

**Research Article**

**The Role of Islamic Communication in Building Teamwork  
between Production Assistants and the Creative Team at MNC  
TV Sports**

**Nanda Saputra**

Universitas Islam 45 Bekasi

E-mail: [nanda.234saputra@gmail.com](mailto:nanda.234saputra@gmail.com)

**Siti Khadijah**

Universitas Islam 45 Bekasi

E-mail: [siti\\_khadijah@unismabekasi.ac.id](mailto:siti_khadijah@unismabekasi.ac.id)

Copyright © 2026 by Authors, Published by Aimmah: Social Sciences Journal

Received : June 29, 2026

Revised : July 30, 2026

Accepted : August 22, 2026

Available online : August 31, 2026

**How to Cite:** Nanda Saputra, & Siti Khadijah. (2026). The Role of Islamic Communication in Building Teamwork between Production Assistants and the Creative Team at MNC TV Sports. Aimmah: Social Sciences Journal, 2(4), 186–192. <https://doi.org/10.63738/aimmah.v2i4.47>

**Abstract**

This study aims to analyze the role of Islamic communication in building teamwork between Production Assistant (PA) and Creative teams at MNCTV SPORT. The research is motivated by the importance of effective communication in television sports production which is characterized by high work pressure, fast coordination, and professional demands. Islamic communication values are considered important in creating harmonious and productive teamwork in media organizations. This research used a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were carried out through observation, in-depth interviews, and documentation during the internship process at MNCTV SPORT. The research subjects consisted of Production Assistants, Creative teams, and production coordinators directly involved in sports program production. The findings show that Islamic communication plays an important role in building teamwork through the implementation of honesty (shiddiq), responsibility (amanah), deliberation (musyawarah), politeness, and mutual respect. Islamic communication values improve work coordination, minimize miscommunication, and create a professional work environment. The study also found that Islamic communication values are applied not only in formal production communication but also in daily interactions among team members. This research contributes to the development of Islamic communication studies in television media industries, especially in teamwork within sports broadcasting production.

**Keywords:** Creative Team, Islamic Communication, Media Television, Production Assistant, Teamwork.

## **Peran Komunikasi Islam dalam Membangun Kerjasama Tim Production Assistant dan Creative MNC TV Sport**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi Islam dalam membangun kerja sama tim antara Production Assistant (PA) dan tim Creative di MNCTV SPORT. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya komunikasi yang efektif dalam proses produksi program olahraga televisi yang memiliki tekanan kerja tinggi, koordinasi cepat, dan tuntutan profesionalitas. Dalam kondisi tersebut, penerapan komunikasi Islam menjadi penting untuk menciptakan hubungan kerja yang harmonis dan produktif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi selama kegiatan magang berlangsung di MNCTV SPORT. Informan penelitian terdiri dari Production Assistant, tim Creative, dan koordinator produksi yang terlibat langsung dalam proses produksi program olahraga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi Islam berperan penting dalam membangun kerja sama tim melalui penerapan nilai shiddiq (jujur), amanah (tanggung jawab), musyawarah, sopan santun, dan saling menghargai. Penerapan komunikasi Islam mampu meningkatkan koordinasi kerja, meminimalisir miskomunikasi, serta menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan nyaman. Penelitian ini juga menemukan bahwa nilai komunikasi Islam diterapkan tidak hanya dalam komunikasi formal produksi, tetapi juga dalam interaksi sehari-hari antaranggota tim. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi Islam pada industri media televisi, khususnya dalam kerja sama tim produksi program olahraga.

**Kata Kunci:** Creative, Komunikasi Islam, Media Televisi, Production Assistant, Kerjasama Tim.

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan industri media televisi di Indonesia mendorong setiap divisi produksi untuk bekerja secara cepat, kreatif, dan profesional. Persaingan media di era digital membuat proses produksi program televisi harus dilakukan secara efektif dengan koordinasi kerja yang terstruktur. Media penyiaran modern dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi dan perubahan perilaku audiens yang semakin dinamis (Saputra et al., 2025). Dalam produksi program olahraga televisi, komunikasi antaranggota tim menjadi faktor penting yang menentukan kelancaran produksi program karena setiap divisi harus mampu bekerja secara cepat dalam menghadapi perubahan situasi produksi.

Tim *Production Assistant* (PA) dan *Creative* merupakan dua divisi yang memiliki hubungan kerja intensif dalam proses produksi program olahraga di MNCTV SPORT. *Production Assistant* bertugas membantu koordinasi teknis produksi, pengaturan jadwal, penyampaian informasi produksi, serta memastikan *rundown* program berjalan sesuai perencanaan. Sementara itu, tim *Creative* bertanggung jawab dalam penyusunan ide program, pengembangan konsep visual, dan kebutuhan konten kreatif produksi. Dalam lingkungan kerja media televisi, koordinasi komunikasi antar divisi menjadi kebutuhan utama untuk menjaga efektivitas produksi program (Ariyanto & Kurniawan, 2021).

Kerja sama antara kedua divisi tersebut membutuhkan komunikasi yang efektif agar proses produksi dapat berjalan dengan baik. Namun, tekanan *deadline* produksi, perubahan *rundown* secara mendadak, serta budaya kerja cepat dalam industri media televisi sering

kali memunculkan hambatan komunikasi. Dalam beberapa kondisi, komunikasi dilakukan secara singkat dan cepat sehingga berpotensi menyebabkan miskomunikasi antaranggota tim. Robbins & Judge (2020) menjelaskan bahwa komunikasi menjadi faktor utama dalam keberhasilan kerja sama tim karena berfungsi sebagai alat koordinasi, penyelesaian masalah, dan pengambilan keputusan dalam organisasi. Dalam lingkungan media televisi, komunikasi yang efektif menjadi kebutuhan utama karena proses produksi berlangsung secara dinamis dan terikat waktu tayang.

Selain komunikasi organisasi, budaya kerja dalam industri media juga memengaruhi hubungan interpersonal antarpegawai. Penelitian (Bairizki, 2017) menjelaskan bahwa lingkungan kerja media produksi televisi memiliki tekanan kerja yang tinggi sehingga kualitas komunikasi interpersonal sangat memengaruhi kepuasan kerja dan efektivitas tim produksi. Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral dan sosial manusia terhadap sesama. (Mowlana, 2019) menjelaskan bahwa komunikasi Islam memiliki dimensi etika yang menempatkan komunikasi sebagai bagian dari perilaku moral manusia. Prinsip komunikasi Islam dikenal melalui konsep *qaulan sadidan*, *qaulan ma'rufan*, *qaulan balighan*, *qaulan layyinan*, dan *qaulan kariman* yang menekankan penyampaian pesan secara benar, baik, efektif, lembut, dan menghargai lawan bicara.

Kajian komunikasi Islam dalam media penyiaran modern semakin berkembang seiring meningkatnya kebutuhan etika komunikasi dalam industri media digital. (Islami & Fuadi, 2026) menjelaskan bahwa komunikasi penyiaran Islam tidak hanya berkaitan dengan dakwah, tetapi juga menyangkut budaya komunikasi profesional dalam media modern yang menekankan nilai etika, tanggung jawab, dan penghormatan antarindividu.

Penelitian terdahulu mengenai komunikasi Islam lebih banyak membahas komunikasi dakwah, etika media Islami, serta komunikasi digital berbasis Islam. (Yusuf, 2020) menjelaskan bahwa komunikasi Islam memiliki fungsi sosial dalam membangun hubungan interpersonal yang harmonis melalui nilai kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap lawan bicara. Sementara itu, (Rohmadi & Suhartini, 2021) menjelaskan bahwa tekanan industri media dapat memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal dalam organisasi media sehingga dibutuhkan budaya komunikasi yang sehat dalam lingkungan kerja media modern.

Karakteristik industri media modern yang cepat dan kompetitif juga memengaruhi pola komunikasi organisasi. (Omidi et al., 2022) menjelaskan bahwa pekerja media modern dituntut mampu bekerja secara fleksibel dan cepat dalam menghadapi perubahan situasi produksi. Kondisi tersebut menyebabkan kebutuhan komunikasi yang efektif menjadi semakin penting dalam menjaga koordinasi kerja tim media.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih sedikit penelitian yang membahas implementasi komunikasi Islam dalam membangun kerja sama tim produksi program olahraga televisi, khususnya hubungan kerja antara *Production Assistant* dan *Creative*. Penelitian ini hadir untuk mengisi *research gap* mengenai penerapan komunikasi Islam dalam budaya kerja media olahraga televisi modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi Islam dalam membangun kerja sama tim *Production Assistant* dan *Creative* di MNCTV SPORT serta mengetahui bentuk penerapan nilai komunikasi Islam dalam aktivitas produksi sehari-hari.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam mengenai peran

komunikasi Islam dalam membangun kerja sama tim *Production Assistant* dan *Creative* di MNCTV SPORT. Penelitian kualitatif digunakan karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial dan komunikasi dalam lingkungan kerja media televisi (Miles et al., 2020). Penelitian dilaksanakan selama kegiatan magang berlangsung di lingkungan kerja MNCTV SPORT Jakarta. Subjek penelitian terdiri dari *Production Assistant*, anggota tim *Creative*, dan koordinator produksi yang terlibat langsung dalam proses produksi program olahraga. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan keterlibatan mereka dalam aktivitas produksi dan koordinasi kerja sehari-hari.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati proses komunikasi kerja antara *Production Assistant* dan *Creative* selama produksi program berlangsung. Peneliti mengamati pola koordinasi kerja, penyampaian informasi produksi, proses *briefing*, hingga komunikasi interpersonal antaranggota tim.

Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai bentuk penerapan komunikasi Islam dalam lingkungan kerja media televisi. Dokumentasi berupa *rundown* produksi, catatan koordinasi kerja, serta dokumentasi kegiatan produksi digunakan sebagai data pendukung penelitian. Teknik analisis data menggunakan model (Miles et al., 2020) yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dilakukan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode untuk memastikan keakuratan data penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi Islam memiliki peran penting dalam membangun kerja sama tim antara *Production Assistant* dan *Creative* di MNCTV SPORT. Dalam proses produksi program olahraga televisi, komunikasi menjadi faktor utama yang menentukan efektivitas koordinasi kerja antaranggota tim. Budaya kerja media televisi yang cepat dan dinamis membuat setiap anggota tim harus mampu beradaptasi dengan perubahan situasi produksi secara cepat dan tepat.

Lingkungan kerja media televisi memiliki ritme kerja yang padat dengan tekanan *deadline* produksi yang tinggi. Proses produksi program olahraga sering mengalami perubahan *rundown* secara mendadak, penyesuaian jadwal produksi, hingga perubahan kebutuhan teknis di lapangan. Kondisi tersebut membuat setiap anggota tim harus mampu melakukan koordinasi secara cepat agar produksi tetap berjalan sesuai target. (Weick et al., 2020) menjelaskan bahwa organisasi dengan respons kerja cepat membutuhkan sistem komunikasi yang fleksibel dan efektif untuk menjaga stabilitas kerja di tengah perubahan situasi yang dinamis.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang berlangsung, komunikasi kerja antara *Production Assistant* dan *Creative* dilakukan secara intensif melalui *briefing* produksi, grup komunikasi digital, dan koordinasi langsung di lapangan. *Production Assistant* berperan sebagai penghubung komunikasi antar divisi produksi, sedangkan tim *Creative* bertanggung jawab terhadap kebutuhan konsep dan konten program.

Dalam praktiknya, komunikasi Islam terlihat melalui penggunaan bahasa yang sopan, penyampaian informasi secara jelas, serta sikap saling menghargai antaranggota tim. Salah satu informan menjelaskan bahwa komunikasi yang baik menjadi kebutuhan utama dalam menjaga suasana kerja tetap kondusif di tengah tekanan produksi yang tinggi.

Seorang informan menyatakan:

*“Kalau ada perubahan rundown mendadak, biasanya PA langsung kasih informasi*

*ke tim dengan bahasa yang baik supaya semua tetap fokus dan tidak panik.”*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada efektivitas kerja, tetapi juga memperhatikan etika komunikasi interpersonal. Dalam perspektif komunikasi Islam, kondisi tersebut menunjukkan penerapan prinsip *qaulan balighan*, yaitu penyampaian pesan secara efektif dan mudah dipahami. (Yusuf, 2020) menjelaskan bahwa komunikasi Islam menekankan pentingnya penyampaian pesan secara jelas agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam hubungan sosial maupun profesional.

Selain itu, penerapan nilai *shiddiq* atau kejujuran terlihat ketika anggota tim menyampaikan informasi produksi secara terbuka tanpa menutupi kendala yang terjadi di lapangan. Dalam beberapa situasi produksi, perubahan jadwal dan revisi kebutuhan program disampaikan secara langsung kepada seluruh anggota tim agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Nilai kejujuran tersebut membantu membangun rasa percaya antaranggota tim produksi.

Nilai *amanah* juga terlihat dalam tanggung jawab setiap anggota tim terhadap pekerjaan masing-masing. *Production Assistant* bertanggung jawab memastikan koordinasi produksi berjalan sesuai *rundown*, sedangkan tim *Creative* bertanggung jawab terhadap kebutuhan konsep visual dan ide program. Sikap tanggung jawab tersebut membantu menjaga efektivitas kerja sama tim dalam lingkungan produksi media yang memiliki tekanan kerja tinggi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan komunikasi Islam membantu menciptakan budaya kerja yang lebih profesional dan harmonis (Islami & Fuadi, 2026) menjelaskan bahwa komunikasi Islam dalam media penyiaran modern berfungsi sebagai pedoman etika komunikasi profesional yang mampu menjaga kualitas hubungan kerja antarindividu dalam organisasi media.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa kerja sama tim dalam produksi program olahraga tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas komunikasi interpersonal antaranggota tim. Ketika komunikasi dilakukan secara terbuka dan saling menghargai, proses produksi dapat berjalan lebih terorganisir meskipun berada dalam tekanan *deadline* produksi.

Dalam proses *brainstorming* ide program, anggota tim diberikan kesempatan menyampaikan pendapat dan masukan secara terbuka. Situasi tersebut menunjukkan adanya penerapan prinsip musyawarah dalam komunikasi Islam. Setiap anggota tim memiliki ruang untuk menyampaikan ide tanpa adanya intimidasi maupun perlakuan merendahkan dari anggota lainnya.

Komunikasi yang dilakukan secara terbuka membantu menciptakan hubungan kerja yang lebih harmonis. Anggota tim tidak hanya fokus terhadap penyelesaian pekerjaan, tetapi juga berusaha menjaga kenyamanan komunikasi antaranggota tim produksi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi Islam tidak hanya diterapkan dalam komunikasi formal produksi, tetapi juga dalam interaksi sosial sehari-hari di lingkungan kerja media televisi.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Rohmadi & Suhartini, 2021) yang menjelaskan bahwa budaya komunikasi yang sehat dalam organisasi media dapat meningkatkan kualitas koordinasi kerja dan memperkuat hubungan interpersonal antarpegawai media.

Penelitian ini juga menemukan bahwa media komunikasi digital menjadi bagian penting dalam koordinasi kerja produksi. Informasi produksi disampaikan melalui grup komunikasi digital untuk mempercepat penyebaran informasi kepada seluruh anggota tim.

(Saputra et al., 2025) menjelaskan bahwa pengelolaan informasi digital melalui saluran komunikasi organisasi membantu meningkatkan efisiensi komunikasi dalam lingkungan kerja modern.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan dalam penerapan komunikasi Islam pada lingkungan kerja media televisi. Salah satu hambatan utama adalah tekanan *deadline* produksi yang menyebabkan komunikasi terkadang dilakukan secara cepat dan singkat. Dalam beberapa kondisi, anggota tim harus melakukan koordinasi sambil menjalankan pekerjaan teknis lainnya sehingga penyampaian informasi dilakukan secara praktis dan terbatas.

Selain itu, perubahan *rundown* secara mendadak juga berpotensi menimbulkan miskomunikasi apabila informasi tidak tersampaikan secara menyeluruh kepada seluruh anggota tim produksi. Dalam situasi tertentu, tekanan kerja menyebabkan komunikasi dilakukan dengan nada yang lebih tegas dibanding kondisi kerja normal.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa budaya kerja media televisi modern memiliki pengaruh besar terhadap pola komunikasi organisasi. (Omid et al., 2022) menjelaskan bahwa industri media modern memiliki karakteristik kerja cepat, fleksibel, dan kompetitif sehingga pekerja media dituntut mampu menjaga koordinasi komunikasi secara efektif di tengah tekanan produksi yang tinggi.

Selain faktor tekanan kerja, lingkungan organisasi juga memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal dalam tim produksi. (Bairizki, 2017) menjelaskan bahwa lingkungan kerja yang kondusif dapat meningkatkan kenyamanan komunikasi dan kepuasan kerja pegawai produksi media televisi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi Islam membantu menciptakan hubungan kerja yang lebih profesional dan harmonis di tengah tekanan industri media televisi. Penerapan nilai sopan santun, tanggung jawab, dan saling menghargai mampu membantu anggota tim menjaga kualitas komunikasi interpersonal selama proses produksi berlangsung.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa komunikasi Islam memiliki relevansi dalam budaya kerja media modern, khususnya dalam membangun koordinasi kerja tim produksi televisi. Nilai komunikasi Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral individu, tetapi juga menjadi faktor pendukung efektivitas komunikasi organisasi dalam lingkungan kerja media.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi Islam memiliki peran penting dalam membangun kerja sama tim antara *Production Assistant* dan *Creative* di MNCTV SPORT. Nilai komunikasi Islam seperti *shiddiq*, *amanah*, musyawarah, sopan santun, dan saling menghargai membantu meningkatkan koordinasi kerja serta menciptakan hubungan kerja yang harmonis dalam proses produksi program olahraga televisi.

Penerapan komunikasi Islam membantu meminimalisir miskomunikasi, meningkatkan rasa tanggung jawab, dan menjaga efektivitas kerja sama tim di tengah tekanan industri media televisi yang cepat dan dinamis. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi Islam memiliki relevansi dalam budaya kerja media modern serta memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi Islam pada industri *broadcasting* televisi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ariyanto, A., & Kurniawan, R. (2021). Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan

- Efektivitas Kerja Tim Media Broadcasting. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(3), 210–223.
- Bairizki, A. (2017). Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja dalam Hubungannya dengan Kepuasan Kerja Pegawai Bagian Produksi Kompas TV. *Jurnal Valid*, 14(2), 145–154. <https://stieamm.ac.id/wp-content/uploads/2017/07/5-Ahmad-Bairizki.pdf>
- Islami, N. A., & Fuadi, H. (2026). Komunikasi Penyiaran Islam: Perspektif Dakwah, Media, dan Budaya. *Masca: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 37–44.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Mowlana, H. (2019). *Communication Ethics and Islamic Tradition*. University Press of America.
- Omidi, A., Dal Zotto, C., & Picard, R. G. (2022). The nature of work in the media industries: A literature review and future directions. *Journal. Media*, 3(1), 157–181. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010013>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2020). *Organizational Behavior*. Pearson Education.
- Rohmadi, A., & Suhartini, R. (2021). Manajemen komunikasi media Islami dalam industri digital. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 121–139.
- Saputra, A. A., Alfarizi, M. Z., Al Fakhri, A. R., & Am, A. R. (2025). Strategi Pola Komunikasi Organisasi dan Pengelolaan Informasi Digital Melalui Saluran Media Sosial Guna Meningkatkan Efisiensi dalam Berkomunikasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 2(3), 1118–1123. <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jimp/article/view/1464>
- Weick, K. E., Sutcliffe, K. M., & Obstfeld, D. (2020). To the Edge and Beyond: How Fast-Response Organizations Adapt in Rapidly Changing Crisis Situations. *Human Relations*, 73(9), 1179–1203. <https://doi.org/10.1177/0018726719893450>
- Yusuf, O. (2020). Toward an Islamic communication theory. *Global Media Journal*, 18(35), 1–15.