



Strategi Kreatif Produser Hafiz Indonesia RCTI

Almaratus Sholihah

UIN Sunan Kalijaga

almaratussholihah19@yahoo.co.id

Abstract

Currently, there is no that many of talent search show of hafidz/hafidzoh Al-Quran aired on television, especially in Indonesia. This is caused by the lack of interest of religion-themed show, especially about memorizing (hafiz) Al-Qur'an. Subsequently, the viewers of the program will be small. RCTI as a national television station aired a talent search show named Hafiz Indonesia with children categorization and succeeded to attract television audiences' attention. This can be seen from the high rating and share for this show during Ramadhan. This research aims to observe on how the producer of Hafiz Indonesia strategize to maintain its position and existence on RCTI. This research used descriptive-qualitative approach by using Febe Chen's Theory on creative and original personality. Data collection technique used in this research are observation, direct interiew with the producer of Hafiz Indonesia, and documentation such as documents related to the research from Hafiz Indonesia production team. Data analysis used in this research consisted of data reduction, data display, and conclusion drawing. This research resulted that the producer of Hafiz Indonesia's strategy on maintaining its existence is by showing something different and unique every year. These efforts were shiwed in the shape such as raising the number of memorization for participants from minimum of 1 juz to 5 juz of Al-Qur'an, presenting hafiz/hafidzoh Al-Qur'an inspirators from Tajikistan, Egypt, and Governors that are Hafiz Al-Quran, as well as upgrading gimmick in the form og games, Al-Qur'an maps, continuing ayat, and random estafet.

Keywords: Creative Strategy, Hafiz Indonesia, Being Creative Personality

Abstrak

Saat ini, tidak banyak atau bahkan jarang didapati ajang pencarian bakat penghafal Al-Qur'an yang ditayangkan oleh stasiun televisi Indonesia. Hal ini disebabkan karena kurang diminatinya tayangan bertajuk keagamaan, terutama hafalan Al-Qur'an, yang kemudian membuat kecilnya jumlah penonton program acara ini. Stasiun televisi nasional RCTI menayangkan program dengan tema pencarian bakat Hafiz Indonesia kategori anak-anak dan berhasil menarik perhatian penonton televisi. Hal ini terbukti dari *rating* dan *share* yang cukup tinggi untuk acara ini selama Bulan Ramadhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengamati bagaimana strategi produser program acara Hafiz Indonesia dalam mempertahankan eksistensi program ini di RCTI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teorimilik Febe Chen yang membahas mengenai pribadi kreatif dan orisinil. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara langsung dengan

produser Hafiz Indonesia, serta dokumentasi yang berupa pengumpulan dokumen-dokumen berkaitan dari tim Hafiz Indonesia. Sedangkan analisis data yang digunakan antara lain adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa strategi produser Hafiz Indonesia dalam mempertahankan eksistensi program acara Hafiz Indonesia adalah dengan menampilkan sesuatu yang berbeda di setiap tahunnya. Upaya-upaya tersebut di antaranya seperti menaikkan jumlah hafalan bagi peserta dari minimal 1 juz Al-Qur'an menjadi 5 juz Al-Qur'an, menghadirkan inspirator penghafal Al-Qur'an dari Tajekistan, Mesir dan para gubernur Indonesia yang merupakan seorang hafiz, serta memperbaharui *gimmick* berupa *games* seperti peta Al-Qur'an, sambung ayat dan estafet *random*.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, Hafiz Indonesia, Menjadi Pribadi Kreatif

A. Pendahuluan

Acara religi biasanya disusun berdasarkan prinsip-prinsip keagamaan dengan pola yang tetap, yaitu menghadirkan ahli agama dan khalayak yang menontonnya secara langsung. Namun gebrakan acara keagamaan semacam ini mulai tergerus dikarenakan jangkauan acaranya yang dinilai kurang bersahabat dengan segala umur. Oleh karena itulah dalam beberapa tahun ini, banyak program religi lebih berwarna dengan adanya program yang lebih inklusif, lebih bisa menjangkau semua umur dan berbeda. Salah satu program acara televisi di RCTI yang bertajuk religi adalah Hafiz Indonesia, yang formatnya merupakan acara kompetisi berbasis religi. Acara ini ditayangkan setiap Bulan Ramadhan dan sudah berjalan selama 5 tahun terakhir. Hafiz Indonesia menjadi program religi yang memiliki banyak penggemar dan berhasil mencuri perhatian jutaan penonton di Bulan Ramadhan. Acara ini dikemas dengan apik dan dengan persiapan yang matang, mulai dari penentuan jam tayang yang diambil pada siang hari dimana merupakan waktu istirahat masyarakat sehingga akan lebih banyak masyarakat yang menonton televisi.

Acara yang selalu hadir ketika bulan ramadhan ini tentu merupakan salah satu usaha untuk menghadirkan acara religi yang diharapkan berkualitas dan memiliki daya saing baik sebagai acara televisi maupun sebagai tuntunan. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak bosan dan cenderung menyukai program-program religi yang ada di televisi.



Program Hafiz Indonesia dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*) terkenal di dunia pertelevisian dan dikenal akrab dengan anak-anak, yakni Irfan Hakim. Dewan juri yang dipilih untuk acara ini juga merupakan orang-orang kompeten di bidangnya seperti Syekh Ali Jaber, Abi Amir Fishol Fath, serta Ustadzah Lulu Susanti. Acara Hafiz Indonesia dikhususkan untuk kategori anak-anak dengan jenjang usia antara 3-10 tahun dengan memiliki hafalan minimal 5 juz Al-Qur'an, dengan bacaan tartil dan tajwid yang benar. Terdapat 5 tahapan seleksi yang harus diikuti oleh peserta, yaitu tahap *salamah* (audisi), tahap *muqadimah* (perkenalan), tahap *izaalah* (eliminasi), tahap *musabaqah* (perlombaan), dan yang terakhir adalah wisuda akbar. Penentuan pemenang acara kompetisi ini murni diambil berdasarkan penilaian dewan juri, yang dilihat dari segi kualitas hafalan peserta.

Kesuksesan acara ini tentunya tak lepas dari peran penting seorang produser yang berhasil menuangkan id-ide kreatifnya, sehingga membuat acara ini lebih menarik dan diminati banyak penonton. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fani Aulia dengan judul *Strategi Produser Program Mamah & AA Beraksi Dalam Mempertahankan Kualitas Program Di Stasiun Televisi Indosiar* dijelaskan bahwa strategi kreatif seorang produser terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas program acara dengan melihat pada peningkatan dan pembaharuan ide-ide kreatif yang selalu diterapkan di setiap produksi acaranya. Dalam penelitian ini, kualitas program lebih ditekankan sebagai tujuan strategi produser dibandingkan eksistensi program itu sendiri.¹ Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Canggh Bakti Pratiwi dengan judul *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun Aditiv*² dijelaskan bahwa strategi yang digunakan produser untuk mempertahankan

¹Muhammad Fani Maulana, *Strategi Produser Program Mamah & AA Beraksi Dalam Mempertahankan Kualitas Program di Stasiun Televisi Indonesia*, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

²Canggh Bakti Pratiwi, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun Aditiv*, Jurusan Komunikasi dan

eksistensi programnya adalah dengan menciptakan terobosan-terobosan baru, seperti memilih host yang handal, penempatan slot/waktu tayang pada jam istirahat penonton, tema-tema yang menarik, penataan artistik yang apik, dan menentukan karakteristik siaran serta rajin melakukan evaluasi dan inovasi. Sepenting itu lah peran seorang produser dalam menentukan strategi kreatif yang sesuai dengan program acara yang dipegangnya guna mempertahankan eksistensi program tersebut, mengingat persaingan penayangan program acara di televisi juga sangat sengit.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana strategi kreatif produser program acara Hafizh Indonesia dalam mempertahankan eksistensi program ini di RCTI. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi para kreatif media dalam menyajikan tayangan-tayangan yang berkualitas, terutama tayangan religi.

B. Pembahasan

Produser dan program acara televisi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini karena produser merupakan penemu ide-ide besar dalam sebuah program televisi. Maka dari itu, seorang produser dituntut untuk memiliki kreatifitas yang tinggi serta strategi yang baik guna mengembangkan program acara yang disajikannya.

1. Pengertian Strategi Kreatif

Definisi strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam pencapaian tujuan tersebut, strategi bukan hanya berfungsi sebagai peta penunjuk jalan saja, melainkan juga sebagai penunjuk bagaimana taktik operasionalnya.³

Sedangkan definisi kreatif menurut *Creative Education Foundation* adalah kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekelompok orang) yang

Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

³Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung, PT. Alumni, 1986), hlm. 97.



memungkinkan mereka menentukan pendekatan-pendekatan, atau terobosan baru dalam menghadapi suatu masalah atau situasi tertentu, yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik dan berbeda, serta lebih dari sebelumnya.⁴ Hasil sebuah kreatifitas biasanya orisinal dan unik, atau bisa juga menjadi sebuah ide yang baru. Munculnya ide kreatif dapat berasal dari berbagai hal, salah satunya adalah inspirasi yang muncul dari hobi dan lingkungan sekitar, yang kemudian dikembangkan kembali sehingga menjadi sebuah program acara televisi yang dikemas secara menarik dan berbeda.

Menurut Kasali, strategi kreatif adalah orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif dalam membuat suatu program.⁵

2. Strategi Kreatif Program Acara Televisi

Dalam industri penyiaran, segala macam strategi dilakukan demi mendapatkan perhatian penonton. Mulai dari penentuan jam tayang, susunan acara, bintang tamu, dan lain sebagainya. Strategi perencanaan pun disusun dan dilakukan oleh seorang produser, yang mencakup strategi jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Hal ini dilakukan agar seorang produser memiliki gambaran tentang apa saja kebutuhan dari program acara tersebut, dan dapat memperhitungkan jumlah dana yang diperlukan nantinya. Melalui perencanaan tersebut, kreatifitas seorang produser dapat diterapkan demi menghasilkan sebuah acara yang berkualitas dan dapat bertahan lama sebagai program acara yang dinanti pemirsa.

Menurut Febe Chen, untuk menjadi seseorang yang kreatif dan orisinal, seseorang harus mempelajari beberapa strategi, di antaranya:⁶

1. Dapat menemukan ide sendiri, tidak meniru ide orang lain-bukan copycat, tapi orisinal.
2. Mampu mengembangkan ide yang sudah ada menjadi lebih baik dan kompleks.
3. Mampu mempertanyakan apa yang kita dengar.
4. Mencermati apa yang diajarkan orang-orang pada kita.

⁴Indra Prawira, *Perencanaan Program Televisi*, (Jakarta: Gramedia. 2007), hal.77.

⁵Kasali, *Manajemen Periklanan*, (Jakarta: Gramedia, 1992), hal.81

⁶Febe Chen, *Be Creative ! Menjadi Pribadi Kreatif, 100 Pengertian Untuk Mengembangkan Kreativitas*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hal.11.

5. Mengambil pelajaran dari pengalaman orang lain dan diri sendiri.
6. Belajar logis, rasional, dan menggabungkan dengan ide kreatif yang unik.
7. Mampu memahami, menciptakan, dan membagi pengetahuan yang dikuasai.
8. Milikilah informasi yang berlimpah.
9. Pertajamlah memori dengan praktik dan masukan yang positif.
10. Mampu mengevaluasi dan membedakan antara ide yang baik dan ide yang harus dibuang jauh-jauh.
11. Milikilah kemauan untuk menghasilkan banyak ide, hanya untuk kesenangan dan menghibur diri.
12. Curahkanlah energi dan berikan banyak perhatian pada bidang yang anda minati.
13. Tekuni dan perdalam bidang yang dikuasai.
14. Gunakanlah semua kemampuan otak anda.
15. Akseslah alam bawah sadar.
16. Kembangkanlah intuisi.
17. Ringankan konsep-buatlah efektif dan sederhana-gunakanlah rumus penggabungan antara idealism dan realitas kehidupan.
18. Kembangkanlah keingintahuan, jangan takut bertanya, walau tampaknya bodoh dan kekanak-kanakan, Einstein pun seperti itu!
19. Lakukanlah aktivitas positif yang disukai, dan pastikan anda menikmatinya.

Dari 19 strategi yang dikemukakan oleh Febe Chen di atas, penulis hanya akan mengambil 7 strategi dalam penelitian ini. Dipilihnya 7 strategi ini dilandasi atas asumsi bahwa dari 19 strategi yang ada, hanya 7 strategi yang sesuai dengan strategi seorang produser dalam televisi dalam menuangkan ide kreatifnya pada program acara televisi yang diproduksinya. Ketujuh strategi tersebut adalah:

1. Menemukan ide, tidak meniru ide orang lain⁷

Dalam proses pembuatan sebuah program yang berkualitas dan diminati banyak penonton, seorang Produser dituntut untuk mampu menghasilkan ide-ide kreatif yang berbeda dengan yang lainnya. Hal ini ditujukan agar sebuah program yang dihasilkan memiliki daya tarik tersendiri di hati pemirsa. Meniru ide orang lain hanya akan menimbulkan efek bosan bagi pemirsa, oleh karena itu ide-ide baru yang dikemas dengan sesuatu yang kreatif akan menjadi hal baru yang berdampak positif bagi penggerak media maupun penonton setianya.

2. Mengembangkan ide yang sudah ada menjadi lebih baik dan kompleks⁸

Setelah menemukan ide yang, proses selanjutnya adalah mengembangkan ide tersebut agar semakin meningkatkan kualitas dari program acara yang disajikan. Sehingga penonton tidak akan bosan karena tidak adanya perkembangan di setiap episodenya.

⁷Febe Chen, *Be Creative ! Menjadi Pribadi Kreatif, 100 Pengertian Untuk Mengembangkan Kreativitas*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hal.11

⁸*Ibid.*



3. Mengambil pelajaran dari pengalam orang lain dan diri sendiri⁹

Dengan mengambil pelajaran dari pengalam orang lain dan diri sendiri, seseorang atau seorang produser akan lebih membuat kreatifitasnya meningkat dan menghasilkan lebih banyak ide-ide cemerlang. Baik pengalaman yang baik maupun pengalaman yang buruk, keduanya akan tetap memberikan pengaruh terhadap proses kreatif. Pengalaman baik dapat dijadikan teladan, sedangkan pengalaman buruk dapat dijadikan pelajaran.

4. Belajar logis, rasional, dan menggabungkannya dengan ide kreatif yang unik¹⁰

Sebuah ide dikatakan kreatif jika dapat diterima oleh akal manusia. Ide kreatif dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat jika terdapat sesuatu yang unik di dalamnya. Maka dari itu, dalam sebuah program acara, apabila seorang produser memiliki ide-ide kreatif yang unik, akan jauh berbeda dengan yang lainnya, yang kemudian membuat program acara yang disajikan dapat bertahan lama di televisi.

5. Miliki lah informasi yang berlimpah¹¹

Semakn banyak informasi yang dimiliki oleh produser, akan semakin mudah ide-ide kreatif muncul. Informasi-informasi ini dapat bersumber dari buku, orang-orang berpengalaman, seseorang yang ahli dalam bidangnya maupun dari teknologi informasi.

6. Mampu mengevaluasi dan membedakan antara ide yang baik dan ide yang harus dibuang jauh-jauh¹²

Sebuah ide dapat dikatakan baik apabila ide tersebut dapat menghasilkan sebuah terobosan-terobosan baru. Sedangkan ide yang harus dibuang jauh-jauh adalah ide yang dapat merusak sebuah kreatifitas yang dihasilkan. Maka dari itu, seorang produser perlu melakukan evaluasi dari setiap ide yang dituangkan dan harus mampu memilih gagasan yang paling baikm agar menghasilkan sebuah program acara yang ebrkualitas.

7. Kembangkanlah keingintahuan¹³

Keingintahuan yang besar dapat meningkatkan kreatifitas berpikir seseorang. Oleh sebab itu, seorang produser dituntut untuk memiliki rasa ingin

⁹*Ibid.*

¹⁰*Ibid.*

¹¹*Ibid.*

¹²*Ibid.*

¹³*Ibid.*

tahu yang tinggi terhadap segala sesuatu, dan memenuhi keingintahuannya dengan cara bertanya dengan orang-orang yang ahli di bidangnya maupun dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya melalui buku, internet, dan lain sebagainya.



C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang nantinya sumber data dan analisisnya dilakukan secara deskriptif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui proses penelitian langsung dari sasaran penelitian, berupa wawancara langsung dengan Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser program acara Hafiz Indonesia. Pertanyaan kepada narasumber yang dijadikan acuan utama dalam penelitian ini adalah tentang strategi kreatif yang dimiliki dalam mempertahankan eksistensi program acara Hafiz Indonesia di RCTI. Peneliti juga mewawancarai Ubaidillah selaku *production assistant* Hafiz Indonesia, untuk mendapatkan lebih banyak informasi yang dibutuhkan, beserta data sekunder. Sedangkan untuk membedah data, peneliti menggunakan studi kasus dengan berfokus pada satu kasus sesuai dengan rumusan masalah yang ditulis. Dalam penelitian ini data di analisis secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992), yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

D. Hasil Penelitian

1. Perkembangan Program Acara Hafiz Indonesia RCTI

Program Acara Hafiz Indonesia merupakan salah satu program religi milik RCTI yang tayang setiap bulan Ramadhan sejak tahun 2013. Hafiz Indonesia merupakan program pencarian bakat penghafal Al-Qur'an anak-anak usia 3 sampai 10 tahun yang memiliki hafalan minimal 5 juz Al-Qur'an. Sebelum



terwujudnya program acara Hafiz Indonesia, ide awal pembuatan programnya adalah MTQ atau Musabaqah Tilawatil Qur'an. Namun, karena melihat animo masyarakat yang kurang berminat menyaksikan *event* MTQ, maka dibuatlah kemasan berbeda yakni ajang Hafiz Indonesia.¹⁴

Pada awalnya, di tahun 2013 minimal hafalan para peserta Hafiz Indonesia adalah 1 juz dengan usia maksimal 7 tahun. Saat tayang perdananya, Hafiz Indonesia berhasil mencuri perhatian masyarakat dengan mendapatkan *rating* dan *share* mencapai level 15,5. Di tahun 2014, tim Hafiz Indonesia menaikkan kriteria hafalan para peserta menjadi 2 juz dengan usia maksimal 7 tahun. Pada tahun 2014 ini, Hafiz Indonesia menyabet 2 penghargaan sekaligus, sebagai Program Anak Terfavorit pada ajang Panasonic Gobel Awards 2014, dan Program Acara Ramadhan Terbaik pada ajang KPI Awards 2014. Selanjutnya, di tahun 2015 Hafiz Indonesia kembali mendapatkan 2 penghargaan dari Panasonic Gobel Awards sebagai Program Anak Terfavorit dan Program Siaran Ramadhan Terbaik Talent Show dari KPI Award 2015. Kemudian, di tahun 2016 tim Hafiz Indonesia menaikkan lagi kriteria peserta Hafiz Indonesia dengan hafalan minimal 5 juz Al-Qur'an dengan usia minimal 3 tahun dan maksimal 10 tahun. Di tahun ini pula Hafiz Indonesia memiliki prestasi gemilang dengan mendapatkan penghargaan dari MUI Awards sebagai Program Talent Show Televisi Terbaik.¹⁵

Hafiz Indonesia merupakan Program Pencarian Bakat yang dibalut dengan konsep drama. Program ini dipandu oleh host terkenal Irfan Hakim, dan menghadirkan tiga dewan juri terbaik yakni Dr. Amir Faishol Fath, seorang Doktor Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Syaikh Ali Jaber seorang Imam Besar Madinah yang juga merupakan Guru Tahfidz Al-Qur'an di Masjid Nabawi, dan Ustadzah Lulu Susanti.¹⁶

¹⁴Hasil Wawancara dengan Muhammad Zaidi Bafadal, Produser Program Hafiz Indonesia, 30 Januari 2017.

¹⁵Dokumen Data Program Acara Hafiz Indonesia.

¹⁶Hasil Wawancara dengan Muhammad Zaidi Bafadal, Produser Program Hafiz Indonesia, 30 Januari 2017.

Sistem penilaian dari ajang pencarian bakat penghafal Al-Qur'an ini adalah murni dari dewan juri. Sedangkan kriteria penilaiannya antara lain afshah yakni fasih makhorijul huruf dan sifat hurufnya, ajwad atau sempurna tajwidnya, aqwa yang berarti kuat secara hafalannya, ahfadz atau banyak jumlah hafalannya, dan ajmal mampu membaca Al-Qur'an dengan tartil. Proses yang harus dilalui para peserta Hafiz Indonesia ini dimulai dari tahapan audisi, diambil 32 peserta terbaik untuk dikarantina. Kedua adalah tahapan muqadimah, dimana ke-32 peserta yang telah lolos tahapan audisi diperkenalkan kepada pemirsa RCTI. Tahapan yang ketiga adalah izaalah, pada tahap ini para peserta akan dieliminasi menjadi 15 peserta. Yang keempat, merupakan tahapan musabaqah, di tahap ini akan dipilih 3 orang peserta untuk melaju ke babak final. Dan yang terakhir adalah wisuda akbar, seluruh peserta akan dikumpulkan kembali untuk mendapatkan ijazah Hafiz Indonesia dan akan ditentukan juara 1, 2 dan 3 dari Hafiz Indonesia.¹⁷

Program Hafiz Indonesia tayang pada hari senin sampai jum'at, pukul 12.00 WIB saat bulan Ramadhan di RCTI. Total episode dari tayangan ini berjumlah 25 episode. Penonton yang dihadirkan di studio selalu beragam setiap tahunnya, mulai dari menghadirkan anak-anak SMA, Mahasiswa, anggota TNI sampai mengundang para Duta Besar Arab Saudi untuk menjadi tamu di acara ini. Pada tahun 2017 ini, Zeth selaku produser mengatakan, Hafiz Indonesia akan mengundang beberapa pejabat Indonesia yang juga penghafal Qur'an seperti Gubernur NTB, Gubernur Sumatera Barat, Gubernur Jawa Barat, Bupati Maluku Barat dan lain-lain.¹⁸

Program Hafiz Indonesia memiliki visi yaitu "Hafiz Indonesia sebagai Religi Spesial di Bulan Ramadhan." Sedangkan misi yang dimiliki program acara ini adalah untuk memberikan inspirasi bagi pemirsa dan menyampaikan isi kandungan Al-Qur'an melalui penampilan para peserta. Dengan tujuan agar masyarakat semakin termotivasi untuk mempelajari Al-Qur'an.¹⁹

¹⁷Hasil Wawancara dengan Muhammad Zaidi Bafadal, Produser Program Hafiz Indonesia, 30 Januari 2017.

¹⁸*Ibid.*

¹⁹*Ibid.*



Acara ini tampil setiap hari Senin-Jum'at selama Ramadhan dimulai pada pukul 12:00 WIB dengan durasi selama 90 menit. Total episode dari program acara ini adalah 25 episode selama bulan Ramadhan.

Program acara ini diproduksi oleh Muhammad Zaidi Bafadhal atau Bang Zeth. Bang Zeth menjadi produser Hafiz Indonesia pada tahun 2015 menggantikan produser sebelumnya. Sebagai seorang produser, ia telah banyak melakukan inovasi pada program acara Hafiz Indonesia di antaranya, menampilkan peserta yang luar biasa dalam hafalan dan bacaan Al-Qur'annya, menghadirkan inspirator penghafal Al-Qur'an dari Arab Saudi, Imam Besar Majid Kiblatain dari Mekah, Syaikh Jihad Al Malik yang merupakan seorang tuna netra penghafal Al-Qur'an dari Madinah, Yazid penghafal Al-Qur'an termuda di dunia yang berhasil mengkhatamkan hafalannya pada usia 4 tahun serta inovasi-inovasi lainnya.

2. Strategi Kreatif Produser Hafiz Indonesia RCTI

Produser memiliki peran penting dalam memimpin sebuah program acara dan menyusun sebuah strategi, mulai dari mengkoordinir tim, mengoreksi naskah, mengecek kesiapan produksi, saat produksi berlangsung hingga selesainya produksi. Produser merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap proses penciptaan dan pengembangan suatu program, sesuai dengan tema yang telah ditentukan dan telah disepakati oleh *production manager*, *executive producer* dan *management*. Program acara Hafiz Indonesia RCTI yang tayang setiap bulan Ramadhan, tak lepas pula dari peran penting seorang produser dalam upayanya mempertahankan eksistensi program agar tetap menjadi tayangan pilihan pemirsa di bulan Ramadhan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat mendeskripsikan mengenai strategi kreatif yang digunakan Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser Hafiz Indonesia dalam mempertahankan eksistensi Hafiz Indonesia di RCTI sebagai berikut.

- a. Menemukan ide, tidak meniru ide orang lain

Meskipun Bang Zeth bukanlah merupakan produser Hafiz Indonesia sejak awal, namun ia merupakan pencetus ide awal produksi program acara Hafiz Indonesia. Hal ini didasarkan pada keinginan untuk mengenalkan dunia hafiz kepada masyarakat luas dan keinginan untuk membuat sebuah program acara religi yang berbeda dari biasanya. Kemudian lahir lah program acara Hafiz Indonesia.

Informan menyebutkan bahwa munculnya ide lomba menghafal Al-Qur'an dilatarbelakangi oleh keinginan menciptakan program religi yang berbeda, karena pada saat ini, program religi yang berbentuk kompetisi banyak mengambil tema MTQ dan hal tersebut dirasa kurang diminati masyarakat. Hal ini secara tidak langsung menjelaskan bahwa Hafiz Indonesia dibuat berdasarkan sebuah ide yang unik dan berbeda dari program-program religi lainnya yang ada di RCTI maupun di stasiun televisi lainnya.

Awal mula pencarian peserta serta ide awal penentuan kriteria peserta diketahui cukup mengalami kesulitan dikarenakan target peserta yang merupakan anak-anak usia muda namun memiliki hafalan yang cukup banyak. Sedangkan orang dewasa pun belum tentu memiliki jumlah hafalan seperti yang disyaratkan. Namun karena kegigihan produser dan tim produksi, didapat lah seorang anak dari sebuah SDIT yang sesuai dengan kriteria. Hal ini membuktikan kegigihan tim produksi dalam mencari anak-anak berbakat penghafal Al-Qur'an.

Kesulitan lain yang dihadapi adalah, produser dan tim produksi bukanlah orang-orang yang mengerti mengenai dunia Hafiz. Namun berkat ide kreatif seorang produser untuk mencari peserta program acara ini di sekolah-sekolah, kemudian menanyakannya kembali kepada wali murid yang anaknya memiliki hafalan Al-Qur'an, akhirnya tim produksi berhasil mendapatkan cukup banyak peserta untuk dilombakan.

Eksistensi program acara Hafiz Indonesia sudah terlihat dari awal penayangannya. Hal ini terbukti dengan jumlah *rating share* yang tinggi mencapai 15,5 *rating share* pada tahun 2013, saat pertama kalinya program acara Hafiz Indonesia RCTI ditayangkan. Menemukan sebuah ide kreatif atau



yang berbeda dari biasanya, membawa pengaruh positif bagi eksistensi program acara Hafiz Indonesia di RCTI.

b. Mengembangkan ide yang sudah ada menjadi lebih baik dan kompleks

Produser sebagai pemimpin suatu program memiliki peran penting dalam menuaikan ide-ide kreatif pada program yang dijalankan. Ide yang sudah berjalan dengan baik, kemudian dikembangkan menjadi sebuah ide yang lebih kreatif dan inovatif, sehingga penonton tidak bosan dengan tayangan yang monoton setiap tahunnya. Dalam hal ini, Zeth selaku produser dari Hafiz Indonesia RCTI, telah melakukan banyak inovasi setiap tahunnya, diantaranya:

- 1) Menambah jumlah hafalan minimal bagi peserta Hafiz Indonesia dari yang semula 1 juz, kemudian pada 2014-2015 dinaikkan menjadi 2 juz, kemudian dinaikkan kembali menjadi 5 juz pada tahun 2016-2017 untuk jenjang usia 3-10 tahun. Hal ini dimaksudkan untuk membuat sesuatu yang berbeda di setiap musimnya dan membuktikan bahwa produser Hafiz Indonesia selalui memiliki ide-ide kreatif baru yang merupakan pengembangan dari ide-ide yang sudah ada. Produser dan tim produksi juga memiliki komitmen yang tinggi dalam mengembangkan program Hafiz Indonesia menjadi program acara religi yang banyak diminati masyarakat dengan tayangan yang menjadi tontonan sekaligus tuntunan. Hal ini pula yang membedakan Hafiz Indonesia dengan program acara lain.
- 2) Menghadirkan para inspirator penghafal Al-Qur'an untuk meningkatkan motivasi para peserta dan penonton untuk menghafal Al-Qur'an. Para inspirator didatangkan setiap tahunnya untuk meningkatkan motivasi ini. Hal ini disimpulkan penulis sebagai cara tersendiri untuk menarik minat masyarakat untuk menyaksikan program acara Hafiz Indonesia, sehingga eksistensi program ini akan terus berkembang. Mendatangkan para inspirator merupakan suatu usaha keras tersendiri bagi tim produksi mengingat inspirator yang diundang sebagian besar berasal dari mancanegara. Berhasilnya produser mengundang inspirator-inspirator tersebut disebabkan karena komunikasi dan relasi yang dengan baik dibangun sehingga

memperluas pengetahuan tim produksi tentang dunia hafalan Al-Qur'an dan inspirator-inspirator penghapal Al-Qur'an.

c. Mengambil pelajaran dari pengalaman orang lain dan diri sendiri

Melihat dari banyaknya program acara religi di televisi, bukan hanya di RCTI melainkan stasiun televisi lainnya yang kerap menayangkan program acara religi namun kurang diminati oleh penonton, Zeth selaku produser memilih untuk tidak melakukan pengulangan dalam memproduksi program acara yang sama dengan program acara religi yang pernah ada, seperti program pencarian bakat dai/daiah, talkshow keagamaan, program pencarian bakat menyanyi dan lain sebagainya. Seperti yang dijelaskan oleh Zeth bahwa dirinya mencoba membuat sebuah program religi dengan kemasan yang menarik dan berbeda dengan program religi lainnya sehingga penontonnya tidak bosan, yang kemudian memunculkan ide ajang pencarian bakat hafiz Al-Qur'an jenjang anak-anak.

Penjelasan di atas menggambarkan strategi kreatif yang dimiliki produser dengan belajar dari pengalaman pendahulunya, dimana sebelumnya program-program religi cenderung kurang diminati oleh masyarakat karena kemonotonannya.

Munculnya program acara Hafiz Indonesia juga berangkat dari pengalaman pribadi timnya, mulai produser, *production assistant* dan guru karantina para peserta Hafiz Indonesia. Pengalaman pribadi yang dimaksud seperti pengalaman pesantren yang dimiliki *production assistant*, serta pengalaman-pengalaman guru karantina yang pernah menjadi juara 1 Tahfiz dan Tafsir tingkat internasional, jebolan ajang pencarian bakat da'i/da'iyah, dan lain sebagainya. Adanya Hafiz Indonesia merupakan hasil karya tim produksi yang memiliki pengalaman pribadi serta belajar dari pengalaman orang lain serta keahlian dalam bidang *broadcasting*.

d. Belajar logis, rasional, dan menggabungkan dengan ide kreatif yang unik

Membuat sebuah program acara di televisi yang logis dan dapat diterima oleh akal manusia adalah salah satu cara untuk menarik minat penonton, oleh karena itu penonton saat ini lebih senang dengan tayangan-tayangan yang bersifat hiburan namun berisi sebuah pendidikan di dalamnya. Jika hal tersebut dibungkus



dengan penuaian ide keratif yang unik, maka akan semakin diminati oleh masyarakat.

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan Hafiz Indonesia adalah karena program acara ini dikemas dalam balutan drama sehingga banyak disukai masyarakat Indonesia yang cenderung menyukai drama. *Gimmick* juga merupakan faktor penting lain yang menari minat penonton. Produser acara ini berusaha terus mengubah *gimmick* yang ada, mulai dari kemasan *games* sambung ayat, pembacaan surat pilihan tantangan dari penonton atau orang tua melalui *puzzle* ayat, estafet random dan pilih kitab. Selain itu, didatangkan pula tamu-tamu dari berbagai kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa, santri, TNI, hingga jajaran pemerintah seperti gubernur, walikota, dan bupati yang memiliki hafalan Al-Qur'an.

Hal-hal ini merupakan inovasi-inovasi yang dimunculkan oleh produser dan tim produksi yang kemudian menjadikan program acara Hafiz Indonesia banyak disukai pemirsa dan mendatangkan tontonan serta tuntunan bagi khalayak luas.

e. Miliki lah informasi yang berlimpah

Memiliki informasi yang banyak saat ingin membuat sebuah program acara, sangatlah dibutuhkan oleh para penggiat media. Terutama program acara *talent search* atau program pencarian bakat, karena melibatkan masyarakat umum dalam sebuah program acara membutuhkan persiapan yang matang dan informasi yang luas terkait program yang akan di produksi.

Sebelum memproduksi program acara Hafiz Indonesia di RCTI, Zeth dan tim sudah mengumpulkan banyak informasi, mulai dari informasi mengenai peserta, para dewan juri yang kompeten dibidang hafiz Qur'an, mencari guru karantina bagi peserta, bertanya kepada para hafiz Qur'an yang sering mengikuti MHQ atau Musabaqah Hifzil Qur'an baik di tingkat Nasional maupun Internasional, informasi mengenai sistem penilain dan lain sebagainya.

Salah satu kegigihan Zeth dalam mencari informasi, terutama informasi mengenai peserta yang akan ikut audisi, ternyata membuahkan hasil yang

berdampak sangat positif bagi perkembangan program acara Hafiz Indonesia di RCTI. Pada tahun 2016 yang lalu, Zeth dan tim menemukan satu anak penyandang disabilitas (tuna netra) bernama Masyita, usia 8 tahun yang sudah memiliki hafalan 5 juz Al-Qur'an dengan lantang dan merdu. Ia mendapatkan informasi mengenai Masyita ini dari sosial media *facebook*.

Setelah dipercaya mengemban amanah sebagai produser Hafiz Indonesia, Zeth menjadi lebih giat dalam memperluas pengetahuannya mengenai dunia hafiz. Ia sering bertanya kepada para juri tentang perkembangan dunia hafiz di Indonesia, tentang sistem penilaian dalam ajang loma hafiz Al-Qur'an, dan informasi-informasi terkait anak-anak yang berpotensi menjadi peserta Hafiz Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa mengumpulkan banyak informasi dari berbagai sumber merupakan salah satu bentuk strategi kreatif produser Hafiz Indonesia.

f. Mampu mengevaluasi dan membedakan antara ide yang baik dan ide yang harus dibuang jauh-jauh

Evaluasi dalam sebuah industri media sangatlah penting untuk perkembangan dan kemajuan program acara yang ditayangkan. Setiap tahunnya Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser program acara Hafiz Indonesia selalu melakukan evaluasi dari program acaranya. Termasuk mengganti ide-ide awal yang dianggap membosankan dan kurang menarik, kemudian menggantinya dengan ide-ide baru dengan kemasan yang lebih menarik dan semakin menyentuh hati pemirsa.

Adanya evaluasi menunjukkan strategi kreatif dalam menciptakan ide-ide baru maupun ide-ide lama yang masih dapat diperbaharui dari tahun-tahun sebelumnya serta memilah ide-ide tersebut berdasarkan perkembangan yang ada baik di dunia hafiz maupun dunia pertelevisian. Evaluasi ini tidak hanya dilakukan pada pencarian dan pemilihan peserta, melainkan juga pada aspek dewan juri. Terbukti dari adanya formasi dewan juri pada tahun 2017. Perubahan juga dilakukan pada sistem penilaian dan desain panggung yang membuat program acara Hafiz Indonesia lebih menarik dibandingkan tahun sebelumnya.

g. Kembangkan lah keingintahuan



Mengembangkan sebuah keingintahuan yang tinggi dalam memproduksi suatu acara sangat dibutuhkan untuk memunculkan ide-ide kreatif dalam diri seseorang. Produser sebagai penanggung jawab tertinggi dalam suatu program acara televisi, dituntut untuk mampu memberikan banyak kontribusi terutama mengenai ide-ide kreatifnya demi kemajuan program produksinya.

Rasa ingin tau yang besar dari Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser program acara Hafiz Indonesia RCTI juga mengantarkan program acara yang diproduksinya, menjadi program acara unggulan yang ditunggu-tunggu masyarakat setiap bulan Ramadhan. Keingintahuannya tentang dunia hafiz berawal dari *project* yang diberikan RCTI kepada dirinya dan tim. Mulai saat itulah ia banyak mencari informasi mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penghafal Al-Qur'an. Informasi-informasi tersebut ia cari dari ide-ide tim kreatif, para guru karantina, juri serta host dengan melakukan diskusi mengenai Hafiz Indonesia ke depannya.

Rasa ingin tahu Zeth yang tinggi ditujukan untuk mengembangkan program acara Hafiz Indonesia agar tetap eksis di RCTI. Untuk memenuhi rasa keingintahuannya, produser mencari informasi tidak hanya dari para ahli dalam bidang hafidz Al-Qur'an tetapi juga dari internet mengenai perlombaan hafidz Al-Qur'an tingkat nasional maupun internasional. Hal ini dilakukan agar ia paham mengenai mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan dalam menjalankan program acara Hafiz Indonesia di televisi.

3. Konsep Strategi Kreatif acara Hafiz Indonesia

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Muhammad Zaidi Bafadhal sebagai produser telah mampu menerapkan 3 (tiga) fungsi media dalam program acara Hafiz Indonesia yakni memiliki nilai pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Dari segi pendidikan, program acara Hafiz Indonesia mengajarkan kepada orang tua untuk menanamkan pendidikan agaman sejak dini kepada anak-anaknya, mengajarkan tentang pentingnya menghafal dan mempelajari Al-Qur'an untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Nilai hiburan yang dimiliki program acara Hafiz Indonesia dapat dilihat dari kemasan *gimmick* yang

diterapkan yang selalu berbeda setiap tahunnya, kelucuan anak-anak, serta host yang selalu dapat mencairkan suasana. Selain itu, nilai kontrol sosial program acara Hafiz Indonesia adalah dalam mengajak masyarakat untuk sama-sama mencintai Al-Qur'an, mengamalkan isinya, dan mengajarkannya kepada anak-anaknya yang kemudian akan mencegah terjadinya penyimpangan sosial.

Secara teoretis apa yang ditulis oleh Febe Chen (2010) sebetulnya bisa disederhanakan menjadi tujuh poin yang dalam penerapannya untuk mengetahui strategi dinilai cukup. Namun perlu untuk diketahui bahwa strategi kreatif dalam acara Hafiz Indonesia ini sebenarnya lebih sederhana jika dibandingkan dengan poin-poin tersebut. Ini dikarenakan secara garis besar produser acara Hafiz Indonesia mengaktualisasikan empat poin untuk mempertahankan kualitas acara. Pertama, melakukan improvisasi pada standar baku acara dengan menaikkan hafalan. Hal ini bertujuan untuk menjadikan kompetisi semakin kompetitif pada satu sisi, sekaligus semakin menarik dan terlihat menantang sebagai sebuah tayangan acara di sisi lain. Kedua, pemilihan bintang tamu yang berganti juga merupakan strategi untuk semakin menjadikan kompetisi lebih semarak dan juga tidak membosankan. Ketiga, pembaruan alur cerita dimana hal ini membantu untuk membuat acara semakin menarik di mata penonton. Sedangkan penggunaan panggung yang berbeda biasanya merupakan hal yang lumrah dikarenakan agar fokus dari khalayak menjadi lebih berwarna baik ketika menonton langsung maupun via televisi. Keempat hal tersebut merupakan hal yang lebih spesifik yang bisa dikembangkan dari pendekatan Febe Chen (2010) tadi dalam konteks aktualisasinya.

E. Kesimpulan

Strategi yang dilakukan oleh Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser program acara Hafiz Indonesia RCTI adalah dengan menemukan ide baru dan tidak meniru ide orang lain, mengembangkan ide yang sudah ada menjadi lebih baik dan kompleks, mengambil pelajaran dari pengalaman para guru karantina, juri dan host, membuat sebuah program acara yang mudah diterima masyarakat dan mampu mengemasnya dengan ide kreatif yang unik, memiliki informasi yang



berlimpah mengenai dunia hafiz qur'an baik di tingkat Nasional maupun Internasional, mampu mengevaluasi program dari tahun ke tahun agar lebih baik lagi, dan yang terakhir adalah menumbuhkan rasa ingin tahu yang tinggi dalam diri Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser.

Strategi kreatif yang diterapkan adalah 1.) Menaikkan standar hafalan dengan melakukan penentuan usia peserta di bawah 10 tahun dengan jumlah hafalan minimal 5 juz Al-Qur'an. 2.) Pemilihan bintang tamu dan juri dengan menghadirkan para inspirator penghafal Al-Quran dari dalam maupun luar negeri. 3.) Memperbaharui *gimmick* dari tahun ke tahun, yang dimaksud adalah bagaimana *puzzle* dan *games* acara yang berbeda setiap tahunnya dan 4.) Melakukan re-desain panggung yang dibuat berbeda setiap tahunnya. Dalam menemukan ide-ide baru untuk Hafiz Indonesia tahun berikutnya, musyawarah pra-produksi rutin dilakukan untuk mengumpulkan ide-ide yang cemerlang, mengoreksi kekurangan di tahun sebelumnya dengan melakukan evaluasi bersama tim produksi setelah selesainya proses produksi pasca ramadhan.

Selain strategi kreatif yang telah penulis sebutkan diatas. Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser juga memaksimalkan fungsi media dalam program acara Hafiz Indonesia dengan memasukkan nilai-nilai pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Itulah yang membuat Hafiz Indonesia berbeda dengan program acara lainnya, sehingga mampu menjadi program unggulan yang banyak diminati masyarakat saat bulan ramadhan. Berdasarkan strategi kreatif tersebut dapat disimpulkan, bahwa Muhammad Zaidi Bafadhal selaku produser telah mampu mempertahankan eksistensi program acara Hafiz Indonesia di RCTI.

Daftar Pustaka

- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Chen, Febe, *Be Creative ! Menjadi Pribadi Kreatif, 100 Pengertian Untuk Mengembangkan Kreativitas*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Dokumen Data Program Acara Hafiz Indonesia, File Dari Tim Produksi Hafiz Indonesia RCTI di Studio 1 RCTI, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, 30 Januari 2017.
- Effendi , Onong Uchjana, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Bandung: PT. Alumni, 1986.
- Soenarto, RM, *Progama Televisi*, Jakarta: Cikini Raya, 2007.
- Effendi , Onong Uchjana, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Bandung: PT. Alumni, 1986.
- Hasil Wawancara dengan Muhammad Zaidi Bafadhal, Produser Program Hafiz Indonesia, Jakarta Barat, 30 Januari 2017.
- Kasali, *Manajemen Periklanan*, Jakarta: Gramedia, 1992.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kenanga, 2010.
- Maulana, Muhammad Fani, *Strategi Produser Program Mamah & AA Beraksi Dalam Mempertahankan Kualitas Program di Stasiun Televisi Indonesia*, Yogyakarta: 2014.
- Pratiwi, Canggih Bekti, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa Dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun Aditya*, Yogyakarta: 2013.
- Salam, Syamsir dan Jaenal Aripin, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006.
- Sukandarrumidi, *Metodelogi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012.
- <http://www.rcti.tv>, diakses pada tanggal 10 Februari 2017, pukul. 13.30 WIB.