

 <p>ARKANA Jurnal Komunikasi dan Media</p>	<p>Link : https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana</p> <p>Volume : 02</p> <p>Nomor : 01</p> <p>Bulan : Juni</p> <p>ISSN (online) : 2962-1917</p> <p>DOI : 10.62022/arkana.v2i01.3941</p>
--	---

ANALISIS PROSES PRODUKSI PROGRAM ACARA DAKWAH SHIHAB & SHIHAB DI NARASI TV

Yolandha Rakatiwi S.Sos,¹
Dr. Umi Halwati, S.Sos,I, M.Ag²

¹ Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Corresponding Author: bplhmicamed15@gmail.com

Article History: Received 15-April-2023, Revised 14-Mei-2023, Accepted: 1-Juni-2023

ABSTRAK

Salah satu program yang menarik untuk dijadikan penelitian yaitu program Shihab & Shihab di Narasi.tv. Suatu program perlu mengemas tayangan dengan kreatif agar dapat menarik perhatian. Dalam pelaksanaan proses produksi memerlukan proses yang panjang untuk menciptakan program-program acara yang berkualitas dan kreatif. Berdasarkan latar belakang ini, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul "Analisis Proses Produksi Program Shihab & Shihab di Narasi.tv". tujuannya untuk menggambarkan bagaimana proses produksi dalam program acara Shihab & Shihab. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dari Youtube, Facebook, Instagram dan Website dan menggunakan kajian terdahulu yang diperoleh dari literatur buku, internet dan jurnal. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan proses produksi program acara Shihab & Shihab dilakukan dalam beberapa tahap yaitu pra produksi yang meliputi rapat perencanaan produksi, pembuatan TOR, pembuatan rundown, dan menempatkan letak kamera. Untuk tahap proses produksi, produser beserta tim merekam gambar di studio dan memonitoring rekaman gambar yang sedang berlangsung dari dalam ruang master control room. Dan terakhir pasca produksi, editing yang dilakukan adalah pengecekan terhadap gambar yang telah diambil oleh kameraman serta memberikan tanda pada bagian gambar yang nantinya harus dihilangkan atau tidak.

Kata kunci :

Proses Produksi, Program Shihab & Shihab, New Media

ABSTRACT

One of the interesting programs to be used as research is the Shihab & Shihab program in Narasi.tv. A program needs to package impressions creatively in order to attract attention. In the implementation of the production process requires a long process to create quality and creative event programs. Based on this background, the researcher intends to conduct a research entitled "Analysis of the Production Process of Shihab & Shihab Program in Narasi.tv". the goal is to describe how the production process in the Shihab & Shihab program show. The method used in this study is a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques using observations from Youtube, Facebook, Instagram and Website and using previous studies obtained from book literature, internet and journals. Based on the results of this study, researchers concluded that the production process of the Shihab & Shihab event program was carried

out in several stages, namely pre-production which included production planning meetings, making TOR, making rundowns, and placing the camera. For the production process, the producer and his team record images in the studio and monitor the ongoing footage from inside the master control room. And finally post-production, the editing done is checking the images that have been taken by the cameraman and giving marks to the parts of the image that must later be removed or not.

Keywords :

Production Process, Shihab & Shihab Program, New Media

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, media massa mengalami berbagai peningkatan. Dari yang awalnya hanya media cetak dan elektronik, kini menjadi sangat berkembang diikuti dengan adanya media baru. Komunikasi dalam media massa tidak lagi menjadi satu-satunya alat komunikasi pada tingkat masyarakat, namun teknologi baru telah berkembang di antaranya jaringan potensial cadangan komunikasi. (Dennis McQuail, 2011) Komunikasi massa dalam artian skala besar merupakan konten publik yang mengalir satu arah yang terus berkuasa, tidak lagi hanya dimiliki oleh media massa ‘tradisional’ namun media-media ini dilengkapi oleh media baru. Perbedaannya yang utama adalah pada karakternya yang lebih luas, interaktif, namun juga individualis.

Kehadiran Internet mulai menggeser posisi media lama karena dalam penyampaian informasi memakan waktu yang cukup lama untuk sampai ke telinga masyarakat, sehingga sekarang beralih ke media baru (new media) yaitu media sosial yang menggunakan berbagai aplikasi tersambung dengan internet seperti chatting, situs, email, blog, jejaring sosial, koran online, Youtube, dan lain sebagainya. Media sosial memungkinkan pengguna serta komunitas untuk membuat, berkolaborasi dan mengedit konten pengguna. Manfaat media sosial yaitu memberikan pengalaman yang banyak bagi pengguna, dimana pengguna berinteraksi dengan data yang dibuat secara dinamis dari masukan pengguna, pengguna dapat bertindak sebagai kontributor di dalam situs untuk memberikan ulasan dan komentar, dan memungkinkan pengguna mengklarifikasi serta menemukan informasi yang sesuai (Goel, Islamia, & Singh, 2016).

Seiring berjalannya waktu, volume informasi yang ditawarkan oleh media baru semakin meluas dengan munculnya platform atau laman yang diberdayakan oleh internet seperti situs pencarian digital Google, jejaring sosial Instagram, Twitter, dan yang tak kalah populer serta hampir mencakup semua fungsi internet sebagai media komunikasi, akses informasi, bertukar sumber daya manusia, dan akses berita, yaitu Youtube. Platform Youtube adalah sebuah situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas visual dan suara kepada pengguna. (Samosir et al., 2018) Masyarakat menggunakan Youtube dalam berbagai kebutuhan seperti melihat berita terkini, mencari informasi, dan juga hiburan seperti film, mendengarkan lagu, dan lain sebagainya. Platform video yang berdiri pada 14 Februari 2005 ini mengubah cara masyarakat dalam mendapatkan berita atau hiburan yang tadinya dilihat melalui televisi, kini dapat dengan mudah diakses melalui telepon genggam. Keberadaan Youtube cukup dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei dari GlobalWebIndex atau GWI yang dikutip oleh Berita Satu, Youtube menjadi media sosial terpopuler di Indonesia hingga Januari 2022. Angka penggunaannya mencapai 94% masyarakat Indonesia dengan rentang usia berada di kisaran 16 hingga 64 tahun. Angka tersebut muncul di tengah hingar bingar media sosial lain yang turut menyusul di bawahnya seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan lainnya.

Narasi TV merupakan media yang hadir sebagai ruang bagi kaum muda untuk bertukar ide dan beradu gagasan melalui program-programnya. Selain menyuguhkan berbagai program, Narasi TV juga menyajikan berita dan informasi berupa teks dan visual melalui infografis dan video di media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube. Narasi TV merupakan bagian dari perusahaan PT. Narasi Citra Sahwahita yang beroperasi di Jakarta Pusat (Intiland Tower Lantai 20 Jl. Jend. Sudirman). Narasi TV merupakan media digital yang dirintis oleh seorang jurnalis wanita ternama, Najwa Shihab, dan kedua rekannya, Catharina Davy dan Dahlia Citra, ini sudah beroperasi sebagai sebuah media sejak tahun 2018 (Agung, 2020).

Narasi.tv menghadirkan program mulai dari perbincangan, reportase, kemasn dokumenter, opini, dakwah dan ruang interaksi. Salah satu program yang menarik untuk dijadikan penelitian yaitu program Shihab & Shihab di Narasi.tv. Program ini ditayangkan melalui website <https://www.narasi.tv/> maupun YouTube. Program ini menyajikan topik bahasan dan pertanyaan-pertanyaan dari netizen terkait ajaran Islam yang akan dibahas bersama M. Quraish Shihab yang dipandu oleh Najwa Shihab. Tayangan atau program dengan tema dakwah sudah cukup banyak diangkat dalam media massa. Kehadiran program Shihab & Shihab di Narasi.tv dapat dijadikan salah satu alternatif program pembelajaran agama sebagai upaya memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang keIslaman.

Sejalan dengan hal itu, berdakwah memanglah suatu kewajiban atas setiap muslim. Kewajiban seorang muslim untuk mengajak kepada kebaikan sudah dijelaskan pada Al-Qur'an QS An-Nahl ayat 125 :

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Suatu program perlu mengemas tayangan dengan kreatif agar dapat menarik perhatian. Untuk membuat program acara menarik banyak cara yang dilakukan oleh program baik isi konten acara, waktu tayang, bahkan siapa yang berperan dalam membawakan program acara juga dapat menjadi salah satu daya tarik pemirsa dalam menonton program tersebut. Shihab & Shihab menghadirkan sebuah program keagamaan yang menarik untuk diikuti. Program ini menampilkan beragam tema, salah satunya adalah tema tentang pemuda. Program ini tayang dengan durasi 10 – 20 menit. Program ini tayang dengan konsep yang beragam, mulai dari format talkshow, konsep vlog, maupun obrolan ringan namun tidak mengurangi esensi pesan yang akan disampaikan. Shihab & Shihab juga menghadirkan bintang tamu sebagai narasumber untuk berbagi perspektif seputar tema yang sedang dibahas.

Peneliti tertarik meneliti bagaimana proses produksi program Shihab & Shihab yang merupakan salah satu program di Narasi.tv yang membahas tentang keIslaman. Di mana di Indonesia sendiri banyak program-program yang sama namun tayang di televisi, maupun akun YouTube yang membahas konten keislaman. Bagaimana Shihab & Shihab mampu membuat program sehingga dapat menarik perhatian penonton? Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Proses Produksi Program Shihab & Shihab di Narasi.tv”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Metode penelitian deskriptif fokus utamanya adalah menjelaskan objek penelitiannya. Sehingga menjawab apa peristiwa atau apa fenomena yang terjadi. Sukmadinata (2006) menjelaskan bahwa definisi dari penelitian dengan metode deskriptif adalah karakteristik penelitian yang mengungkapkan secara spesifik berbagai fenomena sosial dan alam yang ada di dalam kehidupan masyarakat.

Kata spesifik dalam definisinya, dimaksudkan untuk menyebutkan pada aspek hubungan, dampak, dan penyelesaian dari kegiatan penelitian. Sehingga peneliti bisa memilih salah satu untuk dijadikan fokus dan kemudian dijelaskan secara spesifik dalam laporan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Mulyana (2008: 145), metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Sugiyono (2007: 1) mengatakan, metode penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dari Youtube, Facebook, Instagram dan Website dan menggunakan kajian terdahulu yang diperoleh dari literatur buku, internet dan jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. New Media

New media atau media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, computer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak (Kasiyanto Kasemin: 2015, h 7). Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk didalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya. Istilah new media baru muncul pada akhir abad 20-an yang dipakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet (Hidajanto Djamal: 2011, h. 37-38).

New media digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi, dan berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. New media memungkinkan para penggunanya untuk mengakses berbagai konten media kapan saja, dimana saja dengan berbagai elektronik. New media memiliki sifat interaktif dan bebas. Everett M. Rogers merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan. Kedua, era komunikasi cetak. Ketiga, era telekomunikasi, dan

keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif (Hidajanto Djamal: 2011, h. 37-38).

Sementara Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan. New media adalah satu media yang menggunakan media lain selain udara, sementara kontennya tetap penyiaran. Sehingga dari definisi tersebut, maka ada dua media yang masuk dalam kategori new media, yaitu televisi-kabel dan internet yang dalam hal ini adalah streaming (Jerry Indrawan, 2017).

2. Proses Produksi

Proses produksi adalah sebuah upaya merubah bentuk naskah menjadi bentuk audio visual bagi program acara. Proses produksi ini merupakan salah satu sarana manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam memproduksi sebuah program acara agar lebih menarik untuk dinikmati oleh pemirsanya. Tujuan produksi ini harus jelas, tegas dan mudah di mengerti. Agar nantinya dalam proses pelaksanaan produksi ini, team produksi sudah mengetahui dan mengerti apa saja yang diperlukan dan harus dilaksanakan dalam proses produksinya. Sebelum melakukan produksi, para redaksi dan produser melakukan rapat untuk membahas berbagai rencana saat produksi berlangsung (Badri, 2008).

Seringkali dalam perencanaan mengalami sedikit atau bahkan banyak perubahan, oleh karena itu perencanaan dalam proses produksi ini harus bersifat luwes dan terbuka untuk dapat dirubah bila memang diperlukan. Dengan sifatnya yang luwes ini maka pelaksanaan kegiatan produksi harus tetap di monitoring dan dikendalikan terus menerus yang disesuaikan dengan perencanaan yang telah disepakati (Fachir Yusuf, 2016).

Dalam proses produksi ini kita selalu menginginkan agar diperoleh proses produksi yang baik, namun dalam melakukan perencanaan produksi ini tidaklah mudah dikarenakan banyaknya faktor yang mempengaruhi. Terlebih produksi tersebut berbentuk program acara yang aspek kelayakannya di nilai langsung oleh pemirsanya (Badri, 2008). Faktor-faktor yang mempengaruhi proses produksi ini terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini relatif mudah karena penguasaannya masih dikoordinasi oleh team work atau kru dibalik layar yang dikuasai oleh para produser dan pimpinan redaksi, namun untuk faktor eksternal ini tidak demikian. Karena itu dalam perencanaan proses produksi ini harus dibuat ketat namun tidak kaku, artinya rencana yang sudah dibuat ini dapat dirubah bila diperlukan namun perubahan ini juga harus diperhitungkan agar nantinya tidak menimbulkan kesulitan yang lebih untuk proses produksi selanjutnya (Yoedtadi, 2017).

Dalam pelaksanaan proses produksi ini memerlukan proses yang panjang untuk menciptakan program-program acara yang berkualitas dan kreatif. Proses produksi ini juga merupakan kelanjutan dari proses perencanaan programnya. Dalam hal ini untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan dalam sebuah proses produksi, maka dibentuklah pengorganisasian yang tepat untuk menghendel terjadinya proses produksi ini (Idris, A. 2016).

Tujuannya peneliti akan menggambarkan bagaimana proses produksi dalam program acara Shihab & Shihab. Bagaimana terjadinya koordinasi yang profesional dalam sebuah team work untuk melangsungkan proses produksi, yang dimulai dari preproduction planning, production dan post production.

Shihab & Shihab merupakan salah satu program Narasi.tv yang tayang melalui kanal YouTube Najwa Shihab atau dapat dilihat melalui website <https://www.narasi.tv/>. Program ini dipandu oleh Najwa Shihab seorang jurnalis Indonesia, dan M. Quraish Shihab seorang ulama ahli tafsir yang memberikan penjelasan mengenai tema yang akan dibahas menurut pandangan Islam. Proses Produksi Program Acara Shihab & Shihab memiliki beberapa tahap yaitu :

1. Pra Produksi (Preproduction Planning)

Persiapan dalam memproduksi program acara merupakan hal paling utama dipersiapkan, produser akan segera berkoordinasi dengan tim konten untuk membahas keberlangsungan produksi yang akan dilaksanakan. Dalam memproduksi sebuah program acara haruslah mempunyai ide-ide yang kreatif. Maka dari itu setiap minggunya tim konten program Shihab & Shihab mengadakan rapat rutin pada hari jumat untuk membahas program yang akan diproduksi setiap minggunya. Sebelum dilakukannya proses produksi tim suporting akan membuat Term Of Reference (TOR). TOR menjadi acuan untuk presenter dalam membahas tema yang akan diangkat kepada narasumber. Setelah membuat TOR untuk produksi kemudian tim membuat rundown untuk produksi program acara. Jika rundown acara telah dibuat maka berlanjut kepada tahap Menyiapkan Air Box, di dalam Air Box biasanya berisi OBB (Opening Bumper Break), Bumper In, dan Bumper Out (www. Narasi TV). Tema yang dibahas pada program Shihab & Shihab mengenai persoalan yang sedang hangat menjadi perbincangan di masyarakat. Kemudian hari besar Islam, serta mengambil tema dari pembahasan buku karya M. Quraish Shihab. Soni Triantoro menambahkan tema-tema yang dibahas juga bisa mengenai permasalahan anak muda, kemudian yang dibahas dengan sudut pandang Islam dan Al-Qur'an. Salah satu episode yang dibahas pada program Shihab & Shihab adalah episode dengan judul “Abi, Apa Hak Istri Ketika Pasangan Sama-sama Bekerja ?” Episode ini membahas dan menanggapi persoalan Hak dan Kewajiban Isteri yang selalu menjadi perdebatan di zaman modern hari ini. Pada episode ini M.Quraish Shihab memaparkan tentang hubungan suami istri yang harus saling bekerja sama menurut pandangan Islam. Kemudian mewajibkan untuk bermusyawarah

dalam mengambil keputusan. Dalam episode ini turut hadir bintang tamu pasangan selebriti Nagita Slavina dan Raffi Ahmad (Youtube Shihab & Shihab).

2. Produksi

Dalam proses produksi set up and rehearsal yang harus diperhatikan adalah penataan sebuah dekorasi studio yang akan digunakan selama produksi berlangsung, sebuah studio haruslah di dekorasi sesuai dengan tema dari program acara yang akan diproduksi. Kemudian penataan cahaya yang mana ini sangat diperlukan dalam berjalannya proses produksi, apabila cahaya tidak diatur sedemikian rupa maka akan mempengaruhi kualitas dari gambar yang telah diambil. Penempatan kamera menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan sebelum memulai sebuah produksi, kamera ini nantinya akan mempengaruhi pengambilan gambar dari berbagai angle yang sudah dikoordinasikan sebelumnya oleh produser beserta tim produksi (Khoirunnisa, 2021). Jika seorang kameramen salah dalam menempatkan kamera akan menjadikan ketidaksesuaian gambar yang didapatkan dan akan mempersulit editor dalam pasca produksi nantinya.

3. Pasca Produksi (Post Production)

Setelah semua langkah-langkah proses produksi selesai, langkah selanjutnya adalah proses editing. Sebelum melakukan editing, editor biasanya melakukan pengecekan terhadap gambar yang telah diambil oleh kameraman, serta memberi tanda bagian gambar mana saja yang harus dihilangkan atau diedit. Tim editor menggunakan beberapa aplikasi untuk mengedit gambar yang telah diproduksi diantaranya adalah Adobe Premiere Pro CC 2018, Adobe Photoshop CC 2018 dan Corel Draw x7. Editor memiliki peran penting dalam sebuah karya audiovisual karena dalam tahap editing, sebuah program acara akan lebih disempurnakan. Materi hasil reduksi itu sendiri masih berupa file mentah yang berupa gambar belum sempurna. Oleh karena itu diperlukan editing untuk menyempurnakan video tersebut supaya menjadi layak di pertontonkan ke masyarakat (Khoirunnisa, 2021). Hal yang dilakukan pada saat proses editing adalah membuat beberapa sequence yang diberi nama judul dan tanggal sebagai tempat file master dan sebagai tempat memilah-milah video mentah yang akan digunakan, dan sequence lain diberi nama episode dan judul, ini digunakan untuk mempermudah editing dan lebih mudah untuk fokus pada satu program editing, ketika file video mentah sudah di pilah-pilah dan dipilih, maka akan dicopy ke sequence episode yang bersangkutan, setelah semua sudah masuk ke sequence editing, maka selanjutnya proses edit sudah bisa dilakukan oleh editor.

4. Hambatan

Hana Puspita sebagai Produser program Shihab & Shihab juga menyebutkan hambatan pada proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada pra produksi hambatan yang dihadapi adalah terkait lokasi syuting diluar studio

yang tidak memungkinkan seperti terkendala lighting maupun audio. Kemudian pada tahap produksi hambatan yang dihadapi adalah cuaca yang tidak menentu misalkan hujan lebat yang mengakibatkan audio saat rekaman terganggu. Saat pasca produksi atau editing, kendalanya adalah ketika proses syuting durasinya terlalu panjang. Maka strateginya adalah membagi menjadi beberapa bagian. Yang terakhir hambatan yang terjadi adalah program Shihab & Shihab yang tayang tidak rutin padahal mendapat respon positif oleh penonton (Khoirunnisa,2021).

PENUTUP

Kesimpulan

Proses produksi program acara Shihab & Shihab melalui beberapa tahapan yaitu pra produksi yang meliputi rapat perencanaan produksi, pembuatan TOR, pembuatan rundown, dan menempatkan letak kamera. Selanjutnya adalah tahap proses produksi, pada tahap ini produser beserta tim merekam gambar di studio dan memonitoring rekaman gambar yang sedang berlangsung dari dalam ruang master control room. Terakhir yaitu pasca produksi, pada tahap ini tim produksi tepatnya editor melakukan editing file gambar yang telah selesai direkam, editing yang dilakukan adalah pengecekan terhadap gambar yang telah diambil oleh kameraman serta memberikan tanda pada bagian gambar yang nantinya harus dihilangkan atau tidak, kemudian membuat beberapa sequence untuk mempermudah dalam proses editing. Dengan adanya ketiga tahap tersebut di atas, program-program acara yang sesuai dengan perencanaan di awal produksi pada dasarnya tidak akan bisa ditayangkan.

Kendala yang ditemui pada saat melakukan proses produksi sebuah program acara Shihab & Shihab, yaitu faktor teknis pada rangkaian proses produksi program acara Shihab & Shihab, cuaca yang tidak menentu misalkan hujan lebat yang mengakibatkan audio saat rekaman terganggu. Saat pasca produksi atau editing, kendalanya adalah ketika proses syuting durasinya terlalu panjang. Maka strateginya adalah membagi menjadi beberapa bagian.

Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa melengkapi kekurangan dalam penelitian proses produksi program Shihab & Shihab.
2. Program Shihab & Shihab bisa tayang lebih rutin lagi sebagai program yang mampu memberikan nuansa baru di bidang dakwah.
3. Masyarakat diharapkan bisa bijak memilih program yang bermanfaat seperti program dakwah Shihab & Shihab.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamil, H.,& Fachruddin, A. (2017). Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi: Edisi 2. Prenada Media.
- Fachir Yusuf, Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda,” Volume 4, no. 3, tahun 2016
- Idris, A. (2016). *Analisis Proses Produksi Program Inspirasi Islam di iNews Tv Makassar* [PhD Thesis]. Univeritas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Jerry Indrawan, KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK, Volume 8 nomor 1 tahun 2017

Kasiyanto Kasemin, Prenada Media : 2015, Agresi perkembangan teknologi informasi : sebuah bunga rampai hasil pengkajian dan pengembangan penelitian tentang perkembangan teknologi informasi.

Khoerun Nisa Dyah P.M, 2021, Manajemen Produksi Program Shihab & Shihab di Narasi.TV (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Mulyana, Deddy. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif “Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya”. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Yoedtadi, M. G., Pribadi, M. A., & Siswoko, K. H, Proses produksi acara siaran langsung televisi untuk menghasilkan acara yang layak tonton. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 16(1), 157–170 tahun 2017.

Badri,A.Z,PerencanaanProduksi.<https://zulidamel.wordpress.com/2008/01/14/perencanaan-produksi/> diakses 14 januari 2018.

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/santi-dewi/cerita-najwa-shihab-takut-tidak-bisa-gaji-pegawai-awal-bentuk-narasi> diakses pada Rabu, 12 Februari 2020, pukul 14.28

<https://marketeers.com/najwa-shihab-bicara-soal-masa-depan-narasi-tv/> diakses pada Rabu, 15 Januari 2020 pukul 23.04 WIB.

<https://www.narasi.tv/pages/corporates-information> diakses pada Minggu, 11 Oktober 2020, pukul 17.41 WIB.

<https://www.narasi.tv/pages/corporates-information> diakses pada Minggu, 11 Oktober 2020 pukul 17.35 WIB.