser memberikan waktu paling lama satu minggu dalam produksi, karena waktu produksi yang akhirnya mundur karena beberapa penyesuaian. Kami juga melakukan efisiensi waktu dengan memproduksi 2 episode dalam satu kali pengambilan gambar di beberapa episode.

### **Budgeting**

Merinci biaya saat pra produksi sangat dibutuhkan untuk memprediksi berapa

pengeluaran yang akan dikeluarkan. Dengan adanya rincian diawal, tentu produser bisa dengan mudah memperkirakan mana biaya yang bisa ditekan sehingga tidak *over budget*.

Untuk biaya yang kami keluarkan selama proses produksi 13 episode sebesar Rp 6.280.000,-. Jika dirata-rata, biaya perepisodenya adalah Rp 483.077,-.

Sponsor yang masuk di program ini ada 5, mereka memberikan bantuan berupa menyediakan lokasi, konsumsi, meminjamkan peralatan *shooting*, hingga pemberian dana segar. Total nilai sponsor yang masuk ada Rp 6.425.000,-.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

- Berkah Islami merupakan program religi islam yang tayang di Kompas TV Jawa Tengah selama 13 episode dengan membahas tema adab dan sunnah dalam kehidupan sehari-hari. Tayang setiap hari Minggu jam 05.00 WIB dengan durasi 30 menit.
- Berdasarkan *post-survey*, lebih dari 90% masyarakat mengetahui program Berkah Islami, yang berarti marketing berjalan dengan baik.
- Penekanan biaya dapat dilakukan semaksimal mungkin sehingga biaya produksi yang dikeluarkan bisa seminimal mungkin.
- Mengganti narasumber yang tiba-tiba tidak bisa melakukan pengambilan gambar dengan narasumber lainnya untuk tetap menjaga kesesuaian *timeline*.

- Produser berhasil menjalankan tanggungjawabnya sesuai dengan indikator keberhasilan yang sudah dicantumkan diawal.

### **Saran**

- Melakukan konfirmasi kembali dengan narasumber terkait waktu produksi minimal 5 hari sebelumnya untuk mengantisipasi narasumber yang mendadak tidak bisa *shooting*.
- Untuk menjual program lebih baik memaksimalkan sosial media. Bukan hanya menjual kepada penonton, namun juga bisa untuk menjual ke pengiklan. Bisa dengan menawarkan produk diiklankan lewat sosial media atau platform lainnya.
- Memastikan adanya kejelasan harga iklan yang akan masuk diprogram sesuai dengan standar televisi

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku:**

- Hasfi, Nurul & Widagdo, Bayu . 2013. *Buku Ajar Produksi Berita Televisi*. Semarang: UPT Undip Semarang.
- KN, Anton Mabururi. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Jakarta: PT. Grasindo
- Latief, Rusman & Utud, Yusiatie. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

Mabruri, Anton. 2013. *Panduan Penulisan Naskah TV*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group. Naratama. 2013. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT Grasindo.

Syahputra, Iswandi. 2017. *Paradigma Komunikasi Profetik – Gagasan dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.

Griffin, EM. 2012. *A First Look At Communication Theory – Eighth Edition*. New York: McGraw-Hill.

Hoover, S. & K. Lundby (eds.). 1997. *Rethinking Media, Religion and Culture*. Thousand Oaks, CA: Sage

Kuntowijoyo. 2005. *Pengantar Ilmu Sejarah*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.

Baqi, MFA. 2012. *Terjemah Al-Lu'lu' wal Marjan-Kumpulan Hadits Shahih Bukhari Muslim*. Semarang: Pustaka Nuun.

Departemen Agama RI. 2008. *Al-Qur'an dan terjemahannya*. Bandung: Diponegoro

#### **Internet:**

Lubis, Mila. 2017. Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia. Diambil dari: <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA->

[INTERNET-DI-INDONESIA.html](https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html).

(25 Januari 2019)

Hasil Sensus Penduduk 2010,

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=NTVIY2EzOGI3ZmUwODMwODM0NjA1YjM1&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMTIvMDUvMjMvNTVIY2EzOGI3ZmUwODMwODM0NjA1YjM1L2td2FyZ2FuZWdhcmFhbi1zdWt1LWJhbmdzYS1hZ2FtYS1kYW4tYmFoYXNhLXNlaGFyaS1oYXJpLXB1bmRlZHVrLWluZG9uZXNpYS5odG1s&twoadfnearfeauf=MjAxOS0wMi0yNyAxMzoxMDowMQ%3D%3D>. (4 Februari 2019)

Hasil Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode II Tahun 2017, [http://kpi.go.id/download/pelitian/Ekspose\\_Survei\\_II\\_tahun\\_2017.pdf](http://kpi.go.id/download/pelitian/Ekspose_Survei_II_tahun_2017.pdf). (9 Februari 2019)

IRA. 2018. Kompas TV Penuhi Aspek Lokalitas dan Waktu Tayang Produktif Pada Program Siaran Lokal. Diambil dari: <http://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34279-kompas-tv-penuhi-aspek-lokalitas-dan-waktu-tayang-produktif-pada-program-siaran-lokal?detail5=5288>. (9 Februari 2019)

RG. 2018. Ini Tanggapan KPI Soal Tayangan Sinetron Azab. Diambil dari: <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34735-ini-tanggapan-kpi-soal-tayangan-sinetron-azab?start=18>. (27 Februari 2019)

**Jurnal Elektronik:**



Hidayat, Dedy N. 2002. Metodologi Penelitian dalam sebuah “Multi-Paradigm Science”.

<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/meiator/article/download/766/430> (diakses tanggal 18 Mei 2019)