

**MEMBANGUN BRANDING BADAR TV SEBAGAI
TELEVISI DAKWAH DI BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh:
Meida Vianti
201610415159**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

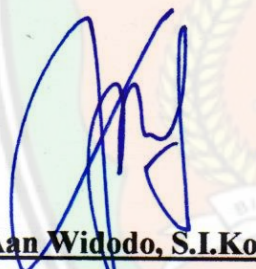
Judul Skripsi : Membangun *Branding* Badar TV Sebagai
Televisi Dakwah Di Bekasi
Nama Mahasiswa : Meida Vianti
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415159
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Skripsi : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN 0322038901


Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN 0310068902

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Membangun *Branding* Badar TV Sebagai
Televisi Dakwah Di Bekasi
Nama Mahasiswa : Meida Vianti
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415159
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Skripsi : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : **Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom**
NIDN 0303077002
Penguji I : **Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom**
NIDN 0322038901
Penguji II : **Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom**
NIDN 0322048204

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, M.I.Kom

NIP 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Membangun *Branding* Badar TV Sebagai Televisi Dakwah di Bekasi** ini adalah benar merupakan hasil skripsi saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah ditulis secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari mungkin ditemukan adanya kecurangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 16 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Meida Vianti

NPM. 201610415159

ABSTRAK

Meida Vianti. 201610415159. Membangun *Branding* Badar TV Sebagai Televisi Dakwah di Bekasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi Badar TV dalam membangun *branding* sebagai televisi dakwah di Bekasi dengan menggunakan konsep *branding* (*Brand Identity*, *Brand Communication*, dan *Brand Activation*) dengan jenis penelitian kualitatif. Kemudian, menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, dokumentasi dan penelusuran data secara online. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah Badar TV menggunakan konsep *branding* (*Brand Identity*, *Brand Communication*, dan *Brand Activation*) untuk membangun *branding* sebagai televisi dakwah. Sedangkan, strategi yang diutamakan Badar TV adalah melalui program acara dakwah yang segmentasinya 50% dan semua program acara mengandung konten dakwah.

Kata kunci: strategi branding, programming, televisi, dakwah



ABSTRACT

Meida Vianti. 201610415159. Building Badar TV Branding as Da'wah Television in Bekasi.

This research was conducted to determine how Badar TV's strategy in building branding as a da'wah television in Bekasi using the concept of branding (Brand Identity, Brand Communication, and Brand Activation) with this type of qualitative research. Then, using data collection techniques by observation, interviews, documentation and online data search. The result of the research that has been done is that Badar TV uses the concept of branding (Brand Identity, Brand Communication, and Brand Activation) to build branding as a da'wah television. Meanwhile, the strategy that Badar TV prioritizes is through da'wah programs with a segmentation of 50% and all programs containing da'wah content.

Keywords: branding strategy, programming, television, da'wah



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyusun proposal skripsi ini dengan baik dengan judul penelitian Membangun *Branding* Badar TV Sebagai Televisi Dakwah Di Bekasi.

Proposal Skripsi merupakan tugas wajib dan syarat untuk dapat menyelesaikan penelitian dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1). Sebagai bahan penelitian ini diambil berdasarkan hasil praktek, observasi, dan beberapa sumber yang mendukung penelitian ini. Proposal Skripsi ini telah peneliti susun semaksimal mungkin dan pastinya dengan bantuan dari berbagai pihak, sehingga peneliti mampu menyusun proposal skripsi ini dengan tepat waktu. Dengan itu, peneliti sangat berterima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu menyusun Proposal Skripsi ini. Terutama kepada Allah SWT dan keluarga tercinta peneliti atas segala kasih sayang, perhatian, serta dukungannya selama penelitian Proposal Skripsi ini berlangsung.

Dalam menyusun Proposal Skripsi ini peneliti menyadari sepenuhnya bahwa terdapat banyak kekurangan mulai dari susunan bahasa maupun penelitian yang ada di dalam Proposal Skripsi ini. Oleh karena itu, izinkanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan selaku Dosen Pembimbing I Proposal Skripsi yang telah membimbing peneliti dalam menyusun ide penelitian serta sistematika penelitian.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Imaddudin, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II Proposal Skripsi yang telah membimbing peneliti dalam menyusun teknik penelitian penelitian.

5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pelaksanaan kuliah magang kerja.
6. Kepada Dita, Defit, Ria, Novi, Lingga, Ayu, Nayu, Susan, Dinar, Kamilah, dan Enza yang selalu memberikan dukungan serta do'a kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian Proposal Skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi kelas C (A3) angkatan 2016 yang sudah *men-support* peneliti dalam menyelesaikan penelitian Proposal Skripsi ini.

Serta seluruh pihak lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian Proposal Skripsi ini masih jauh sekali dari kata sempurna, oleh sebab itu sangat terbuka bagi peneliti untuk dapat menerima saran serta kritik dari pembaca sehingga peneliti dapat memperbaiki Proposal Skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga penelitian Proposal Skripsi ini bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan para pembaca pada umumnya, sehingga dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca.

Jakarta, 02 Februari 2021

Penulis



Meida Vianti

201610415159

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kerangka Konsep	10
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	10
2.1.2 Pengertian Komunikasi	13

2.1.3	Pengertian Komunikasi Massa	14
2.1.4	Pengertian Media Massa	15
2.1.5	Pengertian Televisi	17
2.1.6	<i>Branding</i>	18
2.1.7	Strategi Branding	19
2.1.7.1	Pengertian Strategi Branding	19
2.1.7.2	Jenis-jenis Strategi Branding	20
2.1.8	Program Siaran	22
2.1.9	Dakwah	22
2.2	Kerangka Teoritis	23
2.2.1	Teori <i>Programming</i>	23
2.3	Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Metode Penelitian	27
3.3	Informan Penelitian	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Teknik Analisis Data	31
3.6	Triangulasi Data	31
3.7	Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	32
3.7.1	Waktu Pelaksanaan Penelitian	32
3.7.2	Tempat Pelaksanaan Penelitian	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Hasil Penelitian	33
4.1.1	Gambaran Umum Badar TV	33

4.1.2	Profil Informan	36
4.1.3	Program Acara di Badar TV	38
4.1.4	Badar TV sebagai televisi dakwah	40
4.2	Pembahasan	48
4.2.1	Upaya Badar TV dalam membangun <i>branding</i>	48
4.2.2	Proses penerapan strategi <i>branding</i> Badar TV sebagai televisi dakwah melalui aktivitas programming siaran	50
BAB V PENUTUP		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Program Acara Badar TV 3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 11
Tabel 3.1	Waktu Penelitian 32
Tabel 4.1	Informan 36
Tabel 4.2	Deskripsi Program Acara Badar TV 38



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1	Profil Website Badar TV 33
Gambar 4.2	Profil Website Streaming Badar TV 34
Gambar 4.3	Logo Radio Gema Annisa 35
Gambar 4.4	Pakaian Karyawan Badar TV Dalam Program Dakwah 43
Gambar 4.5	Pakaian Karyawan Badar TV Dalam Program News 43
Gambar 4.6	Program Acara Kuliner “Enak Banget” 44
Gambar 4.7	Penjelasan Dari Segi Kesehatan 45
Gambar 4.8	Penjelasan Dari Segi Kehalalannya 45
Gambar 4.9	Proses Penyampaian Materi 46
Gambar 4.10	Proses Syuting “Lentera Islam” 46
Gambar 4.11	Logo Lama Badar TV 52
Gambar 4.12	Logo Baru Badar TV 53
Gambar 4.13	Liputan Peringatan Isra’ Mi’raj 54
Gambar 4.14	Liputan Program Acara Bersih Masjidku 54
Gambar 4.15	Liputan Program Acara Berbagi Berkah 55
Gambar 4.16	Liputan Program Acara Indahnya Islamku 55
Gambar 4.17	Liputan Program Acara PASTI 56
Gambar 4.18	Wawancara Host Dengan Pemirsa Lentera Islam 57
Gambar 4.19	Kegiatan Program Bersih Masjidku 57

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1	Kerangka pemikiran	24
-----------	--------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata

Lampiran II : Administrasi

Lampiran III : Transkrip hasil wawancara informan

Lampiran IV : Dokumentasi

Lampiran V : Form bimbingan

Lampiran VI : Form perbaikan laporan penelitian skripsi

