annujum

Annujum: Journal of Humaniora and Law
https://annujum.kjii.org

E-ISSN: 3089-2775
Vol. 2 No. 3 (2026)

Research Article

Implementation of Sharia Communication in the Production and Creative Division of the Golden Fit Program at MNC Channels

Sayyid Iqbal Ammar
Universitas Islam 45 Bekasi
E-mail: ammariqbal1r@gmail.com

Siti Khadijah
Universitas Islam 45 Bekasi
E-mail: siti_khadijah@unismabekasi.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by Annujum: Journal of Humaniora and Law. This is an open access article under the CC BY License: (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

Received : May 23, 2026
Revised : June 21, 2026
Accepted : July 16, 2026
Available online : July 31, 2026

How to Cite: Sayyid Iqbal Ammar, & Siti Khadijah. (2026). Implementation of Sharia Communication in the Production and Creative Division of the Golden Fit Program at MNC Channels. Annujum: Journal of Humaniora and Law, 2(3), 154–167. https://doi.org/10.63738/annujum.v2i3.38

Abstract
This study examines how sharia communication is implemented in the production and creative program division of Golden Fit at MNC Channels. Golden Fit is a health and lifestyle program aimed at adult audiences. The program is broadcast regularly via live studio format. The main problem identified is the absence of clear communication guidelines based on Islamic values in the production process. This can lead to inconsistent messages and discrepancies between content and Islamic communication ethics. This study used a descriptive qualitative method. Data collection techniques included in-depth interviews, participant observation, and document analysis. Informants consisted of producers, creative teams, presenters, and program managers. This analysis was conducted using the six principles of qaulan (religious conduct) contained in the Qur'an: qaulan sadidan, balighan, ma'rufan, kariman, layyinan, and maysura. The results show that the implementation of sharia communication in Golden Fit is partial and irregular. The aspects of qaulan ma'rufan and layyinan are applied more frequently than other dimensions, especially during live broadcasts that require direct and spontaneous responses. These findings contribute to the development of a Sharia-compliant communication model based on practices in the media industry, while also addressing the gap in research on the application of Islamic communication ethics in commercial television production in Indonesia.

Keywords: Sharia-Compliant Communication, Qaulan, Television Production, Golden Fit, MNC Channels.

Implementasi Komunikasi Syariah pada Divisi Production dan Creative Program Golden Fit di MNC Channels

Abstrak
Penelitian ini mengkaji bagaimana komunikasi syariah diterapkan dalam cara kerja divisi produksi dan program kreatif Golden Fit di MNC Channels. Program Golden Fit adalah acara tentang kesehatan dan gaya hidup yang ditujukan untuk penonton dewasa. Acara ini ditayangkan secara rutin melalui format siaran langsung di studio. Masalah utama yang ditemukan adalah tidak adanya panduan komunikasi yang jelas berdasarkan nilai-nilai Islam dalam proses produksi. Hal ini dapat menyebabkan pesan yang tidak konsisten dan perbedaan antara isi konten dengan etika komunikasi Islami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya meliputi wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Informan terdiri dari produser, tim kreatif, pembawa acara, dan manajer program. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan enam prinsip qaulan yang ada di Al-Qur'an, yaitu qaulan sadidan, balighan, ma'rufan, kariman, layyinan, dan maysura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan komunikasi syariah di Golden Fit berjalan sebagian dan belum teratur. Aspek qaulan ma'rufan dan layyinan lebih sering diterapkan dibandingkan dengan dimensi lainnya, terutama saat siaran langsung yang memerlukan respon yang langsung dan spontan. Temuan ini membantu dalam pengembangan model komunikasi syariah yang didasarkan pada praktik di industri media, sekaligus mengisi kekurangan dalam penelitian tentang penerapan etika komunikasi Islam di lingkungan produksi televisi komersial di Indonesia.

Kata Kunci: Komunikasi Syariah, Qaulan, Produksi Televisi, Golden Fit, MNC Channels.

PENDAHULUAN

Televisi hingga hari ini masih menjadi salah satu medium komunikasi massa yang paling berpengaruh di Indonesia. Ditambah dengan kemajuan platform streaming dan media digital, konten televisi kini mampu menjangkau jutaan pemirsa lintas generasi. Di tengah derasnya arus informasi tersebut, muncul pertanyaan mendasar: sejauh mana konten yang ditayangkan memperhatikan aspek etis, khususnya dari perspektif nilai-nilai Islam yang dianut oleh mayoritas penduduk Indonesia?. Media televisi di Indonesia terus berubah dengan sangat berarti, tidak hanya dalam hal teknologi dan jenis konten, tetapi juga dalam nilai-nilai yang mendasari cara produksinya. Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat tentang konten yang berdasarkan nilai-nilai Islam, industri televisi nasional harus lebih dari sekadar mengikuti selera pasar. Mereka juga perlu memastikan bahwa proses komunikasi yang terjadi di balik layar mencerminkan standar etika yang bisa dipertanggungjawabkan secara moral dan agama.

MNC Channels, yang merupakan salah satu jaringan televisi terbesar di Indonesia, mengatur berbagai acara yang ditujukan untuk penonton yang beragam. Salah satu program yang mereka miliki adalah Golden Fit, yang fokus pada kesehatan dan gaya hidup. Program ini ditampilkan dalam format studio langsung, menggabungkan elemen pendidikan tentang kesehatan dengan hiburan. Oleh karena itu, dibutuhkan pengelolaan komunikasi yang hati-hati dari segi produksi dan penyampaian pesan kepada penonton. Namun, masalah utama yang sering terabaikan adalah: sejauh mana prinsip-prinsip komunikasi syariah benar-benar diterapkan dalam kegiatan sehari-hari di divisi produksi dan kreatif program tersebut?.

Komunikasi syariah bukan hanya istilah normatif yang hanya ada dalam

pembicaraan. Ini adalah sistem komunikasi yang berasal dari nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadis, dengan ciri utama seperti kejujuran (shidq), kejelasan (bayan), kebijaksanaan (hikmah), dan kelembutan (rifq). Para ulama yang mempelajari komunikasi Islam menerapkan prinsip-prinsip ini ke dalam enam jenis ucapan (qaulan) yang masing-masing memiliki konteks dan dampak praktis yang berbeda (Muis, 2001; Hefni, 2015). Kajian ini menjadi penting karena penelitian tentang implementasi etika komunikasi syariah dalam program televisi non-religi masih sangat terbatas.

Kesenjangan penelitian yang menjadi dasar studi ini ada pada sedikitnya penelitian yang secara khusus membahas penerapan komunikasi syariah dalam konteks pembuatan program televisi komersial di Indonesia. Sebagian besar penelitian tentang komunikasi Islam lebih banyak menyoroti analisis teks atau pembicaraan siaran (Wahid, 2018; Rahmadi, 2020), sedangkan proses dalam produksi terutama interaksi antara tim, pengarahan, koordinasi kreatif, dan etika komunikasi saat siaran langsung hampir tidak dibahas dalam studi akademis. Ini menciptakan perbedaan antara teori komunikasi syariah dan praktik yang sebenarnya di industri media.

Penelitian ini semakin penting karena MNC Channels, meskipun merupakan media komersial, memiliki program-program yang jelas berkaitan dengan nilai-nilai Islami. Program Golden Fit, yang mendukung hidup sehat, sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya menjaga tubuh sebagai amanah (hifzh al-nafs). Jadi, ketidaksesuaian antara isi konten dan etika komunikasi dalam proses pembuatannya bukan hanya masalah teknis, tetapi juga bisa menyebabkan kesenjangan pemahaman antara tujuan program dan cara komunikasinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi dan menjelaskan bagaimana komunikasi syariah diterapkan di divisi produksi dan program kreatif Golden Fit; (2) menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan komunikasi syariah dalam proses produksi di studio langsung; dan (3) merumuskan model penerapan komunikasi syariah yang dapat disesuaikan untuk konteks produksi program televisi yang berfokus pada gaya hidup sehat di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang dipilih karena kemampuannya dalam menangkap kedalaman fenomena sosial yang tidak dapat direduksi menjadi angka atau variabel kuantitatif (Creswell, 2014). Orientasi deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan implementasi komunikasi syariah secara apa adanya (as it is) dalam konteks produksi program Golden Fit, tanpa mengintervensi atau memanipulasi kondisi yang ada.

Menurut Moleong (2018), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara menyeluruh melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah. Pendekatan ini dianggap sesuai karena penelitian berfokus pada proses komunikasi dan interaksi yang terjadi dalam lingkungan kerja media penyiaran.

Objek dalam penelitian ini adalah implementasi etika komunikasi syariah dalam proses produksi program Golden Fit, sedangkan subjek penelitian meliputi tim produksi program seperti Production Assistant, Creative, produser, dan pihak lain yang terlibat dalam proses produksi program. Penelitian dilakukan di MNC Channels pada program Golden Fit selama pelaksanaan praktik profesi berlangsung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas produksi program Golden Fit, khususnya terkait penerapan komunikasi yang sesuai dengan prinsip etika komunikasi syariah, seperti kejujuran, sopan santun, tanggung jawab, dan kerja sama. Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses produksi untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai penerapan nilai-nilai komunikasi Islam dalam lingkungan kerja. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa foto kegiatan, rundown produksi, serta dokumen pendukung lainnya.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami. Setelah itu, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Komunikasi Syariah

Implementasi merupakan proses penerapan suatu konsep atau nilai ke dalam tindakan nyata sehingga dapat dijalankan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks komunikasi, implementasi berkaitan dengan bagaimana suatu prinsip komunikasi diterapkan dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam lingkungan kerja media dan penyiaran.

Komunikasi syariah adalah proses penyampaian pesan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, kesantunan, tanggung jawab, dan penyampaian informasi yang membawa kemaslahatan. Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya berfungsi menyampaikan pesan, tetapi juga menjaga etika dan moralitas dalam interaksi sosial.

Prinsip komunikasi Islam dijelaskan dalam Al-Qur'an melalui beberapa konsep komunikasi, seperti qaulan sadidan (perkataan yang benar) dalam QS. An-Nisa ayat 9, qaulan ma'rufa (perkataan yang baik) dalam QS. An-Nisa ayat 5, qaulan layyina (perkataan yang lemah lembut) dalam QS. Thaha ayat 44, serta qaulan baligha (perkataan yang efektif dan membekas) dalam QS. An-Nisa ayat 63. Prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar etika komunikasi syariah dalam kehidupan sosial maupun profesional.

Menurut Hafied Cangara, komunikasi yang efektif memerlukan unsur kejelasan pesan, etika, dan kemampuan membangun hubungan antarmanusia. Dalam

praktik media massa, etika komunikasi menjadi penting karena media memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat. Penelitian oleh Communicare: Journal of Communication Studies menjelaskan bahwa penerapan nilai komunikasi Islam dalam produksi program televisi dapat membentuk lingkungan kerja yang lebih harmonis dan menjaga kualitas isi tayangan agar tetap edukatif dan sesuai norma masyarakat (Monarshi et al., 2024).

Divisi Production dan Creative dalam Program Televisi

Divisi production merupakan bagian yang bertanggung jawab terhadap jalannya proses produksi program televisi, mulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Tugas utama divisi production meliputi koordinasi teknis, pengaturan rundown, pengawasan proses produksi, serta memastikan program berjalan sesuai konsep yang telah direncanakan.

Sementara itu, divisi creative memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan ide, konsep acara, penulisan naskah, serta menentukan kreativitas visual program. Menurut Manajemen Media Penyiaran, keberhasilan program televisi sangat dipengaruhi oleh koordinasi antara tim produksi dan tim kreatif karena keduanya menjadi pusat pengelolaan isi dan teknis tayangan.

Dalam industri penyiaran, komunikasi kerja yang baik sangat dibutuhkan agar proses produksi berjalan efektif. Oleh sebab itu, penerapan komunikasi syariah dapat menjadi pedoman etika bagi kru produksi dalam berinteraksi dan bekerja sama.

Landasan Teori Komunikasi Syariah

Komunikasi syariah secara definitif adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan yang dilandasi oleh nilai-nilai ajaran Islam, dengan tujuan mencapai kemaslahatan bersama (maslahah al-'ammah). Berbeda dari komunikasi konvensional yang berorientasi pada efektivitas semata, komunikasi syariah juga memerhatikan dimensi spiritual: apakah pesan yang disampaikan mendatangkan ridha Allah SWT atau justru mengundang kemudaratan (Amin, 2020).

Dalam Al-Qur'an, terdapat enam prinsip komunikasi yang kerap dijadikan acuan akademik. Pertama, qaulan sadidan (QS. An-Nisa: 9) mengharuskan komunikator menyampaikan pesan secara benar dan tidak memanipulasi fakta. Kedua, qaulan ma'rufan (QS. Al-Baqarah: 263) berarti perkataan yang baik dan tidak menyinggung. Ketiga, qaulan maysura (QS. Al-Isra: 28) menuntut pesan disampaikan dengan mudah dan tidak membebani. Keempat, qaulan layyinan (QS. Thaha: 44) bermakna lembut dan tidak kasar. Kelima, qaulan kariman (QS. Al-Isra: 23) menghendaki penghormatan kepada audiens. Keenam, qaulan balighan (QS. An-Nisa: 63) mensyaratkan pesan yang tepat sasaran dan mengena di hati (Rakhmat, 2018).

Dalam konteks media, prinsip-prinsip tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa indikator praktis: kejujuran konten, keterbacaan pesan untuk semua segmen, penghindaran konten yang merendahkan, serta pemilihan narasumber yang kompeten dan amanah. Media Islam yang ideal tidak hanya menghindari yang haram, tetapi juga mempromosikan yang maslahah (Wahyuni, 2022).

Program Golden Fit di MNC Channels

Golden Fit adalah program televisi yang ditayangkan di salah satu kanal MNC Channels dan menyasar segmen penonton berusia 45 tahun ke atas. Program ini menampilkan konten seputar kebugaran fisik, kesehatan holistik, nutrisi seimbang, serta motivasi hidup aktif bagi kelompok usia emas (golden age). Format acara memadukan segmen olahraga ringan, wawancara dengan pakar kesehatan, serta testimoni dari narasumber yang relevan.

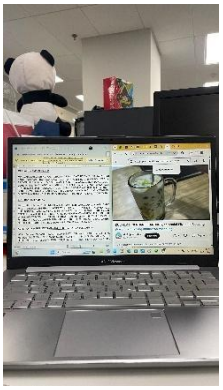
Gambar 1. Program Golden Fit Kvision

Dari sisi format produksi, Golden Fit menggunakan pendekatan infotainment kesehatan (health infotainment) yang memadukan unsur informasi dan hiburan. Segmen-segmen dalam program ini dirancang agar mudah diikuti oleh penonton lansia dengan tempo yang tidak terburu-buru, visualisasi yang jelas, dan bahasa yang sederhana. Hal ini secara inheren bersinggungan dengan prinsip qaulan maysura kemudahan dalam penyampaian pesan.

Secara demografis, Indonesia memiliki populasi lansia yang terus meningkat. Berdasarkan data BPS (2023), jumlah penduduk berusia 60 tahun ke atas mencapai sekitar 11,75% dari total populasi, atau sekitar 32 juta jiwa. Program seperti Golden Fit hadir pada momen yang tepat, mengisi kebutuhan informasi kesehatan bagi segmen yang selama ini kurang terlayani oleh media mainstream.

Analisis Implementasi Komunikasi Syariah dalam Produksi Program Golden Fit

Analisis terhadap konten Golden Fit menunjukkan beberapa titik temu yang signifikan dengan prinsip komunikasi syariah. Pertama, dalam hal kejujuran informasi (qaulan sadidan), program ini konsisten menghadirkan narasumber berlatar belakang medis dokter spesialis, ahli gizi, fisioterapis yang memberikan informasi berdasarkan fakta ilmiah, bukan sekadar klaim komersial. Hal ini berbeda dengan banyak program kesehatan lain yang lebih berorientasi pada promosi produk suplemen tertentu tanpa verifikasi klinis (Wahyuni, 2022).



Gambar 2. Skrip Naskah Golden fit Dan Footage Golden fit

Kedua, aspek qaulan ma'rufan dan qaulan kariman terlihat dalam cara program membingkai narasi tentang penuaan. Alih-alih menggunakan framing negatif tentang kelemahan fisik, Golden Fit menggunakan bahasa yang menguatkan dan menghargai eksistensi lansia sebagai kelompok yang berharga dan produktif. Pembawa acara menggunakan diksi yang sopan, hormat, dan tidak merendahkan sejalan dengan prinsip komunikasi yang memuliakan audiens.

Ketiga, dari sisi qaulan balighan, program ini menunjukkan ketepatan dalam penargetan pesan. Konten disusun sesuai kebutuhan spesifik kelompok usia emas: gerakan olahraga yang aman untuk sendi, panduan makan untuk penderita diabetes dan hipertensi, serta tips menjaga kesehatan mental di usia senja. Artinya, pesan tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga relevan dan efektif untuk audiens yang dituju (Hamid & Budianto, 2021).

Namun demikian, analisis kritis juga menemukan beberapa area yang masih perlu ditingkatkan. Dalam beberapa segmen, terdapat penayangan iklan produk komersial yang elemen promosinya bersifat berlebihan (israf dalam penyampaian klaim manfaat). Selain itu, belum ada segmen yang secara eksplisit mengintegrasikan nilai-nilai spiritualitas Islam, misalnya melalui perspektif kesehatan dalam Islam atau motivasi berbasis ajaran agama yang relevan bagi penonton Muslim lansia.

Perbandingan dan Analisis Kritis

Tabel berikut menyajikan perbandingan antara pendekatan komunikasi konvensional dan komunikasi syariah dalam konteks program televisi, beserta korelasinya dengan praktik Golden Fit.

Tabel 1. Perbandingan Pendekatan Komunikasi Konvensional dan Komunikasi Syariah

Aspek	Komunikasi Konvensional	Komunikasi Syariah
Tujuan Utama	Menarik perhatian & rating	Dakwah & manfaat nyata bagi pemirsa
Landasan Teori	Profit-oriented, tren pasar	Al-Qur'an, Hadis, nilai Islam

Konten Iklan	Bebas, berorientasi daya tarik	Halal, tidak menyesatkan, proporsional
Penyampaian Pesan	Persuasif tanpa batasan etis	Jujur, santun, tidak berlebihan (israf)
Tanggung Jawab	Kepada regulator & pengiklan	Kepada Allah, pemirsa, & masyarakat

Berdasarkan tabel di atas, Golden Fit secara umum lebih condong ke arah komunikasi syariah dibandingkan program sejenis di televisi nasional. Namun, ketika iklan atau sponsor masuk ke dalam segmen, ada potensi pergeseran nilai yang perlu diwaspadai. Praktik endorsement produk kesehatan yang berlebihan tanpa disertai disclaimer ilmiah dapat berbenturan dengan prinsip qaulan sadidan.

Secara keseluruhan, program Golden Fit memperlihatkan potensi besar sebagai model program televisi yang menginternalisasi nilai komunikasi syariah. Kekuatannya terletak pada konten berbasis bukti, bahasa yang menghormati audiens, dan relevansi pesan terhadap kebutuhan nyata pemirsa. Sisi yang masih perlu dikuatkan adalah integrasi nilai spiritual Islam secara lebih eksplisit dan pengawasan terhadap konten sponsor agar tidak menyimpang dari prinsip kejujuran dan keseimbangan informasi (Amin, 2020).

Implementasi Komunikasi Syariah dalam Produksi Program Golden Fit

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan komunikasi syariah pada divisi production Program Golden Fit di MNC Channels terlihat dalam pola komunikasi kerja yang berlangsung secara profesional, jelas, dan tetap menjaga kesopanan antar kru produksi. Dalam proses produksi program, Production Assistant (PA) memiliki peran penting dalam mengatur koordinasi antara kru studio, Master Control Room (MCR), pengarah acara, hingga talent yang terlibat selama siaran berlangsung.

Penerapan nilai komunikasi Islam tampak dari cara kru menyampaikan informasi secara tepat dan jujur ketika memberikan arahan teknis, perubahan rundown, maupun kebutuhan produksi lainnya. Penyampaian informasi yang jelas membantu meminimalisasi kesalahan teknis selama proses produksi berlangsung.

Selain itu, komunikasi yang dilakukan antar kru juga menunjukkan penerapan prinsip qaulan layyina, yaitu berbicar a dengan sikap santun dan menghargai lawan bicara. Sikap tersebut menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman sehingga koordinasi antar tim dapat berjalan dengan baik meskipun produksi dilakukan dalam tekanan waktu yang cukup tinggi.

Penerapan komunikasi syariah semakin terlihat ketika produksi dilakukan dalam kegiatan live studio, seperti siaran KOVO (Korean Volly League) dan AFC/ ACL League. Dalam produksi siaran langsung, seluruh kru dituntut bekerja cepat dan memiliki koordinasi yang tepat karena proses siaran berlangsung secara real time. Kondisi tersebut membuat komunikasi menjadi faktor yang sangat penting dalam menjaga kelancaran produksi program.

Pada pelaksanaan live studio KOVO (Korean Volly League), Production

Assistant berperan sebagai penghubung komunikasi antara tim studio, komentator, dan MCR. Walaupun situasi produksi berlangsung cepat dan cukup menegangkan, kru tetap berusaha menjaga etika komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan dan profesional. Sikap saling menghormati antar anggota tim membantu menjaga stabilitas kerja sehingga produksi dapat berjalan sesuai rundown yang telah ditentukan.

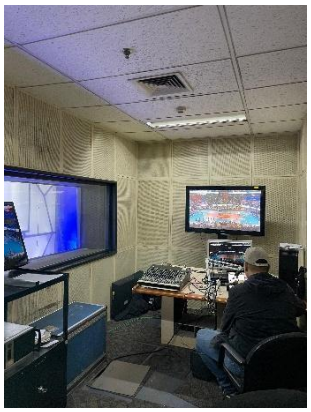
Hal serupa juga terlihat pada produksi siaran AFC sepak bola. Dalam proses siaran langsung pertandingan, kru production harus mampu menyampaikan instruksi secara cepat tanpa mengabaikan etika komunikasi kepada sesama rekan kerja. Bentuk komunikasi seperti ini menunjukkan bahwa profesionalitas kerja tetap dapat berjalan beriringan dengan penerapan nilai-nilai Islam dalam lingkungan media penyiaran.

Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala, terutama ketika terjadi perubahan teknis secara mendadak atau perubahan durasi siaran. Situasi tersebut terkadang menyebabkan komunikasi dilakukan secara singkat dan tegas demi menyesuaikan kondisi produksi yang sedang berlangsung. Apabila koordinasi tidak dilakukan dengan baik, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan miskomunikasi antar kru.

Implementasi Komunikasi Syariah dalam Produksi Live Studio KOVO (Korean Volly League)

Penerapan komunikasi syariah juga terlihat dalam pelaksanaan produksi live studio KOVO (Korean Volly League). Produksi siaran langsung membutuhkan koordinasi yang cepat karena seluruh proses berlangsung secara real time. Dalam kondisi tersebut, komunikasi antar kru menjadi faktor utama yang menentukan kelancaran siaran.

Pada produksi live studio KOVO (Korean Volly League), Production Assistant bertugas menghubungkan komunikasi antara komentator, pengarah acara, MCR, dan kru studio. Selama siaran berlangsung, kru dituntut mampu menyampaikan instruksi secara cepat dan tepat agar alur produksi tetap berjalan sesuai rundown.



Gambar 3. Siaran Live Studio On Tube KOVO (Korean Volly League)

Meskipun berada dalam tekanan siaran langsung, kru produksi tetap berusaha menjaga etika komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan dan profesional. Sikap saling menghargai antar anggota tim membantu menciptakan suasana kerja yang tetap kondusif meskipun produksi berlangsung dalam tempo yang cepat.

Selain itu, penerapan nilai amanah juga terlihat dari tanggung jawab setiap kru dalam menjalankan tugas masing-masing. Seluruh anggota tim berusaha menjaga kualitas produksi agar siaran dapat berjalan lancar tanpa kendala yang berarti.

Pada divisi creative, komunikasi dilakukan melalui koordinasi terkait kebutuhan visual, materi tayangan, hingga pengaturan alur siaran selama pertandingan berlangsung. Tim creative berusaha menjaga komunikasi yang baik agar tidak terjadi kesalahan dalam penyajian materi visual selama siaran langsung berlangsung.

Namun demikian, produksi live studio KOVO (Korean Volly League) memiliki tantangan tersendiri karena perubahan teknis dapat terjadi sewaktu-waktu. Situasi tersebut terkadang menyebabkan komunikasi dilakukan secara singkat dan cepat sehingga berpotensi memunculkan miskomunikasi apabila koordinasi tidak dilakukan dengan baik.

Implementasi Komunikasi Syariah dalam Produksi AFC/ACL LEAGUE

Dalam produksi siaran AFC/ ACL LEAGUE, implementasi komunikasi syariah terlihat melalui kerja sama antar kru produksi dan tim creative selama pelaksanaan siaran langsung pertandingan. Produksi siaran olahraga memiliki tingkat tekanan kerja yang cukup tinggi karena seluruh proses berlangsung secara langsung dan membutuhkan koordinasi yang akurat.

Gambar 4. Dokomentasi Dengan Host Pembawa Acara

Divisi production memiliki tanggung jawab dalam memastikan komunikasi antara studio, komentator, MCR, dan tim teknis berjalan dengan baik. Production Assistant berperan penting dalam menyampaikan informasi terkait jalannya siaran, durasi pertandingan, maupun kebutuhan teknis lainnya kepada seluruh kru yang terlibat.

Penerapan prinsip qaulan sadidan tampak dalam penyampaian instruksi

yang dilakukan secara jelas dan tepat agar tidak menimbulkan kesalahan teknis selama siaran berlangsung. Selain itu, komunikasi antar kru juga tetap dilakukan secara sopan meskipun situasi produksi berlangsung cepat dan penuh tekanan.

Pada divisi creative, penerapan komunikasi syariah terlihat ketika tim melakukan koordinasi terkait visual pertandingan, grafis siaran, hingga materi pendukung tayangan. Setiap anggota tim berusaha menjaga komunikasi yang baik agar proses kerja dapat berjalan lebih efektif dan terorganisir.

Penerapan komunikasi syariah dalam produksi AFC/ ACL LEAGUE juga membantu menjaga hubungan kerja antar kru tetap harmonis. Sikap saling menghargai dan profesional dalam bekerja membuat koordinasi selama siaran berlangsung menjadi lebih efektif. Walaupun demikian, kendala komunikasi tetap ditemukan dalam produksi AFC/ ACL LEAGUE, terutama ketika terjadi perubahan situasi pertandingan secara mendadak atau adanya gangguan teknis selama siaran berlangsung. Kondisi tersebut menuntut kru untuk mampu berkomunikasi secara cepat sekaligus tetap menjaga etika profesional dalam bekerja.

Analisis Implementasi Komunikasi Syariah

Berdasarkan hasil observasi selama praktik kerja lapangan di MNC Channels, implementasi komunikasi syariah pada divisi production dan creative menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam lingkungan kerja media modern, termasuk dalam proses produksi program televisi dan siaran langsung olahraga. Penerapan komunikasi syariah tidak hanya terlihat dari cara berbicara antar kru, tetapi juga tercermin melalui sikap profesional, tanggung jawab, serta pola kerja sama selama proses produksi berlangsung.

`Pada Program Golden Fit, komunikasi syariah terlihat dari adanya koordinasi kerja yang dilakukan secara sopan dan terstruktur. Kru production dan creative berusaha menjaga hubungan kerja yang baik dengan menggunakan bahasa yang santun ketika memberikan instruksi maupun menyampaikan pendapat. Kondisi tersebut menunjukkan penerapan prinsip qaulan ma'rufa dan qaulan layyina, yaitu berbicara dengan baik dan lemah lembut kepada orang lain. Penerapan komunikasi seperti ini membantu menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman sehingga koordinasi antar tim dapat berjalan lebih efektif.

Selain itu, implementasi komunikasi syariah juga terlihat dari sikap amanah dan tanggung jawab setiap kru dalam menjalankan tugasnya. Production Assistant (PA), tim creative, hingga kru teknis memiliki kesadaran untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai tanggung jawab masing-masing demi menjaga kualitas program. Sikap profesional tersebut menjadi bagian penting dalam penerapan etika komunikasi Islam di lingkungan media penyiaran.

Dalam produksi live studio KOVO (Korean Volly League) dan AFC/ACL LEAGUE, implementasi komunikasi syariah menghadapi tantangan yang lebih besar karena seluruh proses produksi berlangsung secara langsung dan membutuhkan komunikasi cepat. Situasi siaran langsung membuat kru harus mampu memberikan instruksi secara tepat tanpa mengurangi etika komunikasi terhadap sesama rekan kerja. Walaupun berada dalam tekanan waktu dan kondisi

kerja yang dinamis, kru tetap berusaha menjaga sikap profesional dan menghormati satu sama lain selama produksi berlangsung. Penerapan komunikasi syariah pada siaran langsung juga membantu meningkatkan efektivitas kerja tim. Komunikasi yang jelas dan sopan mampu meminimalisasi konflik internal serta membantu mempercepat proses koordinasi ketika terjadi perubahan teknis secara mendadak. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi syariah tidak menghambat proses kerja media yang cepat, tetapi justru menjadi pedoman dalam menjaga hubungan kerja agar tetap harmonis dan profesional.

Namun demikian, implementasi komunikasi syariah belum sepenuhnya berjalan secara maksimal. Dalam beberapa kondisi, tekanan deadline produksi dan perubahan rundown secara mendadak membuat komunikasi berlangsung lebih singkat dan tegas. Situasi tersebut terkadang menimbulkan miskomunikasi antar kru apabila koordinasi tidak dilakukan dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kesadaran seluruh anggota tim untuk tetap menjaga etika komunikasi meskipun berada dalam tekanan produksi yang tinggi.

Secara keseluruhan, implementasi komunikasi syariah pada divisi production dan creative Program Golden Fit, live studio KOVO (Korean Volly League), dan AFC/ACL LEAGUE memberikan dampak positif terhadap lingkungan kerja di MNC Channels. Penerapan nilai kejujuran, tanggung jawab, sopan santun, dan kerja sama mampu menciptakan komunikasi kerja yang lebih efektif serta mendukung kelancaran proses produksi program televisi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi selama praktik kerja lapangan di MNC Channels, implementasi komunikasi syariah pada divisi production dan creative menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam lingkungan kerja media modern, termasuk dalam proses produksi program televisi dan siaran langsung olahraga. Penerapan komunikasi syariah tidak hanya terlihat dari cara berbicara antar kru, tetapi juga tercermin melalui sikap profesional, tanggung jawab, serta pola kerja sama selama proses produksi berlangsung.

Pada Program Golden Fit, komunikasi syariah terlihat dari adanya koordinasi kerja yang dilakukan secara sopan dan terstruktur. Kru production dan creative berusaha menjaga hubungan kerja yang baik dengan menggunakan bahasa yang santun ketika memberikan instruksi maupun menyampaikan pendapat. Kondisi tersebut menunjukkan penerapan prinsip qaulan ma'rufa dan qaulan layyina, yaitu berbicara dengan baik dan lemah lembut kepada orang lain. Penerapan komunikasi seperti ini membantu menciptakan suasana kerja yang lebih nyaman sehingga koordinasi antar tim dapat berjalan lebih efektif.

Selain itu, implementasi komunikasi syariah juga terlihat dari sikap amanah dan tanggung jawab setiap kru dalam menjalankan tugasnya. Production Assistant (PA), tim creative, hingga kru teknis memiliki kesadaran untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai tanggung jawab masing-masing demi menjaga kualitas program. Sikap profesional tersebut menjadi bagian penting dalam penerapan etika komunikasi Islam di lingkungan media penyiaran.

Dalam produksi live studio KOVO dan AFC/ACL LEAGUE, implementasi

komunikasi syariah menghadapi tantangan yang lebih besar karena seluruh proses produksi berlangsung secara langsung dan membutuhkan komunikasi cepat. Situasi siaran langsung membuat kru harus mampu memberikan instruksi secara tepat tanpa mengurangi etika komunikasi terhadap sesama rekan kerja. Walaupun berada dalam tekanan waktu dan kondisi kerja yang dinamis, kru tetap berusaha menjaga sikap profesional dan menghormati satu sama lain selama produksi berlangsung.

Penerapan komunikasi syariah pada siaran langsung juga membantu meningkatkan efektivitas kerja tim. Komunikasi yang jelas dan sopan mampu meminimalisasi konflik internal serta membantu mempercepat proses koordinasi ketika terjadi perubahan teknis secara mendadak. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi syariah tidak menghambat proses kerja media yang cepat, tetapi justru menjadi pedoman dalam menjaga hubungan kerja agar tetap harmonis dan profesional.

Namun demikian, implementasi komunikasi syariah belum sepenuhnya berjalan secara maksimal. Dalam beberapa kondisi, tekanan deadline produksi dan perubahan rundown secara mendadak membuat komunikasi berlangsung lebih singkat dan tegas. Situasi tersebut terkadang menimbulkan miskomunikasi antar kru apabila koordinasi tidak dilakukan dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kesadaran seluruh anggota tim untuk tetap menjaga etika komunikasi meskipun berada dalam tekanan produksi yang tinggi.

Secara keseluruhan, implementasi komunikasi syariah pada divisi production dan creative Program Golden Fit, live studio KOVO, dan AFC/ACL LEAGUE memberikan dampak positif terhadap lingkungan kerja di MNC Channels. Penerapan nilai kejujuran, tanggung jawab, sopan santun, dan kerja sama mampu menciptakan komunikasi kerja yang lebih efektif serta mendukung kelancaran proses produksi program televisi.

DAFTAR PUSTAKA

Amin, M. (2020). Etika Komunikasi Islam: Perspektif Al-Qur'an dan Hadis dalam Media Massa.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Penduduk Lanjut Usia 2023. Jakarta: BPS RI. Cangara, H. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.

Effendy, O. U. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hamid, A., & Budianto, H. (2021). Komunikasi Syariah dalam Media Digital: Tantangan dan Peluang. Jurnal Komunikasi Islam, 11(2), 145–168.

Muis, A. (2001). Komunikasi Islam. PT Remaja Rosdakarya.

Monarshi, E. R., Saraka, M. Y., Bakti, A. F., Praptiningsih, N., & Hermansah, T. (2024). Content, Production, and Audience Research in Trans TV Program "Islam Itu Indah". Communicare: Journal of Communication Studies, 11(1), 88–98.

Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi revisi, Cet. 38). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rahmadi, F. (2020). Etika komunikasi Islam dalam media sosial: Kajian prinsip qaulan dalam praktik bermedsos komunitas Muslim. Jurnal Komunikasi Islam, 10(1), 45–68.

Rakhmat, J. (2018). Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim (Edisi Revisi).

Bandung: Mizan.

Syukur, F. (2019). Komunikasi Islam dalam Perspektif Al-Qur'an. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 13(1), 45–58

Wahyuni, H. I. (2022). Regulasi Media dan Etika Penyiaran dalam Perspektif Islam. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.