

**STRATEGI KREATIF DALAM PROSES PRODUKSI
PROGRAM “IQRO” DI BATIK TV PEKALONGAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Broadcasting

Oleh :
Galuh Dwi Prastiwi
2001026027

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas nama mahasisiwa:

Nama : Galuh Dwi Prastiwi
NIM : 2001026027
Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/KPI
Judul : Strategi Kreatif Dalam Proses Produksi Program IQRO
Di Batik TV Pekalongan.

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 02 September 2024
Pembimbing Bidang Materi,
Metodologi dan Tata Tulis



Fitri M. Sos
NIP. 198905072019032021

PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KREATIF DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM IQRO DI BATIK PEKALONGAN

Disusun Oleh:
Galuh Dwi Prastiwi
2001026027

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 24 September 2024 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



Dr. H. Asep Badang Abdullah
NIP. 197301142006041014

Sekretaris/Penguji II



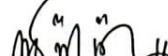
Fitri, M.Sos.
NIP. 198905072019032021

Penguji III



Dr. Siti Sholihati, M.A.
NIP. 196310171991032001

Penguji IV



Maya Rini Handayani, M.Kom.
NIP. 197605072011012007

Mengetahui,
Pembimbing



Fitri, M.Sos.
NIP. 198905072019032021

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
P... 10 2024



PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang berlum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 10 September 2024



Galuh Dwi Prastiwi

2001026027

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrahil'aalamiin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya yang diberikan kepada setiap makhluk-Nya, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya, serta kaum muslimin yang senantiasa mengikutinya. Sehingga skripsi dengan judul **“Strategi Kreatif Dalam Proses Produksi Program IQRO Di Batik TV Pekalongan”** dapat terselesaikan dengan baik walaupun tentunya terdapat hambatan dan rintangan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan, bantuan, semangat, dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M. Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag, selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Asep Dadang Abdullah, M. Ag, selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Bapak Dr. Abdul Ghani, M. Ag, selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Fitri M. Sos, selaku wali dosen dan pembimbing yang selalu memberi semangat dan kesabaran dalam membimbing, mencurahkan ilmu, meluangkan waktunya, tenaga dan memberikan arahan kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Para dosen dan staf karyawan dilingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas arahan, pengetahuan, dan bantuan yang diberikan.
6. Bapak Sarji dan ibu Yeyet Yuliati paling kucintai, yang selalu memberi motivasi dan semangat secara material dan immateriil mereka selama ini membuat

perjalanan hidup ini lebih berarti dan sempurna, serta kaka Galih yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan dalam proses pembuatan skripsi.

7. Ahmad Khusnul Khuluk selaku teman baik terimakasih sudah menjadi patner diskusi, menemani dari awal membuat skripsi sampai penelitian ini, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusun skripsi dengan senasib seperjuangan sama sama sedang menyusun skripsi.
8. Damin Squad, lindsay, rista, vica, elsa, caca, salwa, mela, nely, kathlyn, dan ranty yang telah mendukung, menyemangati, dan membantu penelitian ini. Sukses selalu friend walaupun berbeda perkuliahan dan jarak yang sangat jauh kalian ditangerang aku disemarang tetap merangkul satu sama lain yah semangat.
9. Sahabat peneliti dikampus, Tia M. Agustin, Hanif Anis Zakiyah, Laela Rohmatul, Nur Baeti, Nailatur Rosyidah, Hakim, Mila, Fikri, Arifin thankyu selalu memberikan dukungan, kebahagiaan selama dikampus dan merantau bersama menyemangati dalam hal apapun yang selalu mendengarkan keluh kesah saya selama menulis skripsi ini tanpa kalian aku hampa dan hilang arah.
10. Rekan-rekan kost Pak Dion yang selalu mendukung dalam proses pembuatan skripsi.
11. Berbagai pihak yang terlibat yang belum bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis tidak dapat memberikan balasan apapun hanya ucapan terimakasih, dan permohonan maaf, Allah SWT yang dapat membalas. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis berharap ada kritik, saran dan masukan untuk skripsi ini. Peneliti berharap semoga allah SWT selalu memberi petunjuk dan kita semua dalam lindungan-Nya. Amiin

Semarang, 28 Agustus 2024



Galuh Dwi Prastiwi

NIM. 2001026027

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahnda Sarji terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun ayah mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, ibunda Yeyet Yuliati wanita hebat yang melahirkan penulis, beliau pahlawan tanpa jasa yang telah merawat dan mendidik penulis sejak kecil. Terimakasih atas limpahan do'a yang berkesudahan, wanita hebat yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan juga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga ibu selalu diberikan kesehatan dan dipanjangkan umurnya amiin.
3. Kaka Galih Prasetio tercinta yang telah menjadi *support system* dalam proses pembuatan skripsi. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat kaka.
4. Keluarga besar Batik TV Pekalongan terimakasih sudah mendukung hingga penulis menyelesaikan studinya sampai sarjana.

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. *PERCAYA PROSES* Itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”.

(Edwar Satria)

“So Whatever You Do Don’t Let Go”

(Coldplay-Us Against the World)

ABSTRAK

Galuh Dwi Prastiwi, 2001026027. Skripsi “Strategi Kreatif Dalam Proses Produksi Program IQRO Di Batik Tv Pekalongan”.

Program *IQRO* di Batik TV Pekalongan merupakan salah satu program unggulan yang bertujuan memberikan edukasi tentang ajaran Islam dan membaca Al-Qur'an dengan benar kepada masyarakat Pekalongan. Dalam produksinya, Batik TV menghadapi tantangan untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan, sambil tetap mematuhi nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal. Program ini tidak hanya menjadi alternatif edukatif bagi masyarakat, terutama anak-anak di TPQ, tetapi juga sebagai upaya Batik TV untuk menghadirkan inovasi di tengah persaingan televisi lokal yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kreatif yang digunakan dalam proses produksi program *IQRO* guna memahami inovasi yang diterapkan oleh Batik TV Pekalongan dalam menciptakan konten edukatif yang menarik.

Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan tim produksi, dan analisis dokumen terkait. Fokus analisis meliputi empat tahapan proses kreatif Wallas (persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi).

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi kreatif dalam produksi program *IQRO* di Batik TV Pekalongan, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil menggabungkan pendidikan agama dengan elemen hiburan melalui penerapan empat tahap proses kreatif menurut Graham Wallas: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Pada tahap persiapan, tim produksi melakukan brainstorming dan riset mendalam untuk mengembangkan konsep yang relevan dengan audiens dan memahami kebutuhan pembelajaran anak-anak di TPQ. Tahap inkubasi memproses ide-ide menjadi lebih konkret, sedangkan iluminasi menjadi momen di mana solusi kreatif muncul, seperti penggunaan animasi untuk menjelaskan konsep keagamaan. Di tahap verifikasi, ide-ide diwujudkan melalui syuting, editing, dan evaluasi pasca produksi. Program *IQRO* tidak hanya berhasil menyampaikan pesan dakwah secara edukatif tetapi juga menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan bagi anak-anak. Saran dari penelitian ini mencakup perlunya inovasi berkelanjutan dan peningkatan kolaborasi dengan komunitas lokal untuk memperkaya program.

Kata kunci: Strategi Kreatif, Program Televisi, Dakwah, Produksi Program

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metode Peneltian.....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
2. Definisi Konseptual	10
3. Sumber dan Jenis Data	11
4. Teknik Pengumpulan Data	13
5. Teknik Analisis Data	14

**BAB II STRATEGI KREATIF, TELEVISI DAN FORMAT PROGRAM,
PROSES PRODUKSI, DAKWAH MELALUI MEDIA TELEVISI 16**

A. Strategi Kreatif	16
B. Strategi Kreatif Program Acara.....	17
C. Televisi dan Format Program Televisi.....	21
D. Unsur-Unsur Kreatif Program.....	23
1. Tujuan Program	23
2. Target Program.....	24
3. Jam Tayang.....	24
4. Kekuatan.....	24
E. Proses Produksi Program Televisi	25
F. Dakwah Melalui Media Televisi.....	28

**BAB III STRATEGI KREATIF DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM
IQRO BATIK TV PEKALONGAN 29**

A. Profil Batik TV Pekalongan	29
1. Sejarah Batik TV	29
2. Visi dan Misi Batik TV	30
3. Tujuan Batik TV.....	31
4. Logo Batik TV.....	34
5. Struktur Organisasi Batik TV.....	34
B. Program IQRO	35
1. Sejarah Program IQRO	35
2. Deskripsi Program IQRO	37
3. Profil Program IQRO	38
4. Tujuan program IQRO	39

5. Strategi Kreatif dalam Proses Produksi Program IQRO	40
6. Strategi Kreatif dalam Proses Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan.....	42
A. Proses Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan.....	46
B. Pemanfaat Unsur-Unsur Kreatif dan Pengembangan Ruang Kreatif Dalam Strategi Kreatif Proses Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan.	50
BAB IV ANALISIS STRATEGI KREATIF DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM IQRO DI BATIK TV PEKALONGAN	54
A. Strategi Kreatif dalam Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan	54
1. Tahap Persiapan (<i>Preparation</i>)	54
2. Tahap Inkubasi (<i>Incubation</i>)	59
3. Tahap Iluminasi (<i>Illumination</i>)	61
4. Tahap Pelaksanaan (<i>Verification</i>).	64
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Batik TV Terbaru	34
Gambar 2. Struktur Organisasi Batik TV Pekalongan	34
Gambar 3. Deskripsi Program IQRO	37
Gambar 4 Produksi program IQRO 6 Juni 2024.....	43

DAFTAR TABLE

Table 1 Profil program IQRO Batik TV.....	38
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Luar Bangunan dan Dalam Ruangan Batik TV	77
Lampiran 2 Wawancara Mas Alan Direktur Batik Tv 3 Juni 2024	77
Lampiran 3 Wawancara Mas Tomi Tim Produksi Batik TV 6 Juni 2024	78
Lampiran 4 Wawancara Mas Wahid, Mba Yaia Host IQRO & Produser/Tim Kreatif Batik TV	78
Lampiran 5 Take Produksi 6 Juni 2024.....	79
Lampiran 6 Take Produksi 6 Juni 2024.....	79
Lampiran 7 Take Produksi 6 Juni 2024.....	81
Lampiran 8 Surat Izin Riset	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Televisi adalah produk teknologi canggih yang memiliki kemampuan untuk mengirimkan pesan dalam bentuk video atau audio-visual bergerak. Pesan pendidikan yang disiarkan melalui televisi sangat efektif dan masuk ke dalam ingatan penontonnya. Pesan audio-visual menunjukkan kondisi sesungguhnya sebuah objek atau peristiwa karena memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi pikiran dan cara berpikir seseorang, serta perilaku dan gaya hidup mereka (Sholihati, 2007).

Namun, seiring dengan berkembangnya zaman persaingan acara tv saat ini semakin ketat. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba untuk membuat program yang disukai masyarakat dan menarik. Program acara dirancang untuk menarik semua penonton, termasuk acara pendidikan, hiburan, budaya, agama dan berita penting. Program-program ini dapat membuat orang betah dan menikmati menonton program IQRO selama berjam-jam. Setiap hari penonton dapat menonton siaran televisi tersebut melalui televisi tersebut melalui televisi nasional, lokal, atau swasta (Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Bab III). Persaingan acara televisi tersebut dirasakan pula oleh salah satu stasiun televisi swasta atau televisi lokal di Provinsi Pekalongan, yaitu Batik TV. Diantara sekian banyak stasiun televisi Batik TV hadir sebagai salah satu stasiun dengan beragam program layaknya stasiun televisi pada umumnya.

Program dengan judul "IQRO" adalah salah satu contoh upaya Batik TV untuk menjadi media alternatif untuk mengajarkan agama kepada masyarakat Pekalongan. Upaya ini diwujudkan dengan memberikan pengetahuan pemahaman tentang problematika keagamaan yang terjadi di masyarakat yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Program IQRO merupakan salah satu program unggulan Batik TV Pekalongan, sebuah program religi yang

bertujuan untuk memberikan edukasi tentang ajaran Islam dan membaca Al-Qur'an dengan benar. Program ini disiarkan secara rutin setiap minggunya dan mendapat sambutan positif dari masyarakat Pekalongan yang mayoritas beragama Islam. Selama bertahun-tahun, masyarakat Pekalongan dan daerah sekitarnya sangat mengharapkan adanya program religi yang dapat mengajarkan orang tentang agama Islam. Program IQRO bersifat *tapping* tayang setiap hari Jum'at jam 17:30 WIB, program IQRO ini datang ke TPQ, TPQ jenjang PAUD usia 4 sampai 6 tahun, pada jenjang TPQ santri usia 7 sampai 12 tahun. Seminggu hanya satu kali di tayangkan di Batik TV Pekalongan yang dipimpin oleh Host Ustadz Wahid Surya. Program yang mengangkat kegiatan belajar di TPQ kota Pekalongan dan sekitarnya menyemangati anak untuk terus belajar membaca IQRO dan Al-Qur'an sebagai kitab suci umat islam (wawancara dengan mas Alan Direktur Batik TV).

Anak-anak generasi penerus bangsa mengalami pola pertumbuhan dan perkembangan yang berbeda dalam hal fisik, kognitif, sosioemosional, kreativitas, bahasa, dan komunikasi. Karena emosional anak-anak masih mudah berubah dan mudah dipengaruhi selama tahap pertumbuhan ini. Peran orang tua sangat penting untuk memantau pertumbuhan dan perkembangan anak-anak mereka agar tidak terjerumus ke dalam gemerlap kehidupan. Perilaku positif sangat penting untuk generasi mendatang, terutama di kota-kota santri seperti Pekalongan. Pekalongan adalah salah satu kota santri di Jawa Tengah. Ada banyak kegiatan keagamaan, termasuk TPQ, ngaji kitab, rebana, ngaji lemprakan (dzibaan). Kegiatan ini, yang merupakan bagian dari kota santri, disambut baik oleh seluruh masyarakat. Semua orang di Pekalongan diharapkan dapat mengikuti kegiatan keagamaan ini, terutama anak-anak. Membiasakan anak-anak untuk mengikuti kegiatan keagamaan yang positif ini akan membantu mereka berkembang menjadi anak-anak yang baik, sholeh, berilmu, ramah, dan tenang di masa depan. Seperti yang dijelaskan dalam hadits riwayat Al-Bukhari dari Ustadz bin Affan, bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda :

إِنَّ أَفْضَلَكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

“Sesungguhnya orang yang paling utama di antara kalian adalah yang belajar Al-Qur’an dan mengajarkannya.”

Melihat fakta terkini, anak-anak zaman dahulu dan anak-anak zaman sekarang tanpaknya berbeda. Zaman sekarang anak-anak disuguhi oleh perkembangan teknologi media. Kemajuan teknologi ini membuat tugas menyenangkan dan membantu mendapatkan informasi, terutama untuk anak-anak (Fauziah, 2018).

Batik TV Pekalongan adalah televisi lokal yang berbasis di Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Dengan saluran 57 UHF, stasiun TV lokal kebanggaan kota Pekalongan dapat diakses dari jarak 60 km dari pusat pemancar, dan jangkauan mencakup kota Pekalongan, kabupaten Pekalongan, Kendal, Batang, Pemalang, Tegal, Brebes, Cirebon dan Daerah Kuningan. Batik TV sendiri didukung penuh oleh pemerintah setempat, dan mulai mengudara pada 1 april 2012. Di tengah maraknya stasiun televisi yang mengutamakan konten hiburan, sebagai stasiun televisi lokal yang diawas oleh pemerintah kota Pekalongan, Batik TV terus memantau setiap program atau tayangan yang akan disiarkan.

LPP (Lembaga Penyiaran Publik) lokal Batik TV dijalankan dan di kelola dengan maksud dan tujuan lembaga penyiaran televisi lokal yang bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi melayani kebutuhan masyarakat. Selain itu mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan, mendorong penguatan *good governance*, sebagai timbal balik anatra pemerintah dan masyarakat, media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat bagi masyarakat dan pelestarian daerah sejalan dengan amat undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dan kami terus bertekad dan berbenah memberikan layanan informasi kepada publik (Dokumen Batik TV).

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002, pada pasal 36 ayat (1) menyebutkan bahwa: “Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta

mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia”. Selain itu, pasal 12 ayat (2) dan (3) dari P3SPS menyatakan bahwa: “Lembaga penyiaran berhak menentukan format, konsep atau kemasan program layanan public sesuai dengan target penonton atau pendengar masing-masing” dan “Lembaga penyiaran dapat memodifikasi program siaran yang sudah ada dengan perspektif atau muatan sesuai semangat program layanan publik. Sehubungan dengan regulasi dan undang-undang yang disebutkan sebelumnya, program televisi adalah salah satu contoh implementasi kreativitas televisi. Oleh karena itu, Program IQRO di Batik TV harus menampilkan inovasi dan bermanfaat bagi masyarakat umum. Dengan memperhatikan hal-hal yang berpengaruh pada program televisi untuk menampilkan kreativitas.

Dalam proses produksi program IQRO, tim kreatif Batik TV Pekalongan menghadapi tantangan untuk menciptakan konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Untuk itu, diperlukan strategi kreatif yang matang agar program tersebut dapat menyampaikan pesan dengan efektif dan memikat audiens dari berbagai kalangan.

Strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO ini dapat mengambil manfaat dari wawasan yang diberikan dalam berbagai studi. Pentingnya memahami perubahan pasar yang cepat dan aksesibilitas sumber daya dalam mengembangkan industri inovatif, untuk memastikan program tetap relevan. Selain itu, penekanan pada strategi kreatif dalam tahap praproduksi, produksi, dan pasca-produksi untuk mempromosikan desa dapat menawarkan panduan yang berharga. Pendekatan inovatif dalam program IQRO dapat berasal dari pemahaman tentang bagaimana seniman menggunakan teknologi baru secara kreatif dan menerapkan strategi kolaborasi untuk hasil kreatif. Beradaptasi dengan dinamika pasar, memanfaatkan sumber daya secara efektif, dan menumbuhkan kreativitas sepanjang proses produksi, salah satu strategi bersaing yang paling sederhana adalah program IQRO, yang menunjukkan keunggulan produk dengan prinsip yang menarik. Batik TV berusaha lebih menunjukkan keunggulan dan nilai jual dari setiap konten tayangan, yang tidak

dimiliki pesaing. TV lokal seperti Batik TV mempunya diferensiasi program yakni program-program yang mengangkat nilai-nilai kearifan lokal.

Program IQRO adalah inisiatif kreatif dan menarik yang bertujuan meningkatkan pengalaman belajar anak-anak di TPQ. Berbeda dengan banyak program Islam di TV lokal yang cenderung monoton, program IQRO di Batik TV Pekalongan sangat menarik karena melibatkan TPQ dari berbagai daerah di Pekalongan. Program ini mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat sekitar, terutama orang tua yang ingin anak-anaknya belajar mengaji dan mengurangi penggunaan gadget. Ilmu agama dan dakwah sangat penting bagi umat Muslim. Televisi, sebagai alat audio-visual yang efektif untuk dakwah, diharapkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kesan yang mendalam. Mengikuti perkembangan teknologi dalam berdakwah adalah hal yang perlu. Program IQRO di Batik TV memberikan warna baru dalam berdakwah melalui media elektronik. Secara keseluruhan, inisiatif ini menunjukkan pentingnya kreativitas dalam pendidikan dan pengembangan pribadi anak-anak. Program seperti IQRO sangat penting untuk merangsang minat belajar anak-anak dengan cara yang menarik. Produser dan Tim Kreatif program IQRO harus menyadari pentingnya hal ini agar penonton tetap tertarik dan menikmati program tersebut.

Program *IQRO* dipilih sebagai fokus penelitian karena memiliki peran yang signifikan dalam upaya penyiaran dakwah Islam di wilayah Pekalongan, kota yang dikenal sebagai salah satu *kota santri* di Indonesia. Dalam konteks televisi lokal, Program *IQRO* di Batik TV Pekalongan tidak hanya sekedar program religi biasa, melainkan merupakan media alternatif yang berhasil memadukan pendidikan agama dengan kreativitas dalam produksi televisi. Program ini mampu menjawab kebutuhan masyarakat, terutama orang tua yang menginginkan adanya konten edukatif yang dapat membantu anak-anak mereka belajar agama dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami.

Penelitian tentang program *IQRO* di Batik TV Pekalongan memiliki alasan ilmiah yang kuat, terutama dalam konteks pentingnya media sebagai

sarana dakwah. Televisi, sebagai media audio-visual, memiliki kemampuan yang signifikan dalam menyampaikan pesan pendidikan dan keagamaan secara efektif. Program *IQRO* menunjukkan bagaimana media televisi dapat dimanfaatkan untuk tujuan dakwah, sehingga menganalisis strategi produksi program ini menjadi krusial. Selain itu, inovasi dalam penyampaian pesan keagamaan semakin relevan di era digital saat ini. Penelitian ini membahas penerapan empat tahap proses kreatif menurut Graham Wallas, memberikan wawasan tentang bagaimana ide-ide kreatif dapat diintegrasikan dalam produksi media dakwah. Penelitian ini juga memperhatikan dinamika pertumbuhan anak-anak di kota santri seperti Pekalongan. Hal ini mencerminkan kebutuhan untuk menyesuaikan pendekatan dakwah dengan konteks sosial dan budaya setempat.

Relevansi penelitian ini dengan kajian Komunikasi Penyiaran Islam atau Dakwah terletak pada beberapa aspek. Pertama, program *IQRO* merupakan upaya konkret untuk mengajarkan ajaran Islam kepada masyarakat melalui media televisi, yang menunjukkan peran media dalam pendidikan agama dan dampaknya terhadap pemahaman masyarakat. Kedua, dengan menganalisis strategi kreatif yang digunakan dalam program ini, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana komunikasi yang efektif dalam penyiaran Islam dapat dicapai, termasuk aspek kolaborasi, improvisasi, dan respons penonton.

Peneliti memberi judul penelitian berdasarkan deskripsi yang diberikan di latar belakang yakni “Strategi Kreatif Dalam Proses Produksi Program *IQRO* Di Batik TV Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian mengambil rumusan masalah yaitu, bagaimana strategi kreatif dalam produksi program *IQRO* di Batik TV Pekalongan.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang strategi kreatif yang digunakan dalam proses produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan tentang strategi kreatif untuk program televisi, terutama dalam program religi. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber referensi atau studi untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, terutama dalam program edukasi, dan pembuatan program religi. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan oleh Batik TV untuk menilai pengembangan program IQRO.

E. Tinjauan Pustaka

Sehubungan untuk menunjukkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang serupa. Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya :

1. Skripsi dengan judul **Analisis Proses Produksi Program Siaran Iqro di Batik Tv Kota Pekalongan** yang ditulis oleh Ahmad Fauzan Ilfat (2023) dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang. hasil penelitian ini membahas program yang sama distasiun TV yang sama, penelitian pertama lebih menekankan pada analisis keseluruhan proses produksi, sementara yang kedua secara spesifik mengkaji strategi kreatif

yang diterapkan. Perbedaan ini menghasilkan cakupan pembahasan yang berbeda dengan penelitian pertama kemungkinan memberikan gambaran lebih luas tentang aspek teknis, manajerial, dan operasional produksi, sementara penelitian ini lebih mendalam mengeksplorasi ide-ide kreatif, inovasi konten, dan pendekatan artistik dalam pembuatan program.

2. Skripsi dengan judul **Strategi Kreatif Tim Produksi Program Religi Inside Di Jak TV** yang ditulis oleh Sawsan Ghalib Karim Bawahab (2021) dari Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil penelitian ini tujuan program yang melihat pada kepentingan publik, target audiens didapatkan yaitu job level serta kekuatan konsep yaitu podcast. Strategi tim produksi program inside yang paling berperan dalam meningkatkan program inside. Selain itu, peneliti ini objeknya adalah program Inside JAKTV sedangkan yang dilakukan objeknya program IQRO Batik TV.
3. Skripsi dengan judul **Strategi Kreatif Produser Program Berita Liputan 6 SCTV dalam Meningkatkan Kualitas** oleh Rezka Octaviani (2019). Hasil Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi kreatif tidak lepas dari perencanaan dan pengembangan ide. Dalam program berita juga diperhatikan materi dan juga kemasan berita dibuat semenarik mungkin agar tidak kalah saing. Penelitian ini meneliti program berita, sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti program religi. Selain itu juga, konsep yang dipakai pada penelitian ini memfokuskan pada tahapan pra-produksi, produksi, serta pasca produksi dalam segi umum, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokusnya kepada proses kreatif, proses produksi.
4. Skripsi dengan judul **Proses Produksi Konten Dakwah Dalam Channel Youtube Najwa Shihab & Shihab Edisi Ramadhan** yang ditulis oleh Fikri Haikal (2023) dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri

Walisongo Semarang. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa produksi merupakan aktivitas atau kegiatan agar dapat menghasilkan atau menciptakan sesuatu baik barang ataupun jasa yang berguna bagi orang lain ataupun bagi sendiri. Program merupakan ujung tombak sebuah stasiun televisi yang berlangsung bersentuhan dengan pemirsa, karena itulah diperlukan pengaturan program yang tepat programming dapat didefinisikan sebagai strategi penggunaan program yang sudah tersusun yang dirancang untuk menarik audiesns yang telah di temukan. Persamaan dari skripsi Fikri Haikal peneliti lakukan yakni pada kesesuaian tema proses produksi konten dakwah dalam chanel youtube untuk berdakwah. Perbedaannya terletak pada obyek penelitian. Dimana penelitian yang peneliti lakukan fokus pada strategi kreatif dalam proses produksi program IQROtelevisi islam.

5. Skripsi dengan judul **Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program “Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia yang ditulis** oleh Shinta Kristanty (2021) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur. Hasil penelitian ini ialah program mata acara atau susunan kesatuan acara dalam sehari. Mempertahakan program salah satu upaya yang dilakukan adalah pergantian konsep acara. Program format variety show yang di produksi stasiun televisi secara in house sudah banyak dan bertahan dengan cukup lama dengan teknis siaran yang menonjolkan format hiburan atau enterinment sekaligus mengedukasi pemirsanya dengan pesan bermanfaat melalui dialog dengan bintang tamunya. Persamaan dari jurnal Shinta Kristanty ini tema penerapan strategi kreatif dalam program buah hati. Perbedaan terletak pada obyek penelitian dan program variety show. Dimana penelitian yang peneliti fokus pada strategi kreatif proses produksi IQROdan fokus program Talkshow.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian kualitatif menggunakan deskriptif. Berdasarkan data yang ada, penelitian menggambarkan kondisi subjek atau objek peneliti saat ini. Menurut Whitney mendefinisikan bahwa penelitian deskriptif sebagai mempelajari masalah masyarakat, tata cara dan situasi tertentu. Ini mencakup tindakan, sikap, pandangan, dan proses serta dampak dari fenomena.

Penelitian ini adalah kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif bertujuan untuk mencari dan pengumpulan data yang luas. Dengan mempertimbangkan hal-hal diatas, peneliti akan meneliti strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO sebagai media dakwah, menggunakan studi televisi Batik TV Pekalongan. Pada penelitian ini data yang dimaksud peneliti adalah program IQRO yang berkaitan dengan dakwah.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual diartikan sebagai pembatasan lingkup atau kajian penelitian, dan sebagai penegas dari kajian yang akan diteliti, dengan tujuan agar tidak terjadi adanya kesalahan dalam menafsirkan atau memahami istilah terhadap penelitian. Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian peneliti menguraikan beberapa definisi judul untuk menghindari kesalahpahaman pemaknaan sebagai berikut:

Konsep strategi kreatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari Rusman Latief, kreatif itu berarti harus mempunyai, Ide, Berfikir Kreatif, Brainstorming. Selain itu, juga menggunakan teori kreativitas oleh Graham Wallas yang mengemukakan bahwa terdapat empat tahap proses berpikir kreatif yaitu persiapan (*preparation*), inkubasi (*incubation*), iluminasi (*illumination*), dan verifikasi (*verification*). Setelah tahapan strategi kreatif tersebut dirumuskan kemudian dilanjutkan proses

produksi untuk pencapaian akhir. Proses dalam menciptakan strategi kreatif program acara televisi menitikberatkan bagaimana kreatifitas seseorang itu sangat dibutuhkan untuk membuat program acara yang menarik dan berbeda dengan yang lainnya.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data merupakan komponen penting dalam sebuah penelitian, termasuk tentang Strategi Kreatif. Dalam Proses Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan, sumber data dan jenis data sangat penting. Sumber data adalah istilah yang mengacu pada tempat atau sumber informasi yang diperlukan untuk penelitian. Selain itu, jenis data mengacu pada atribut informasi yang dikumpulkan. Data yang bersifat kualitatif yang berupa deskripsi, narasi, teks gambar, suara, atau video, penjelasan mendalam tentang strategi kreatif yang di terapkan (Rijali, 2018).

- a. Sumber Data Primer, yaitu sumber data utama yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Oleh karena itu, sumber primer adalah informasi yang dikumpulkan dan diproses langsung oleh organisasi atau individu dari objek yang sedang diteleti. Sumber data primer dalam penelitian ini melalui wawancara langsung dengan informan penelitian dan mengacu pada observasi berkala. Penulis melakukan wawancara dengan empat informan yang bekerja di Batik TV Pekalongan Tim Produksi, Tim Kreatif, Host, Direktur Batik TV Pekalongan. Informan yang dipilih merupakan individu yang memiliki keterlibatan langsung dan signifikan dalam keseluruhan proses produksi program IQRO. Dengan wawancara kepada mereka, peneliti dapat memperoleh data yang komprehensif terkait dengan strategi kreatif yang diterapkan, mulai dari tahap perencanaan hingga penyajian kepada audiens. Keempat peran tersebut memberikan sudut pandang yang berbeda-beda namun saling melengkapi, sehingga memperkaya kualitas data yang dikumpulkan.
- b. Sumber Data Sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan secara tidak langsung dari objeknya, melainkan dari sumber lain berbentuk lisan

maupun tulis, guna menjadi pelengkap dari data primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Dokumen internal Batik TV Pekalongan, seperti Modul Batik TV, rundown acara, artikel, karya ilmiah, dan sumber lainnya.
- 2) Arsip rekaman program IQRO yang telah ditayangkan. Data ini dapat dianalisis untuk melihat implementasi strategi kreatif dalam program yang telah diproduksi.
- 3) Artikel media dan ulasan online tentang program IQRO Batik TV pekalongan. Data ini dapat memberikan perspektif eksternal tentang penerimaan program dimasyarakat.

Dalam penelitian tentang strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan, jenis data dapat dibagi menjadi dua kategori utama, data primer dan data sekunder. Oleh karena itu, jenis data yang digunakan sebagai berikut:

- a. Data primer yaitu, informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan tanpa melibatkan perantara. Data hasil dari observasi proses produksi dalam bentuk catatan dan dokumentasi observasi. Dan hasil dari wawancara dengan Tim Produksi, Tim Kreatif, Host, Direktur Batik TV Pekalongan, Observasi langsung terhadap proses produksi program, survei, dan catatan lapangan dari pengamatan langsung di *Outdoor* Batik TV Pekalongan.
- b. Data Sekunder yaitu, informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan tersedia dalam berbagai bentuk dokumentasi. Untuk penelitian ini, data sekunder mencakup, data dalam bentuk video tayangan program, buku, artikel, karya ilmiah, sumber dari internet, dokumen, laporan, atau sumber data yang diperoleh dari sumber luar, yang selanjutnya dihubungkan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah detail yang memungkinkan untuk didapat dalam waktu yang tidak singkat. Untuk mendapatkan informasi data valid mengenai pemanfaat program TV IQRO sebagai media dakwah oleh karena itu terdapat data yang akan peneliti kumpulkan (Ramadhan, 2019).

Teknik pengumpulan data Penelitian kualitatif ini pengumpulan data yang lazim tidak bisa diabaikan kemungkinan menggunakan sumber-sumber non-manusia seperti, dokumen, dan rekaman (*recod*) yang tersedia. Untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan maka kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap fokus permasalahan yang diteliti. Observasi juga diartikan sebagai teknik mengumpulkan data dengan secara pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Sugiono, 2014). Observasi yang dilakukan peneliti yaitu melalui Televisi serta melihat langsung proses tapping program IQRO.

b. Wawancara Mendalam

Teknik ini dilakukan dengan melakukan wawancara secara intensif kepada pihak-pihak yang terlibat dalam produksi program IQRO. Wawancara dilakukan dengan Direktur TV, Tim Kreatif, Tim Produksi, Host. Melalui wawancara mendalam peneliti dapat menggali informasi detail tentang konsep kreatif, strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta proses kreatif dalam menghasilkan konten program yang menarik dan edukatif.

c. Dokumentasi

Selain dengan wawancara dan observasi, pengumpulan data juga dapat diperoleh dari dokumentasi. Dokumentasi dapat mencakup

beberapa media seperti catatan tertulis, ilustrasi, atau gambar berbentuk foto, video, catatan, jurnal, dan sebagainya. Tujuan dari teknik ini adalah untuk memperoleh informasi sebanyak mungkin guna meningkatkan analisis dan interpretasi data. Jadi secara teknis peneliti memperoleh data yang berkaitan dengan sejarah, kerangka atau struktur organisasi, dan aspek lain dari Batik TV.

5. Teknik Analisis Data

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2008), menjelaskan bahwa langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model interaktif milik Miles & Huberman yang membagi proses analisis data menjadi beberapa bagian yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama, yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Masing-masing metode ini dipilih untuk mendapatkan data yang komprehensif dan mendalam mengenai strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan. Ketiga metode pengumpulan data ini saling melengkapi satu sama lain untuk memberikan gambaran yang lengkap dan valid tentang strategi kreatif dalam produksi program IQRO.

b. Reduksi Data

Tahap pertama analisis data kualitatif ini dikenal sebagai reduksi data. Dalam tahap ini, peneliti melakukan proses seleksi, memusatkan atau memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksikan berbagai informasi yang mendukung data penelitian yang telah dikumpulkan dan dicatat sebelumnya. Dalam proses produksi program IQRO, Penelitian ini berfokus pada startegi kreatif dalam proses produksi program IQRO.

Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan studi dokumentasi akan disaring untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

c. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah mempresentasikan data dalam bentuk yang terorganisir dan mudah dipahami. Data dapat dipresentasikan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori, atau flowchart yang menggambarkan proses kreatif yang digunakan dalam produksi program IQRO. Penyajian data ini akan membantu peneliti untuk memahami pola-pola dan hubungan antar elemen dalam strategi kreatif yang digunakan.

d. Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan disini merupakan penemuan baru yang disediakan berupa data-data yang telah digali secara cermat dan menyeluruh. Setelah melakukan reduksi data, penyajian data, dan pengumpulan data, maka peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian terkait strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO Pekalongan.

BAB II

STRATEGI KREATIF, TELEVISI DAN FORMAT PROGRAM, UNSUR-UNSUR KREATIF, PROSES PRODUKSI, DAKWAH MELALUI MEDIA TELEVISI

A. Strategi Kreatif

Strategi adalah program yang dirancang secara bersamaan untuk mencapai tujuan organisasi sambil melaksanakan misi organisasi. Kata “program” mengacu pada fungsi manajer yang aktif, sadar, dan rasional dalam mengembangkan strategi organisasi. Strategi memberikan arahan terpadu untuk organisasi dan berbagai tujuan organisasi, serta memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi adalah rencana yang cermat tentang apa yang harus dilakukan untuk mencapai sasaran. Sebelum proses produksi sebuah program acara, tentunya harus dilakukan perencanaan yang cermat dan matang oleh seluruh kerabat kerja yang terlibat, agar hasil pencapaian program acara bisa sesuai dengan sasaran yang diinginkan (Andini, Resti Aria, 2019). Menurut Muhammad Abdul Jawwad, kreatif berarti menciptakan sesuatu yang baru tanpa contoh sebelumnya. Ketika Sesuatu memiliki sifat yang inovatif dan unik, itu dianggap kreatif. Oleh karena itu, kreativitas tidak hanya berfokus pada konsep, tetapi juga pada tindakan dan hasilnya (Bawahab S. G., 2021).

Menurut Rama Kertamukti (2015), diantara semua fungsi manajemen, proses yang paling penting adalah strategi. Karena tanpa perencanaan, fungsi lain akan terorganisir, diawasi, dan dikendalikan. Strategi harus dirancang secara kreatif dengan menggali segala sesuatu dibalik “Insight” dan mengorganisirnya menjadi ide-ide kreatif yang menghasilkan penjualan. Namun, menyusun strategi yang tepat harus didasarkan pada fakta. Misalnya, kreativitas adalah tindakan yang dihasilkan dari pemikiran “sadar” atau “setengah sadar” yang berupa pengetahuan, logika, imajinasi, dan intuisi. Ini

adalah kemampuan untuk memahami hubungan dan perbedaan yang ada antara konsep dan objek penelitian.

Dalam konteks industri media televisi, strategi dapat didefinisikan sebagai cara-cara yang digunakan dalam produksi program, mulai dari perencanaan hingga produksi dan evaluasi, untuk menarik perhatian pemirsa dan pengiriman, dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk menghasilkan pendapatan maksimal (Wahyuti T.,2015). Empat langkah penting dalam pembuatan program kreatif adalah sebagai berikut: Strategi pembuatan ide, Strategi penempatan, Strategi pelaksanaan, Evaluasi.

Menurut *Creative Education Foundation* pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik dan berbeda serta lebih baik dari sebelumnya (Fachruddin, 2015).

Berdasarkan pada makna dari kata strategi kreatif maka, dapat penulis simpulkan maksud dari strategi kreatif adalah rencana khusus dan penentuan atau penyusunan rencana cerdas pemimpin berupa terobosan-terobosan baru dalam upaya tercapainya suatu tujuan.

B. Strategi Kreatif Program Acara

Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin mengatakan pengerjaan strategi kreatif mencakup pelaksanaan dan pengembangan konsep atau ide yang dapat mengemukakan strategi dasar dalam membentuk komunikasi yang efektif. Proses dan teknis pembuatan suatu program acara pastilah melalui proses panjang proses pembuaan program acara dikenal dengan istilah strategi kreatif (Hadi, 2020).

Menurut Naratama (2004), 13 elemen strategi kreatif mempengaruhi kreativitas program televisi: (1) Target Penonton, (2) Bahasa Naskah, (3) Format acara, (4) *Punching line*, (5) *Gimmick* dan *Funfare*,(6) *Clip hanger*, (7) *Tune*

dan *Bumper*, (8) Penataan artistik, (9) Musik dan *Fashion*, (10) Ritme dan Birama acara, (11) Logo dan musik track untuk *ID tune*, (12) *General Rehearsel*, dan (13) Program Interaktif. Sedangkan Menurut Rusman Latief dan Yustiatie Utud dapat dilihat dari pemakaian unsur-unsur kreatif seperti: (1) tujuan program, (2) kekuatan program, (3) target program, dan (4) Jam tayang. Selain itu juga dapat dilihat dari 9 elemen berikut: (1) Materi, (2) *Opening*, (3) *Closing*, (4) *Gimmick*, (5) *tag to*, (6) *hooker*, (7) *host*, (8) *performer*, dan (9) panggung atau *stage*. Selain itu, bahwa kedua pendapat tokoh tersebut memiliki kesamaan dalam hal elemen-elemen yang dapat diperhatikan dalam menampilkan kreativitas dalam program televisi. Ini dimulai dengan menentukan target penonton dan format program, kemudian memperhatikan elemen materi, bumper dan opening puching line atau gimmick, clip hanger atau hooker, dan tag to serta penataan artistik panggung.

Menurut Gilson dan Berkman (1992), suatu strategi kreatif terdiri dari tiga tahapan dipandang dari startegi kreatif program acara, yaitu:

1. Tahap Pertama

Dengan mengumpulkan dan menyusun informasi pemasaran yang tepat untuk membantu orang-orang kreatif menemukan strategi kreatif yang dirancang untuk program IQRO dengan cepat.

2. Tahap Kedua

Selain itu, orang kreatif harus memahami informasi tersebut untuk menentukan posisi mereka dalam penayangan dan tujuan program acara yang akan dibuat. Ide-ide yang penting untuk seluruh proses perumusan strategi kreatif dicetuskan dan dikembangkan pada tahapan ini, selain itu, biasanya diperlukan diskusi yang sangat hati-hati diantara orang-orang kreatif untuk mencapai hasil yang optimal.

3. Tahap Ketiga

Melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapat persetujuan sebelum program acara ditayangkan. Dalam membuat strategi kreatif, orang kreatif harus mempertimbangkan hal-hal berikut:

- a. Konsep harus benar, bukan hanya untuk merebut perhatian penonton saja.
- b. Harus memiliki tujuan jangka panjang, seperti membangun hubungan yang stabil, kuat, dan bertahan lama.
- c. Harus unik dan menarik perhatian, sehingga menjadi kenangan dan menarik loyalitas.

Menurut Graham Wallas dalam kreativitas muncul dalam proses empat tahap sebagai berikut:

1. Tahapan persiapan

Pada tahap persiapan ini, tahap produksi yang harus dilakukan secara matang baik dari kerabat kerja, list kegiatan yang dilakukan, dan pengarahan untuk pemain sehingga program acara dapat berjalan dengan lancar dan baik. Oleh karena itu, langkah yang harus dilakukan antara lain seperti penataan kamera, pengecekan suara, dan setting dekorasi.

2. Tahapan Inkubasi

Inkubasi, juga disebut sebagai tahap istirahat, adalah saat di mana data disimpan dan tidak lagi difokuskan atau dipikirkan. Kreativitas adalah kemampuan untuk menggabungkan ide-ide yang berbeda untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan unik.

3. Tahapan Iluminasi (pencerahan)

Dalam tahap pencerahan, yang juga disebut sebagai "pengalam", ide-ide baru muncul dalam pikiran seseorang, seolah-olah mereka muncul dari ketiadaan untuk menyelesaikan masalah kreatif. Tahap pencerahan ini juga merupakan titik tolak ketika ide-ide tersebut berpindah dari alam pikiran tidak sadar ke alam pikiran sadar, seperti melamun,

mendengarkan musik, mengemudi, atau kegiatan lainnya yang dapat membantu menemukan ide-ide baru.

4. Tahapan Pelaksanaan/Pembuktian

Untuk memastikan bahwa ide atau gagasan baru dapat digunakan, seseorang merancang tahap pelaksanaan, yang juga disebut sebagai tahap pembuktian. Keterampilan berpikir sangat penting dalam hal ini. Ide-ide tertentu dapat berhasil dengan cepat, sedangkan ide lain membutuhkan berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun untuk berhasil. Pada dasarnya, kreatif adalah mengelola suatu ide atau gagasan dengan menggabungkan berbagai elemen dari ide-ide yang berbeda untuk menghasilkan program televisi yang menarik, unik, dan inovatif.

Strategi kreatif suatu program acara setelah dirumuskan selanjutnya harus melalui proses produksi untuk pencapaian akhirnya. Faktor-faktor yang dapat digunakan untuk menyatakan strategi kreatif program acara kepada target audiens yaitu:

1. Pengungkapan fakta

Pengungkapan fakta tentang produk atau jasa didefinisikan sebagai pengungkapan informasi tentang tujuan dan keuntungan yang diharapkan pengguna saat menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Pendekatan emosional

Teknik ini mencoba untuk mendekati khalayak sasaran dengan menyentuh perasaan mereka dengan menampilkan harapan, keinginan, suatu aspirasi, cinta dan kasih sayang.

3. Pendekatan humor

Teknik ini mencoba untuk menarik perhatian khalayak sasaran dengan menampilkan sesuatu yang lucu dan membuat tersenyum dan tertawa. Strategi kreatif penyusunan acara juga mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu acara, karena itulah program acara yang baik harus memiliki strategi penyusunan acara yang baik pula.

Menurut Soenarto (Soenarto, 2007), menyatakan bahwa ada sepuluh analisis yang harus dipertimbangkan saat menyusun acara televisi, antara lain :

1. Acara siaran yang harus variatif
2. Acara siaran harus mengikat penonton
3. Acara siaran tidak langsung
4. Acara siaran harus membuat kejutan
5. Pola acara siaran tidak berubah ubah
6. Promosi acara harus tepat waktu
7. Sasaran acara siaran harus jelas
8. Tanggapan penonton harus jelas
9. Dapat membentuk opini penonton
10. Dapat bersaing dengan stasiun lain

Proses kreatif dan proses persiapan diperlukan untuk membuat program televisi yang kreatif. Proses persiapan merupakan latar belakang pemikiran penciptaan program dan merupakan bagian dari tata cara pelaksanaan kerja yang baku. Standard Operational Procedure (SOP) adalah tahapan atau tahapan yang secara konseptual dirancang selama proses perencanaan, karena ini menentukan kunci keberhasilan program televisi (Wibisono, 2013).

Setelah membuat strategi kreatif untuk setiap tahapan dikembangkan, proses produksi berlanjut hingga hasil akhir. Strategi Kreatif program televisi menekankan bagaimana orang harus kreatif untuk membuat program yang menarik dan berbeda.

C. Televisi dan Format Program Televisi

Televisi berasal dari bahasa Yunani *tele* berarti “jarak” dan *visi* berarti “citra atau gambar”. Oleh karena itu, televisi dapat diartikan sebagai sistem untuk mengirimkan suara dan gambar dari lokasi yang jauh. Televisi adalah media gambar sekaligus media suara yang dimana orang tidak hanya dapat melihat gambar untuk menyampaikan informasi, hiburan, dan pengetahuan. Dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan suatu media massa yang memiliki

kelebihan sebagai media *audiovisual* yang mana televisi dapat menayangkan gambar dan suara. Sehingga televisi dapat memberikan tampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan media massa lainnya seperti radio dan media cetak. Dengan kelebihan tersebut, tidak heran apabila televisi mampu memiliki pengaruh yang besar terhadap sikap, pandangan serta persepsi masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui tersebut. Karena sistem cerita televisi dan pesannya yang tersebar luas, televisi telah menjadi *mainstream* dalam masyarakat (Iswandi, 2013).

Raymond Williams, dalam karyanya “*Television: Technology and Cultural Forms*”(1974), mengembangkan konsep “Flow” dalam penyiaran televisi. Williams berpendapat bahwa pengalaman menonton televisi bukan hanya tentang program individual, tetapi juga tentang aliran konstan gambar dan suara yang membentuk pengalaman menyeluruh. Teori ini menekankan penting perencanaan (Strategi) program dan jadwal siaran dalam berbentuk pengalaman penonton dan mempertahankan perhatian mereka (Williams, 1974).

Stasiun televisi memiliki program yang beragam jenis format. Pengertian program televisi adalah suatu tayangan yang disiarkan oleh stasiun televisi untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan edukasi masyarakat. Format program televisi mengacu pada struktur dan cara penyajian program tersebut. Format program televisi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu format berita, feature, dokumenter dan lainnya. Menurut Naratama (2013), menyatakan bahwa format acara televisi adalah perencanaan dasar dari ide acara televisi yang akan berfungsi sebagai landasan kreatifitas dan desain produksi. Perencanaan ini akan dibagi menjadi berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara. Format acara adalah komponen utama dari sebuah program televisi. Ini adalah konsep acara yang dirancang sesuai dengan keinginan penulis dan disesuaikan dengan target penonton.

D. Unsur-Unsur Kreatif Program

Program religi merupakan program non-drama televisi, dapat disesuaikan dengan berbagai cara tetapi tetap mengandung hiburan dan informasi. Menurut Rusman Latief dan Yustiate Utud, dasar berpikir kreatif untuk program non-drama berkaitan dengan unsur-unsur yang tersedia, yang harus diperhatikan agar program tersebut memiliki nilai lebih, yaitu:

1. Tujuan Program

Ide-ide dan cara-cara kreatif akan lebih mudah muncul dan menyesuaikan ketika tujuan program telah diketahui. Untuk mencapai ini, tim produksi mengembangkan konten yang tidak hanya informatif tapi juga menarik. Mereka menggunakan animasi interaktif untuk menjelaskan huruf hijaiyah, menggabungkan elemen budaya lokal seperti motif batik dalam desain grafis, dan menciptakan segmen-segmen yang memudahkan pemahaman materi. Menurut Edwin T Vane dan Lynne S Gross, ada lima tujuan program siaran televisi, yaitu:

a. Mendapatkan audiens

Untuk menarik audiens sebanyak mungkin. Kreativitas sangat dibutuhkan dalam menciptakan konsep program yang segar, unik, dan menghibur. Ide cerita, format acara, gaya visual, dan elemen lain harus dirancang dengan kreativitas tinggi agar program tersebut menonjol di antara banyak pilihan penonton.

b. Target

Audiens yang spesifik ketika program ditujukan untuk audiens seperti anak-anak, remaja, atau kalangan profesional, kreativitas dibutuhkan untuk menyesuaikan isi, gaya penyampaian, dan aspek artistik agar sesuai dengan preferensi target audiens tersebut.

c. Prestise (kualitas tinggi)

Kreativitas divisualkan melalui sinematografi, tata artistik, musik, dan penggarapan yang detail serta menawan.

d. Penghargaan

Unsur kreativitas harus ditonjolkan dalam naskah/skrip yang brilian, akting yang memukau, serta eksekusi teknis yang sempurna untuk memenangkan penghargaan

e. Kepentingan Publik

Kreativitas diperlukan dalam mengemaskan informasi penting dengan cara yang menarik, mudah dicerna, tetapi menjaga integritas isi.

2. Target Program

Dengan target utama strategi kreatif program disesuaikan untuk menarik berbagai kelompok usia, dengan fokus pada anak-anak dan remaja serta orang dewasa yang ingin belajar. Proses kreatif juga harus mengetahui target audiens yang hendak dituju. Audiens televisi terbagi dalam beberapa segmentasi: (1). Demografis: berdasarkan peta kependudukan, usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, agama, dan suku bangsa. (2). Geografi: yaitu gabungan demografi dan geografi seperti kawasan pemukiman, kota-kota besar yang dituju untuk target pada tempat TPQ tersebut. (3). Psikologis: yaitu motivasi dan kebutuhan, gaya hidup dan kepribadian.

3. Jam Tayang

Konten program dipengaruhi oleh strategi ini, salah satunya adalah memasukkan bagian tentang persiapan mengaji. Tim kreatif juga mengembangkan rencana digital untuk menghubungkan penonton yang tidak dapat menonton yang tidak dapat menonton siaran langsung dengan mengunggah cuplikan program di media sosial dan menyediakan akses streaming youtube.

4. Kekuatan

Kekuatan utama program terletak pada penggabungan metode dengan teknologi modern. Strategi kreatifnya meliputi penggunaan *augmented reality* untuk visualisasi huruf, aplikasi pendamping untuk latihan di rumah,

dan segmen interaktif langsung melalui media sosial. Tim juga memanfaatkan keahlian lokal dengan melibatkan ustadz/ustadzah setempat dan seniman batik dalam produksi, memperkuat relevansi dan daya tarik program.

E. Proses Produksi Program Televisi

Menurut Fred Wibowo (2010), menyatakan bahwa pra-produksi (ide, perencanaan, dan persiapan), produksi (pelaksanaan), dan pasca-produksi (penyelesaian dan penayangan), adalah tahapan produksi yang harus diikuti sesuai dengan *Standard Operation Procedure* (SOP). Pada dasarnya, berbagai jenis pekerjaan dapat menggunakan Standar Operation Procedure (SOP). Karena produser sangat membantu proses ada Tahapan produksi adalah pra produksi, produksi dan pasca produksi yaitu:

1. Pra-Produksi (perencanaan dan persiapan)

Pra produksi adalah tahap dimana ide, perencanaan, dan pembuatan konsep produksi dimulai. Kegiatan akan dimulai dari ide, sketsa gambar berurut, dan naskah, yang berisi penjelasan detail tentang video yang akan dibuat dan berfungsi sebagai panduan bagi kru dan pengisi acara.

Ada beberapa tindakan dilakukan selama proses pra-produksi, antara lain:

- a. Menuangkan gagasan atau ide ke dalam skenario
- b. Mengumpulkan data
- c. Membuat story board, treatment, dan skrip
- d. Menyusun jadwal
- e. Meninjau lokasi TPQ dan mengambil gambar
- f. Berkumpul dengan kru

2. Produksi

Produksi konsep dari naskah atau rundown menjadi produk audio-visual dilakukan sesuai dengan rencana kerja yang sudah dibuat dan

melibatkan elemen teknis lainnya. Layanan produksi dan peralatan yang diperlukan untuk menjalankan konsep ini yang lebih dikenal sebagai layanan produksi. Produser biasanya membagi jenis pengambilan gambar tertentu menjadi beberapa kategori, seperti pengambilan gambar panjang, pengambilan gambar penuh, pengambilan gambar medium, dan pengambilan gambar dekat. List gambar yang akan diambil adalah daftar gambar yang akan diambil secara menyeluruh. Pada tahapan produksi ada tiga komponen utama yang terlibat dalam proses produksi dan merupakan komponen sistem yang tidak boleh ditinggalkan selama proses produksi, yaitu:

- a. Tata kamera beragam *angle* kamera, *Extreme Long Shoot* (pengambilan gambar dari jarak jauh), *Very Long Shoot* (sedikit lebih dekat tetapi masih menangkap subjek dari jarak jauh), *Long Shoot* (pengambilan gambar dari jarak yang cukup jauh), *Full Shoot* (pengambilan gambar yang menangkap subjek secara penuh), *Medium Shoot* (pengambilan gambar dari jarak sedang), *Medium Close Up* (pengambilan gambar yang lebih dekat dari medium shoot), *Close Up* (pengambilan gambar sangat dekat menangkap wajah dan ekspresi subjek secara detail), *Extreme Close Up* (pengambilan gambar yang sangat ekstrem dekat untuk spesifik mata, bibir dll).
- b. Tata cahaya dasar yang harus diketahui dari penantaaan cahaya yaitu *key light* (sinar utama pada subyek), *fill light* (untuk mengurangi bayangan), *back light* (terarah, menghasilkan latar yang gelap), *base light* (penyinaran yang menyebar dan rata) dan *over exposure* (pencahayaan yang berlebih intensitas dan waktu pencahayaan yang lama).
- c. Audio atau tata suara, sangat penting untuk produksi televisi karena dapat mengekspresikan situasi dengan jelas. Selain itu, tata suara berfungsi sebagai pendukung elemen lain, seperti tata artistik. Hal-hal yang tidak bisa ditinggalkan dalam proses produksi terbagi menjadi beberapa tahapan yang teramat penting antara lain:

- 1) *Organizing* yaitu proses penentuan dari struktur organisasi yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya dan lingkungan tempat organisasi tersebut, yang disesuaikan juga dengan tujuan dari adanya komunikasi tersebut (Richard, 2010).
- 2) *Actuating* yaitu tindakan pengorganisasian terhadap anggota struktur organisasi untuk memberikan motivasi dan arahan agar kinerja yang optimal tercapai. Dengan proses ini, diharapkan kinerja tim dapat terjalin dengan baik dan sesuai dengan perencanaan awal, sehingga mencapai tujuan dan target organisasi. *Controlling* adalah proses mengawasi kinerja organisasi. Kinerja dinilai berdasarkan pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa mendatang, evaluasi dan koreksi terhadap kinerja sebelumnya dapat dilakukan. Hasil ini dapat disesuaikan dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi merupakan tahapan penyuntingan dimana klip video diadaptasi sesuai naskah sehingga dapat menyampaikan informasi secara utuh. Tahapan pasca produksi yaitu:

- a. Transfer data, yang berarti file video ditransfer dari kartu memori kamera ke komputer untuk diproses lebih lanjut.
- b. Importing file, yang berarti mengirimkan gambar dan rekaman hasil rekaman ke perangkat lunak pengolahan untuk diproses kemudian diolah.
- c. Proses editing, yaitu penggambungan dari semua unsur multimedia yang diperlukan untuk membuat video profil sehingga menghasilkan informasi yang ingin disampaikan secara utuh. Proses editing termasuk beberapa hal dasar, seperti memotong gambar ke gambar, menggabungkan potongan gambar, dan menambahkan transisi antara dua gambar (Wibisono, 2013).

F. Dakwah Melalui Media Televisi

Dalam berdakwah ada banyak media yang dapat digunakan. Media adalah alat yang dapat difungsikan sebagai perantara dan penyalur pesan atau informasi, yang memungkinkan komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dakwah merupakan usaha untuk menyerukan dan menyampaikan pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, termasuk amar ma'ruf nahi munkar, melalui berbagai media dan cara yang diperbolehkan oleh akhlak, dan membimbing pengalaman mereka dalam kehidupan pribadi, keluarga masyarakat, dan negara (Hefni, 2009).

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menurut Abdul Kadir Munsyi mengatakan ada enam jenis media dakwah: lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audio-visual, tindakan, dan organisasi. Televisi adalah alat audio-visual untuk dakwah. Masyarakat Indonesia kebanyakan mencari informasi melalui televisi. Di Indonesia, stasiun televisi juga menyiarkan berbagai program religi atau dakwah. Salah satu contohnya adalah TRANS TV program Islam itu indah, TVRI program Jejak Islam dan TV ONE program Damai Indonesia (Santika, 2020).

Menurut Ahmad Ghalwasy, dakwah didefinisikan sebagai pengetahuan yang dapat diberikan melalui berbagai upaya yang mengacu pada penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia, yang mencakup aqidah, syari'ah, dan akhlaq. Masa kini dapat dikembangkan dari pengkaji dua sisi: (1) Bagaimana pesan dakwah mengandung kepercayaan agama, norma, nilai, dan kebijakannya. (2) Pengkaji terhadap sarana penyampaian pesan dakwah, baik yang berkaitan dengan kepercayaan, standar, norma, dan kebajikan. Kemajuan ilmu dakwah harus diikuti oleh kemajuan manusia, yaitu kemajuan teknologi. Dalam keragaman sistem politik dan sosial masyarakat saat ini, dakwah harus memberi alternatif dalam keagamaan. Dengan demikian, teknologi dakwah harus berkembang baik di masa kini maupun di masa mendatang (Ilaihi, 2010).

BAB III

STRATEGI KREATIF DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM IQRO BATIK TV PEKALONGAN

A. Profil Batik TV Pekalongan

1. Sejarah Batik TV

Pendirian Batik TV merupakan gagasan cemerlang H.M Basyir Ahmad Walikota Pekalongan, yang diawali dengan kerjasama Pemerintah Kota Pekalongan dengan Litbang IKJ/pendiri TV Komunitas Grabah Magelang pada tahun 2011. Dilanjutkan dengan penandatanganan MoU antara Pemkot Pekalongan Dekan Fakultas Film dan TV IKJ pada tahun 2011 serta pendampingan yang intens. Semuanya itu kemudian diperkuat dengan disetujuinya APBD Pemerintah Kota Pekalongan oleh DPRD Kota Pekalongan pada tahun anggaran 2012 serta Perda No.1 Tahun 2012 Pemerintah Kota Pekalongan (Wawancara Direktur TV Mas Alan).

Batik TV adalah stasiun televisi publik lokal berskala nasional yang berkedudukan di Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Stasiun Televisi ini dapat dinikmati dari jarak 60 km dari kantor pusat melalui Digital 30 UHF. Batik TV yang didukung penuh oleh pemerintah setempat, mulai mengudara pada 1 april 2012. Pada awalnya, mulai pukul 10.00 WIB hingga 12.00 WIB. Dalam perjalanan waktu, Batik TV menambah jam siaran karena permintaan masyarakat menjadi empat jam setiap hari dan setelah terbit IPP per 1 april 2012, Batik TV menambah jam tayangan menjadi tujuh jam setiap hari dari pukul 13.00 WIB hingga pukul 19.00 WIB. Batik menyiarkan berbagai kegiatan, baik oleh masyarakat maupun di lingkungan Pemkot Pekalongan kepada warga Kota Pekalongan dan sekitarnya. Selain itu, langkah tersebut juga sebagai antisipasi undangan-undangan penyiaran yang mulai tahun 2014 mewajibkan setiap televisi nasional bekerja sama dengan televisi lokal .

Nama BATIK merupakan singkatan dari Bersih, Aman, Tertib, Indah dan Komunikatif yang sekaligus sesanti pemerintah dan masyarakat Pekalongan. Di sisi lain, batik merupakan salah satu sumber penghidupan sebagian besar masyarakat Pekalongan, karena dengan batik yang merupakan pakaian nasional bangsa Indonesia yang telah dikukuhkan sebagai warisan budaya tak benda pada tanggal Oktober 2010 oleh UNESCO, berdasarkan Konvensi Internasional Perlindungan Warisan Budaya Tak Benda Manusia. Adapun wilayah siaran Batik TV yaitu sekitar Kota Pekalongan, Kab. Pekalongan, Pemasang, Tegal, Brebes, Cirebon, Kuningan (Dokumen Batik TV).

2. Visi dan Misi Batik TV

a. Visi

Mewujudkan media transparansi informasi dan partisipasi publik lokal yang berkualitas global.

b. Misi

Guna mewujudkan Visi tersebut, Batik TV mempunyai lima misi strategis yang dari padanya dapat disingkat menjadi BATIK sebagai berikut:

- 1) Membangun TV publik lokal yang bersahabat, mendidik, dan menghibur.
- 2) Apresiasi seni, budaya, dan kearifan local.
- 3) Tata kelola penyiaran yang profesional dan akuntabel.
- 4) Informasi, komunikasi dan partisipasi publik.
- 5) Kontrol dan perekat sosial.

Dalam merealisasikan VISI DAN MISI yang ada di Batik TV memegang nilai-nilai sebagai berikut: Amanah, jejaring, independen, berimbang. Nilai-nilai tersebut jika disingkat menjadi BATIK TV yakni AJIB yang mempunyai arti luar biasa atau bentuk ketakjuban akan sesuatu hal.

3. Tujuan Batik TV

LPP lokal Batik TV Pekalongan dijalankan dan dikelola dengan maksud dan tujuan menjadi lembaga penyiaran televisi lokal yang bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi melayani kebutuhan masyarakat. Selain itu, mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan, mendorong penguatan *good governance*, sebagai timbal balik antara pemerintah dan masyarakat, media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat bagi masyarakat dan pelestarian daerah sejalan dengan amanat undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dan kami terus bertekad dan berbenah memberikan layanan informasi kepada publik (Dokumen Batik TV).

Batik TV Pekalongan merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang berada di Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Sebagai televisi yang lahir di tengah masyarakat Pekalongan, Batik TV memiliki tujuan-tujuan khusus yang ingin dicapai melalui program-program yang disiarkannya. Tujuan-tujuan tersebut tidak hanya terkait dengan aspek bisnis dan pertelevisian itu sendiri, tetapi juga memiliki keterkaitan erat dengan budaya, nilai-nilai keislaman, dan kepentingan masyarakat Pekalongan secara luas (Muslih, 2019). Berdasarkan wawancara dengan Direktur Batik TV, tujuan utama Batik TV adalah untuk menjadi media informasi, edukasi, dan hiburan bagi masyarakat di wilayah Pekalongan dan sekitarnya. Berikut ini tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh Batik TV Pekalongan:

a. Melestarikan dan Mempromosikan Budaya Batik Pekalongan

Kota ini adalah pusat pembuatan batik terbesar di Indonesia dan memiliki kekayaan budaya yang sangat berharga. Tujuan dari Batik TV Pekalongan adalah untuk menjadi platform media yang dapat membantu melestarikan dan mempromosikan budaya batik Pekalongan kepada masyarakat umum. Batik TV berusaha untuk menjaga warisan budaya ini agar tidak punah dan terus diapresiasi oleh generasi muda melalui

program budaya dan feature yang menampilkan keindahan batik Pekalongan.

- b. Menyebarkan Nilai-nilai Keislaman Mayoritas penduduk Kota Pekalongan Memeluk Agama Islam.

Oleh karena itu, salah satu tujuan utama Batik TV Pekalongan adalah menjadi media yang dapat menyebarkan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat. Program-program religi seperti "IQRO" dan ceramah keagamaan menjadi sarana bagi Batik TV untuk memberikan edukasi dan pemahaman tentang ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat Pekalongan dan sekitarnya.

- c. Memberikan Informasi dan Hiburan yang Berkualitas Sebagai Stasiun Televisi Lokal.

Batik TV Pekalongan juga memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan hiburan yang berkualitas bagi masyarakat Pekalongan. Program-program berita dan talkshow lokal menjadi sarana untuk menyampaikan informasi terkini dan isu-isu penting yang terjadi di wilayah Pekalongan. Sementara program-program hiburan seperti musikalisasi dan drama lokal bertujuan untuk menghibur masyarakat dengan konten yang sesuai dengan nilai-nilai budaya dan agama setempat.

- d. Membangun Identitas dan Kebanggaan Lokal

Batik TV Pekalongan memiliki tujuan tambahan untuk memperkuat identitas dan kebanggaan lokal masyarakat Pekalongan. Batik TV berharap dapat menumbuhkan rasa bangga dan cinta masyarakat terhadap daerah mereka sendiri dengan menyiarkan program-program yang mengangkat budaya, potensi, dan keunikan Kota Pekalongan. Di tengah arus globalisasi, ini sangat penting untuk memperkuat koneksi sosial dan mempertahankan kearifan lokal.

e. Menjadi Sarana Edukasi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Tidak hanya berfokus pada konten siaran, tetapi juga ingin menjadi tempat pendidikan dan pengembangan SDM di bidang pertelevisian Batik TV berharap dapat mencetak generasi muda yang terampil dan berbakat dalam industri media dan pertelevisian dengan memberikan kesempatan magang dan pelatihan kepada siswa dan mahasiswa di Pekalongan.

f. Menjadi Media Penyambung Masyarakat Pekalongan

Sebagai televisi lokal, Batik TV Pekalongan berharap dapat menjadi jembatan bagi masyarakat Pekalongan yang tinggal di luar kota untuk tetap terhubung dengan daerah asal mereka. Dengan menyiarkan program-program yang mengangkat isu-isu lokal dan memberikan informasi terkini tentang Pekalongan, Batik TV berharap dapat menjadi media penyambung masyarakat Pekalongan yang tersebar di berbagai wilayah.

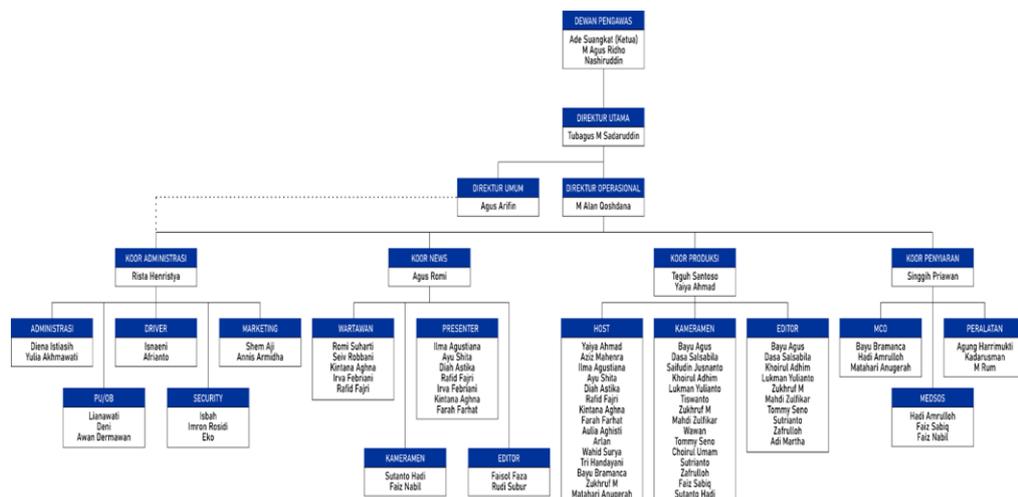
Tujuan-tujuan tersebut merupakan pedoman bagi Batik TV Pekalongan dalam merancang dan memproduksi program-programnya. Dengan memadukan aspek budaya, nilai-nilai keislaman, informasi, hiburan, dan kepentingan masyarakat lokal, Batik TV Pekalongan berupa untuk menjadi stasiun televisi yang bukan hanya menghibur, tetapi juga memberikan manfaat positif bagi masyarakat Pekalongan dan sekitarnya (Wawancara Mas Alan Direktur Batik TV).

4. Logo Batik TV



Gambar 1. Logo Batik TV Terbaru

5. Struktur Organisasi Batik TV



Gambar 2. Struktur Organisasi Batik TV Pekalongan

Tugas masing-masing bagian dari struktur organisasi tim produksi program IQRO tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Direktur Operasional : M. Alan Qoshdana
2. Koordinator Program : Yaya Ahmad
3. Host : Wahid Surya
4. Kameramen 1 : Tommy Seno
5. Kameramen 2 : Sutriyanto
6. Tim Kreatif : Yaya Ahmad, Wahid Surya
7. Editor : Tommy Seno

8. Peralatan : M. Rum, Agung
9. Artistik : Kadarusman

B. Program IQRO

1. Sejarah Program IQRO

“IQRO” adalah sebuah program religi unggulan yang disiarkan oleh Batik TV Pekalongan. Program ini berfokus pada edukasi keislaman dan pembelajaran membaca Al-Qur’an yang baik dan benar. Melalui program “IQRO”, Batik TV berupaya menyebarkan nilai-nilai Islam serta memfasilitasi masyarakat Pekalongan untuk memperdalam pemahaman dan keterampilan dalam membaca kitab suci Al-Qur’an. Program “IQRO” terdiri dari beberapa segmen, seperti tutorial membaca Al-Qur’an dengan metode yang tepat, segmen kedua wawancara kepada pemimpin lembaga Tpq, segmen ketiga kuis cerdas cermat seputar ajaran Islam, dan juga segmen interaktif dengan penonton. Setiap segmen dikemas dengan pendekatan yang menarik, informatif, dan disesuaikan dengan budaya lokal Pekalongan.

Sejarah program “IQRO” merupakan salah satu program unggulan Batik TV Pekalongan yang telah ada sejak 2012, sekitar dua tahun setelah stasiun televisi lokal ini resmi mengudara. Gagasan untuk membuat program religi yang berfokus pada edukasi keislaman dan pembelajaran membaca Al-Qur’an muncul dari keinginan Batik TV untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Pekalongan yang mayoritas beragama Islam. Pada awal peluncurannya, program “IQRO” format awalnya cukup sederhana, dengan menampilkan ceramah singkat dari ustadz atau kyai lokal, serta sesi tutorial membaca Al-Qur’an yang masih terbatas. Meskipun demikian, program ini langsung mendapatkan sambutan hangat dari masyarakat Pekalongan yang merasa terbantu dalam memperdalam pengetahuan agama dan keterampilan membaca Al-Qur’an (Wawancara Direktur TV Mas Alam Batik TV).

Melihat antusiasme masyarakat, Batik TV Pekalongan kemudian memutuskan untuk memperluas cakupan program “IQRO”. Pada tahun 2014, durasi program ini diperpanjang menjadi 90 menit dan ditayangkan dua kali dalam seminggu. Selain itu, tim produksi juga melakukan inovasi pada format dan konten program agar lebih menarik dan interaktif. Beberapa perubahan signifikan yang dilakukan antara lain penambahan segmen kuis dan tanya jawab, mengundang narasumber terkemuka dari luar Pekalongan, serta memanfaatkan teknologi seperti animasi dan grafis untuk membantu penyampaian materi. Program "IQRO" juga mulai menggandeng sponsorship dari berbagai pihak untuk mendukung penyelenggaraannya.

Pada tahun 2013, program "IQRO" kembali mengalami pengembangan dengan menambahkan segmen feature budaya dan tradisi Pekalongan dalam kaitannya dengan nilai-nilai keislaman. Langkah ini dilakukan untuk menjaga kearifan lokal dan menunjukkan keselarasan antara budaya setempat dengan ajaran agama Islam. Selain itu, program "IQRO" juga kerap mengadakan acara spesial pada peringatan hari besar Islam, seperti Ramadan atau Idul Fitri. Pada momen-momen tersebut, Batik TV Pekalongan menggelar ceramah besar oleh ustadz terkemuka, lomba membaca Al-Quran, dan kegiatan lain yang bertujuan untuk memperingati dan menghayati nilai-nilai keislaman. Sepanjang perjalanannya, program "IQRO" telah mendapat apresiasi dari masyarakat Pekalongan dan sekitarnya. Banyak penonton yang merasa terbantu dalam memperdalam pemahaman agama Islam dan meningkatkan keterampilan membaca Al-Quran berkat program ini. Bahkan, beberapa alumni program "IQRO" telah menjadi pengajar atau ustadz di lingkungan mereka masing-masing.

Program “IQRO” terus berkembang dan menjadi salah satu program unggulan Batik TV Pekalongan yang mencerminkan komitmen stasiun televisi tersebut dalam melestarikan dan menyebarkan nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat Pekalongan.

2. Deskripsi Program IQRO



Gambar 3. Deskripsi Program IQRO

Kota Pekalongan tidak hanya terkenal dengan batiknya, tetapi juga sangat religius. Batik TV berusaha untuk memberi pemirsanya informasi Islam melalui program IQRO. Ketika menyajikan sebuah program televisi, nama program adalah hal yang paling penting (Dokumen Batik TV). Nama-nama ini yang harus dibuat semenarik mungkin, agar mudah diingat oleh penonton dan sesuai dengan isi acara tersebut. Koordinator Program memberikan nama “IQRO” karena program ini merupakan program siaran religi edukasi pada anak-anak TPQ memberikan pengetahuan agama dan mengajarkan membaca Al-Qur’an serta tazwidnya (hasil wawancara dengan mbak Yaia koordinator Program).

Program IQRO lebih menekankan pada aspek edukasi dalam menyampaikan ajaran Islam dan membaca Al-Qur’an dengan benar. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang ajaran Islam melalui segmen ceramah keislaman yang melibatkan narasumber atau ustadz terkemuka. Ada juga segmen tutorial membaca Al-Qur’an yang memberikan panduan lengkap tentang cara membaca Al-Qur’an dengan benar, mulai dari makharijul huruf, tajwid, hingga irama atau lagu. Dalam menyampaikan materi keislaman, format ceramah lebih bersifat monolog, berbeda dengan talkshow, yang biasanya melibatkan percakapan atau diskusi dengan banyak orang. Selain menghibur, ada bagian kuis dan tanya jawab yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman penonton tentang materi yang disampaikan.

Materi dikemas dalam gaya bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami, seperti yang digunakan dalam program pendidikan umumnya. Terlepas dari fakta bahwa program IQRO juga memiliki segmen yang berkaitan dengan budaya dan tradisi. Tujuan dari segmen ini adalah untuk menunjukkan hubungan antara budaya lokal dengan nilai-nilai Islam, bukan sebagai diskusi yang bersifat menghibur seperti talkshow. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa program IQRO di Batik TV Pekalongan lebih menekankan format edukasi dalam menyampaikan materi keislaman dan pembelajaran membaca Al-Quran, dibandingkan dengan format talkshow yang bersifat lebih ringan dan menghibur. Penayangan sebuah acara televisi tentu harus mempertimbangkan durasi dan waktu penayangan. Program IQRO ditayangkan dengan durasi 30 Menit dan ditayangkan setiap hari Jum'at pukul 17.30 WIB. Secara umum target audience program IQRO adalah masyarakat Pekalongan dan sekitarnya yang bisa menangkap siaran Batik TV (Wawancara dengan host maas Wahid).

3. Profil Program IQRO

Program IQRO adalah program religi konsep edukasi yang tayang setiap hari Jumat pukul 17.30 WIB. Ada beberapa program keIslaman pada Batik TV menjadi program talkshow yang ditayangkan di televisi. Bisa dikatakan saat ini format ceramah atau talk show sudah sangat umum bagi sebuah tayangan religi. Maka dari itu, program IQRO hadir dengan wajah baru bagi penonton religi dengan mengambil konsep Edukasi, mengajarkan mengaji dengan santai dengan bermain games. Profil program IQRO dapat dilihat dibawah ini (Hasil Dokumentasi dari kreatif program IQRO).

Genre	Edukasi
Durasi	30 menit
On Air Date	Jumat
On Air Time	17.30
Setting	Tapping
Target Audience	Laki-laki, perempuan, 4-12 tahun

Table 1 Profil program IQRO Batik TV

4. Tujuan program IQRO

Setiap program televisi tentunya memiliki tujuan, tujuan inilah yang akan menjadi dasar untuk mengembangkan dan membuat program televisi yang akhirnya bermanfaat bagi masyarakat. Begitupun dengan program IQRO, program ini mempunyai beberapa tujuan:

1. Edukasi Keislaman mempunyai tujuan utama pada program IQRO untuk memberikan edukasi tentang ajaran- ajaran Islam kepada masyarakat Pekalongan dan sekitarnya. Program ini berupaya meningkatkan pemahaman penonton tentang berbagai aspek agama Islam, termasuk akidah, ibadah, dan akhlak.
2. Pembelajaran Membaca Al-Qur'an mempunyai tujuan utama untuk mengajarkan cara membaca Al-Qur'an yang baik dan benar kepada pemirsan dan anak anak TPQ. Melalui segmen tutorial pada program IQRO membantu penonton meningkatkan keterampilan mereka dalam membaca kitab suci, termasuk pemahaman tentang makhrijul huruf, tajwid, dan lagu dalam membaca Al-Qur'an.
3. Menyebarkan Nilai-nilai Islam bertujuan untuk menyebarluaskan nilai-nilai dan ajaran islam di tengah masyarakat Pekalongan, membantu membentu karakter dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama,
4. Melestarikan Budaya dan Tradisi Lokal melalui segemen feature budaya dan tradisi, program ini juga bertujuan untuk melestarikan karifan lokal Pekalongan dan menunjukkan keselarasan antara budaya setempat dengan ajaran Islam.
5. Meningkatkan Interaksi dengan pemirsa dan memberikan Inspirasi penonton agar lebih mencintai dan mendalami ajaran Islam serta Al-Qur'an sebagai pedoman hidup.
6. Memenuhi Kebutuhan Spiritual Masyarakat dan menjadi Sarana Dakwah program ini menjadi sarana dakwah bagi Batik TV Pekalongan untuk menyebarkan ajaran Islam melalui media televisi.

7. Meningkatkan Kualitas Keagamaan Masyarakat untuk meningkatkan kualitas pemahaman dan pengalam keagamaan masyarakat Pekalongan dan sekitarnya

Tujuan-tujuan ini menunjukkan komitmen Batik TV Pekalongan dalam menghadirkan program religi yang tidak hanya informatif dan edukatif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan spiritual dan budaya masyarakat setempat (Wawancara Host Wahid).

5. Proses Produksi Program IQRO

Dalam memproduksi program religi IQRO yang bertujuan untuk memberikan edukasi keislaman dan pembelajaran membaca Al-Qur'an, tim produksi Batik TV Pekalongan menerapkan berbagai strategi kreatif pada setiap tahapan produksi. Berikut adalah strategi kreatif yang diterapkan dalam proses produksi program IQRO.

a. Tahap Pra-Produksi

- 1) Konsep Program pada tahap ini, tim kreatif merancang konsep dan format program IQRO yang menarik, interaktif, dan sesuai dengan budaya lokal Pekalongan. Mereka mengombinasikan unsur ceramah keislaman, tutorial membaca Al-Qur'an, kuis, serta segmen feature budaya untuk menciptakan program yang lengkap dan memikat.
- 2) Penulis Naskah untuk berkreasi dalam mengemas materi keislaman dan tutorial membaca Al-Qur'an dengan gaya bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat Pekalongan. Mereka juga menggunakan analogi dan contoh-contoh yang relevan dengan kehidupan sehari-sehari.
- 3) Pemilihan Talent Tim Kreatif memilih talent seperti ustadz, narasumber, dan pembawa acara yang memiliki pengetahuan mendalam tentang Islam, kharisma, serta kemampuan komunikasi

yang baik. Mereka juga memperhatikan penampilan talent agar sesuai dengan citra program religi.

b. Tahap produksi

- 1) Desain Set dan Artistic Desain Set dan elemen-elemen artistic seperti dekorasi, properti, serta grafis dirancang untuk menciptakan suasana yang khas dan sesuai dengan program religi. Tim kreatif mengeksplorasi simbol-simbol Islam dan budaya Pekalongan dalam desain.
- 2) Sinematografi dan Tata Cahaya yaitu bereksperimen dengan teknik pengambilan gambar, pergerakan camera, serta pencahayaan yang unik dan menawan untuk memberikan nuansa khushyuk dan spiritual dalam program IQRO.

c. Tahap Pasca-Produksi

- 1) Editing dan Efek Visual dilakukan dengan kreatif untuk menghasilkan alur program yang dinamis dan memikat. Editor juga menambahkan efek visual seperti grafis, animasi, atau elemen augmented reality untuk memperkuat penyampaian materi dan memberikan tampilan yang lebih menarik secara visual.
- 2) Musik dan Sound Design Komposer berkreasi dengan melodi dan aransemen yang menciptakan suasana khidmat dan spiritual, mereka juga mengeksplorasi elemen-elemen musik tradisional Pekalongan untuk memberikan sentuhan lokal dalam program IQRO.
- 3) Evaluasi, tahap evaluasi ini merupakan langkah penting yang harus dilakukan oleh setiap televisi, termasuk program IQRO yang diproduksi dan disiarkan oleh Batik TV. Fungsi penting dari evaluasi ini adalah untuk memperbaiki berbagai kekurangan sehingga program IQRO menjadi lebih baik. Secara teknis, rapat evaluasi pasca produksi tidak jauh berbeda dengan rapat pra produksi yang dipimpin produser.

Strategi kreatif diterapkan secara menyeluruh disetiap tahapan produksi program IQRO. Dengan mengombinasikan kreativitas dalam konsep, penulisan naskah, pemilihan talent, desain set, sinematografi, editing, efek visual, serta musik dan suara, Batik TV Pekalongan berupaya menciptakan program religi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan nilai-nilai budaya dan keislaman masyarakat Pekalongan (Wawancara Mas Tommy Tim Produksi Batik TV). Batik TV menayangkan program IQRO dirancang dengan tim kreatif digabungkan melalui metode pembelajaran Al-Qur'an tradisional dengan visual yang menarik, menghadirkan ustadz berpengalaman sebagai Host utama yang berinteraksi dengan grafis animasi huruf hijaiyah yang dinamis. Acara ini dikemas dalam format episodik yang memungkinkan pemirsa untuk mengikuti pelajaran secara bertahap dengan setiap episode berfokus pada satu atau dua huruf atau konsep bacaannya. Untuk meningkatkan keterlibatan penonton, program ini juga menampilkan segmen interaktif dimana pemirsa di rumah diajak untuk mengucapkan huruf-huruf bersama-sama, serta kuis singkat diakhir acara untuk menguji pemahaman (Hasil Wawancara Mas Alan direktur OP Batik TV).

6. Strategi Kreatif dalam Proses Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan

Sub bab ini menguraikan strategi kreatif yang diterapkan dalam proses produksi program *IQRO* di Batik TV Pekalongan, dengan penekanan pada pendekatan inovatif dalam menyajikan konten religi yang menarik, khususnya bagi anak-anak TPQ. Peneliti mengumpulkan data langsung dari Batik TV Pekalongan pada tanggal 31 Mei hingga 6 Juni 2025 untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang proses kreatif di balik program ini. Salah satu hasil observasi penting adalah bagaimana program *IQRO* berhasil menciptakan konsep yang menggabungkan pendidikan dengan hiburan, sehingga mampu menarik minat anak-anak dalam mempelajari Al-Qur'an.

Peneliti mengambil data langsung di Batik TV Pekalongan, untuk mengetahui strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO. Pada tanggal 31 Mei sampai 6 Juni 2025.



Gambar 4 Produksi program IQRO 6 Juni 2024

Sebelum hadirnya program *IQRO*, program religi di Batik TV cenderung kurang diminati, meskipun memiliki nilai spiritual yang tinggi. Menurut Wahid dan Yaia, dua anggota dari divisi kreatif serta koordinator program *IQRO*, program religi sebelumnya ibarat hidangan tanpa rasa—ada namun tidak menggugah selera penonton. Program-program religi sebelumnya menjadi semacam hiasan prestise bagi stasiun televisi, namun minim penonton. Melihat hal tersebut, mereka menyadari bahwa sudah saatnya menciptakan program religi yang tidak hanya dihormati, tetapi juga menarik dan interaktif sehingga penonton, terutama anak-anak TPQ, terdorong untuk terus menontonnya.

Strategi kreatif tersebut tentu bertujuan untuk menghasilkan sebuah program yang memiliki kualitas sehingga dapat mengenai target sasaran. Strategi kreatif sebagai sebuah perencanaan awal yang sudah maksimal untuk digunakan dalam mencapai target produksi. Sebuah tahapan perencanaan dan pertimbangan matang agar dapat diproduksi. Tahapan tersebut meliputi ide program acara yang menarik, adanya sarana, biaya, tim pelaksana, dan lain-lain. Menurut Mba Yaia, strategi melibatkan berbagai keputusan dan aktivitas bisnis untuk mencapai misi dan tujuan dengan menggunakan

berbagai keterampilan dan sumber daya secara efektif serta mengetahui peluang dan ancaman pasar; ketika strategi dikaitkan dengan strategi dengan konteks media, tentu berkaitan dengan cara atau strategi yang digunakan oleh tim produksi dalam memproduksi sebuah program seperti IQRO. Strategi kreatif IQRO diawali tahapan perencanaan sampai program acara di produksi.

“Strategi kreatif yang dirancang pada program IQRO ini meliputi penambahan permainan-permainan dan terus berinovasi. Ada 3 segmen pada program IQRO yang dirancang oleh tim kreatif yang awalnya sangat monoton menjadi lebih menarik dan tidak bikin bosan untuk anak-anak TPQ yang sedang mengikuti acara IQRO. Segmen 1 yaitu mengajarkan ngaji dan mengenal tazwid, segmen 2 yaitu wawancara kepada pemimpin lembaga TPQ, segmen 3 yaitu kuis dibagi menjadi dua regu atau perseorangan tipe cerdas cermat yang mana dalam satu regu terdapat 9-10 orang laki-laki dan perempuan saat melakukan aktivitas mencoret-coret. Kreativitas program ini menonjol dalam segmen permainan.”

Keberhasilan program ini juga disebabkan oleh kemampuan tim produksi dan divisi kreatif untuk terus berinovasi. Improvisasi yang dilakukan saat proses syuting sering kali menghasilkan momen-momen kreatif yang tidak direncanakan sebelumnya. Kebebasan yang diberikan kepada tim untuk berimprovisasi tanpa mengesampingkan konsep besar program telah membuat setiap episode IQRO menjadi segar dan menarik.

“Dalam pembuatan program IQRO ada tim produksi dan tim kreatif yang bekerja sama. Koordinasi Tim Kreatif dipegang oleh Mas Wahid, Mas Tomi, dan Mba Yaya. Adanya kerja sama antara tim produksi dan kreatif adalah untuk membuat program IQRO lebih menarik untuk ditonton oleh audiens (Hasil wawancara mas Wahid).”

Menurut Yaia, pembentukan program IQRO diawali dari tim produksi dan host yang meminta program baru. Sejalan juga dengan Yaia,

tim produksi dan host, menyatakan bahwa awalnya tim Research and Development (R&D) yang memiliki tren dan kebutuhan penonton dan kebutuhan stasiun TV Batik TV Pekalongan, meminta kepada tim produksi untuk membuat suatu program religi baru. Maka diadakannya brainstorming bersama tim produksi, direktur operasional, produser/koordinator program, serta divisi kreatif. Dalam brainstorming membahas mulai dari membahas ide konsep program, format program, serta target penonton. Selain itu juga meneliti lingkungannya, tempat terjun lapangannya pada setiap TPQ, dan pesaing. Melalui serangkaian brainstorming, tim akhirnya memutuskan bahwa konsep program edukasi Islam yang berfokus pada anak-anak TPQ sangat sesuai dengan kebutuhan Batik TV serta masyarakat Pekalongan, yang dikenal dengan budaya kota santri. Wahid dan Tomi, selaku host dan tim produksi, menyebutkan bahwa ide awal IQRO berasal dari pengalaman pribadi melihat aktivitas anak-anak TPQ yang penuh semangat. Dari situ muncul ide untuk membuat program yang bisa menyemangati anak-anak dalam membaca Al-Qur'an. Setelah ide dikerucutkan, hasilnya didapatkan bahwa sangat bagus dan menarik untuk membuat program IQRO edukasi islam untuk anak-anak kecil yang masih semangat belajar mengaji dan tidak menghinglangkan budaya kota santri pada daerah Pekalongan tersendiri. Program IQRO ini konsepnya berbeda dari program yang sudah ada di Batik tv atau tv lokal lainnya. Maka akhirnya ide program berkonsep edukasi islam dipilih dan di upgrade menjadi lebih baik dari sebelumnya dan maju. Seperti yang disampaikan oleh Mas Wahid dan Mas tommy selaku Host dan Tim Produksi:

“Awalnya liputan sore sore saya full time dikantor lalu melihat banyaknya anak-anak TPQ oh iya gimana membuat program IQRO saja agar anak-anak TPQ makin semangat. Seketika saya langsung muncul ide untuk membuat program TPQ saja akhirnya langsung dirancang saya dan teman-teman produksi pada waktu itu eee gimana kalau bikin program dakwah programnya namanya IQRO saja jadi untuk menyemangati anak-anak dalam membaca al-qur'an, kita cari segmen-segmen yang pas, dan

segemennya berubah-ubah dulunya pada awalnya saat pertama kali ada IQRO itu Cuma apa namanya full wawancara saja segemen 1,2,3 sama kepala TPQnya paling diselip selipin seperti gambar gambar dikelas, seiring berjalannya waktu ditambah segemen membaca al-qur'an, tentang tazwid, seiring berjalannya waktu belum lama sih 2tahun terkahir ditambah segmen permainan biar tidak bosan ada edukasinya juga."

A. Proses Produksi Program IQRO diBatik TV Pekalongan

Adanya tahapan dalam proses produksi program acara akan membuat proses produksi lebih efisien dalam pelaksanaannya. Semua yang dibutuhkan untuk produksi program IQRO dituangkan didalam sebuah proposal produksi. Tujuan pembuatan proposal agar dapat memberikan gambaran detail akan konsep produksi program IQRO dalam proposal juga tertuang identitas program acara seperti judul program, target audiens, durasi, jam tayang, treatment program, dan lain-lain. Jika merujuk pada *standard operation producer* (SOP) yang digagas oleh Gerrald Millerson, bahwa strategi kreatif yang dapat digunakan dalam proses produksi program meliputi tahapan praproduksi, produksi, pascaproduksi.

Setelah ide-ide tersebut disepakati, tim kreatif dan produksi mulai merealisasikannya dalam bentuk proposal yang kemudian dipresentasikan kepada manajemen Direktur operasional Batik TV. *Mas Tomy menyatakan, bahwa pada tahapan Pra-Produksi bahwa pencarian ide program acara IQRO, seluruh tim produksi melakukan brainstorming dalam skala besar diadakan setiap tiga bulan sekali untuk mengevaluasi program yang berjalan, termasuk IQRO. Selain itu, tim produksi juga sering melakukan brainstorming dalam tim kecil sebelum syuting, untuk memastikan setiap episode memiliki elemen kreatif yang menarik.*

Referensi dan riset tambahan juga sering dilakukan oleh tim produksi untuk menemukan TPQ yang cocok sebagai lokasi syuting. Selain itu, properti yang digunakan selama syuting, seperti lighting dan dekorasi

sederhana, juga dirancang agar menciptakan suasana yang hangat dan nyaman bagi penonton. Seperti yang disampaikan Mas Tomy Devisi Produksi:

“Brainstorming itu sangat penting banget karna kita berkuat di media yang mana menjadi ide kreativitas itu menjadi syarat penting ya, nah brainstorming dalam proses program biasanya kita ada kalau ditataran direksi itu bisa 3 bulan sekali itu membahas program mana yang akan dilanjutkan program mana yang akan cut atau program mana yang akan di lanjutkan tapi diubah konsepnya, nah IQRO ini masuk dikategori program yang selalu dilanjutkan tapi kita ubah ubah konsepnya tapi konsep dasar ke TPQ TPQnya tidak kita ubah, kiita ubah ke konsep persegmennya. Kalau ditataran ditim sendiri brainstorming itu bisa sebelum syuting sebelum hari H pun brainstorming, tapi kalau ditataran tim kecil 3-4 orang saja brainstormingnya sekedar nongkrong disela produksi program, nah pra produksinya sering kali ya brainstormingnya “mana lagi ya TPQnya tapi disini lebih menarik deh sehingga disitu ditentukan lokasi selanjutnya, ketika lokasinya ternyata ga memungkinkan loba cerdas cermat konsepnya diubah”. Brainstorming 3 bulan sekali itu menentukan gambaran garis besar konsep kalau dalam tataran tim H-1 menuju tpqnya mengubah segmen tertentu. Intinya brainstorming pentingada beberapa tingkatnya selalu kita jalankan” (Wawancara Mas Alan Direktur Op Batik Tv).

Pada tahap Produksi ini, seluruh tim yang terlibat dalam produksi melaksanakan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Tahapan ini, merupakan tahapan eksekusi dari tahapan pra produksi. Tahapan produksi yaitu proses syuting di luar studio. Pada saat take pengarah acara akan mengarahkan narasumber agar dapat tampil semaksimal mungkin didepan kamera. Kameramen akan bertugas merekam adegan yang berlangsung selama produksi berjalan. Penata cahaya bertugas mengatur set cahaya yang digunakan ketika proses produksi berlangsung. Tahapan ini, semua bahan

yang dirancang pada tahap praproduksi yang masih mentah dan diproses melalui tahapan pengambilan gambar maupun suara.

“Properti yang dibawa pada take program IQRO outdoor hanya membawa 3 camera, properti yang dipakai dalam ruangan hanya pakai dan al-qur’an. Program IQRO ini memiliki 3 segmen segemen ke 3 yaitu mengajari dan membaca al-qur’an diberitahu tajwidnya setelah selesai wawancara dengan pendiri yayasan. Terus kenapa ada mic saat take karna biar terkesan lebih intim dan ga terganggu dengan noise-noise dari lainnya. Lighting yang dipakai saat take berwarna putih tidak ada warna lainnya karna agar cerah dan enak dipandang biar menimbulkan kesan yang positif dan hangat, biar apa? Biar penonton yang ngeliatnya merasa acara ini hangat dan tidak pusing jika banyak cahaya. Kita juga pakai hiasan ada al-qur’an ditengah meja biar jelas bahwa kita ini program edukasi keislaman untuk anak anak yang semangat agama di TPQ TPQ dan menginspirasi untuk anak anak dan kaum muda untuk membaca al’qur’an dan belajar lebih mendalam tentang agama”(Wawancara Mas Tomy Devisi Produksi).

Pada tahapan Pasca-Produksi, tahapan terakhir dari proses produksi program acara IQRO adalah pasca produksi dibagi menjadi tiga editing, evaluasi, dan feedback serta penyimpanan dokumen. Editing video merupakan proses penyutitan dan penggabungan video yang sudah direkam. Pada tahapan editing, video yang disyuting akan diberikan efek dan audio sesuai kebutuhan program acara. Tahap editing merupakan memilih dan menggabungkan *“footage”* audio visual yang sudah direkam. Bahwa editing offline merupakan proses pemotongan gambar dalam bentuk kasar, adapun editing online adalah proses penyempurnaan dari hasil editing offline. Dapat disimpulkan bahwa proses editing sangat penting ketika produksi sebuah program acara seperti IQRO.

Ketika tahapan ini sudah dilakukan tahap selanjutnya tahapan evaluasi dan feedback. Pada bagian ini, program evaluasi dapat dilakukan dari seluruh tim produksi maupun penonton. Proses evaluasi program IQRO dilakukan sudah ditayangkan.

Setelah proses produksi selesai, evaluasi selalu dilakukan untuk menilai hasil program dan menemukan area yang bisa ditingkatkan. Evaluasi dilakukan baik secara internal oleh tim produksi maupun berdasarkan masukan penonton. Mas Tomy menjelaskan bahwa evaluasi secara teknis tidak hanya mencakup pengambilan gambar, tetapi juga mencakup inovasi dalam format program agar tidak monoton dan selalu relevan dengan perkembangan zaman, seperti yang disampaikan oleh Mas Alan:

“Dari internal ke evaluasi tim apalagi program lama itu tantangannya jenuh pasti sehingga kita beberapa kali kita rotasi tim untuk penyegaran untuk IQRO secara teknis pengambilan gambar tidak seribet program wisata dll, Cuma kadang jenuh sendiri timnya sehingga evaluasi meskipun tidak ada kesalahan tetap kita lukir karna ya kesannya mereka sudah jenuh sehingga orang jenuh itu orang males berinovasi paling kita menyegaran aja sih, kalau eksternalnya kita harus peka perkembangan jaman IQRO itu dulu monoton tapi dijamin itu 5 tahun 7 tahun program tv seperti itu monoton apalagi program agama susah dikemasnya takut obsed sehingga kita harus peka perubahan zaman”.

“Evaluasi program pasti ada, contoh dilakukan saat proses editing. Jika ada kekurangan akan langsung dikomunikasikan. Terkadang diadakan rapat evaluasi minggu atau bulanan untuk membahas kekurangan, kelebihan, dan masukan-masukan” (Wawancara Mas Alan Direktur Op).

Dengan terus melakukan evaluasi dan inovasi, program *IQRO* berhasil menjadi salah satu program unggulan Batik TV yang terus diminati, terutama oleh anak-anak TPQ dan komunitas Islam di Pekalongan.

B. Pemanfaat Unsur-Unsur Kreatif dan Pengembangan Ruang Kreatif Dalam Strategi Kreatif Proses Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan.

Hasil menganalisis lingkungan serta pesaing program IQRO ini harus mencari target penonton baru. Didapatkan mulai dari anak kecil hingga dewasa yang memiliki pengetahuan agama, yang baru atau masih mau belajar diTPQ maupun tidak. Sedangkan menurut Mbak Yaia, target penonton untuk program IQRO bisa merambah ke entry level dan semua kalangan dari semua usia. Untuk umur, jenis kelamis, serta status sosial itu tidak dibatasi. Jika dilihat dari segi goegrafinya yaitu, segmentasi program IQRO adalah masyarakat perkotaan dan pedesaan, dengan cakupan area Kota/Kab. Pekalongan, Kab Batang, Kab. Pematang, Kota/Kab. Tegal, Kab. Brebes. Karena dakwah itu bisa untuk semua kalangan untuk tau huruf tazwid dan membaca al-qur'an dari yang dasar sampai lancar membaca al'qur'an dengan ber juz juz.

Batik TV adalah TV lokal yang ada di Pekalongan dan telah mendapatkan izin LPPL Batik TV Kota Pekalongan. Semuanya diperkuat dan disetujui APBD Pemerintah Kota Pekalongan oleh DPRD kota Pekalongan pada tahun 2012 Pemerintah Pekalongan. Batik TV dapat diakses melalui sosial media, youtube, live streaming dan website Batik TV yaitu <https://batiktv.pekalongankota.go.id/>. Dengan undang-undang yang tersedia, maka target kecil penonton IQRO adalah masyarakat di Kota Pekalongan sedangkan target umumnya adalah semua masyarakat yang dapat mengakses Batik TV seluas-luasnya.

Tujuan program IQRO ini menurut Mas Tommy Tim Produksi yaitu memberikan edukasi ke masyarakat untuk mau belajar membaca Al-Qur'an sejak Dini sehingga kami memiliki tantangan untuk mengemas program ini dengan lebih menarik dan menyenangkan. Tujuan menurut Mas Alan yaitu ingin mencapai menjadikan TPQ sebagai standar pendidikan non-formal. Diluar area siaran kami, kami ingin memperkenalkan kearifan lokal berbasis agama di Pekalongan dan sekitarnya, khususnya dalam hal lembaga pendidikan al-qur'an.

Bagaimana target dan tujuan yang telah dibentuk oleh tim produksi program IQRO, serta melihat perkembangan media sosial yang dianggap sebagai simbiosis mutualisme. Program IQRO ini bisa dibilang menjadi program religi pertama di TV lokal yang mengusung konsep edukasi keislaman pada anak-anak TPQ. Konsep edukasi pada program IQRO ini membuat suasana penonton tidak bosan. Maksudnya adalah agar penonton tidak merasa terbebani untuk harus didepan layar TV. Program IQRO juga kami tayangkan di Youtube Batik TV Pekalongan. Namun, tentu saja akan lebih baik jika penonton tetap melihat visual dari program IQRO walaupun dari Instagram dan Youtube.

Selain pemakain unsur-unsur kreatif ada elemen-elemen ruang kreatif yang dikembangkan, dibentuk, diatur, disusun, ditambah, atau dikurangi oleh tim agar dapat memberikan yang bermanfaat. Menurut Mas Wahid selaku divisi kreatif dan Host mengenai nama program dipilih menjadi nama program religi/edukasi keislaman alasannya banyaknya anak-anak TPQ di Pekalongan apalagi Pekalongan Kota santri jadi saya tertarik untuk membuat program IQRO ini yang pas untuk ditayangkan di televisi dan menginspirasi untuk anak-anak sekarang.

Sedangkan menurut Mba Yaia, nama IQRO ini diambil karena IQRO berasal dari bahasa Arab yang berarti “bacalah”. Kata ini juga sering digunakan dalam konteks agama Islam, khususnya terkait dengan kegiatan membaca Al-Qur’an, sehingga kami rasa sangat cocok untuk kami jadikan sebagai nama program ini. Harapan kami program IQRO mampu membawa arti yang lebih luas seperti memahami, mempelajari, dan merenungkan isi bacaan, khususnya dalam konteks membaca dan memahami Al-Quran.

Sistem dalam pemilihan host dan narasumber pada program IQRO ini ada kriterianya sendiri, Kami membuka open recruitment terbuka untuk memberikan peluang yang sama kepada individu yang memiliki syarat menjadi Host IQRO. Kami lalu akan melakukan test wawancara dan uji kemampuan kepada mereka yang lolos administrasi. Setelah tahap ini baru kami akan mengumumkan secara terbuka siapa yang berhasil menjadi Host IQRO. Untuk

menjadi Host IQRO, penilaian kami adalah selain memiliki kemampuan bicara yang baik, penampilan menarik, pengetahuan luas, dan kepribadian yang baik, seorang Host IQRO juga dituntut memiliki kemampuan mengajar Al Quran dengan metode-metodenya, karena selain menjadi pembawa acara ia juga akan berperan sebagai Ustadz. Untuk pemilihan mencari narasumber tidak ada kriteria, tim kreatif, tim produksi, dan koordinator program/ produser mencari TPQ TPQ yang ingin kerjasama sama kami, atau kami meneria pesan dm diinstagram atau via telepon lalu kami survei TPQ baru Produksi.

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada saat produksi program IQRO berlangsung, yaitu tanggal 6 Juni 2024 dengan narsumber anak anak TPQ, saat persiapan *shooting*, ada *briefing* untuk segmen pertama bermain games pada anak-anak TPQ hanya *briefing* singkat saja. Menurut Mba Yaia, Yang paling menarik adalah peran Host (Wahid Surya) yang tidak hanya mengenalkan dan membawakan acara saja, namun juga bertugas sebagai Ustadz yang turut mengajarkan metode baca tulis Al Quran kepada murid-murid TPQ, tentunya dengan teknik pengajaran yang lebih santai dan menyenangkan. Untuk menambah semangat dan antusias anak-anak, di setiap akhir acara, Ustadz Wahid akan membagikan hadiah untuk murid-murid yang mampu menjawab pertanyaan atau tantangan yang disampaikan.

Untuk opening dan closing program IQRO memiliki ciri khas yang telah dipersiapkan oleh tim produksi. *Opening* host dimulai dengan menghitung angka, diikuti dengan menyapa penonton dan mengingatkan untuk mendengarkan arah host untuk bermain games, dan segmen berikutnya. *Closing* dilakukan dengan menyimpulkan pembahasan serta ditutup dengan menghitung mundur. Selain opening dan *closing* yang memiliki ciri khas simpel, program IQRO juga tidak memakai *tag to* atau *hooker* setelah ataupun sebelum *commercial break*, karena durasi program yang terbatas hanya 30 menit.

OPENING

Saya Wahid “Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, berjumpa kembali bersama saya Wahid Surya dalam acara IQRO// Saat ini saya akan mengajak anda untuk berkunjung ke TPQ... yang berada di .../ bagaimana keseruannya? Saksikan terus IQRO..”

CLOSING

“Baik pemirsa, demikian program IQRO episode kali ini, saya Wahid Surya mohon pamit undur diri, Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh”

Untuk setting ruangan atau setting panggung program IQRO yaitu segemen pertama games dilapangan TPQ diluar studio, segemen kedua yaitu didalam ruang kelas TPQ untuk mengaji dan diajarkan Tajwid oleh Hostnya, segmen ketiga didalam ruang kelas yang sama untuk ngobrol bersama pimpinan TPQnya. Untuk setting panggung dalam kelas TPQ hanya membutuhkan meja dan Al-Qur'an saja tidak ada yang lain. Sehingga menjadi lebih mudah untuk didesain dalam ruangan hanya membutuhkan *setting lighting, mic, angle camera*, dibantu oleh tim produksi. Take program IQRO hanya membutuhkan satu hari saja take dari awal sampai akhir tahap berikutnya editing (Wawancara Tim Produksi Mas Tomy dan Host Mas Wahid).

BAB IV

ANALISIS STRATEGI KREATIF DALAM PROSES PRODUKSI PROGRAM IQRO DI BATIK TV PEKALONGAN

Konsep strategi kreatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari Rusman Latief, kreatif itu berarti harus mempunyai, Ide, Berfikir Kreatif, *Brainstorming*. Selain itu, juga menggunakan teori kreativitas oleh Graham Wallas yang mengemukakan bahwa terdapat empat tahap proses berpikir kreatif yaitu persiapan (*preparation*), inkubasi (*incubation*), iluminasi (*illumination*), dan verifikasi (*verification*). Setelah tahapan strategi kreatif tersebut dirumuskan kemudian dilanjutkan proses produksi untuk pencapaian akhir.

A. Strategi Kreatif dalam Produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan

Teori Wallas menjelaskan mengenai proses-proses kreatif yang menurut Graham Wallas meliputi empat tahap. Keempat tahap tersebut, antara lain: tahap persiapan (*preparation*), tahap inkubasi (*incubation*), tahap iluminasi (*illumination*), dan tahap pelaksanaan (*verification*).

1. Tahap Persiapan (*Preparation*)

Menurut Graham Wallas, tahap persiapan merupakan tahap dimana seseorang dapat secara sadar mengumpulkan pengetahuan-pengetahuan dan fakta-fakta logis. Tahap Persiapan (*Preparation*) dalam proses produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan merupakan langkah awal yang krusial dalam mengembangkan ide kreatif untuk program tersebut. Tahap ini sejalan dengan teori Wallas yang menekankan pentingnya pengumpulan informasi dan data yang relevan sebagai landasan pengembangan kreativitas.

Dalam tahap persiapan, semua ide, gagasan, fakta, dan opini masih bersifat mentah karena semua ide dikumpulkan tanpa ada yang dibuang dan belum dipikirkan jauh lebih mendalam. Sesuai dengan konsep unsur-unsur

kreatif dari Rusman Latief dan Yustiatie Utud, pada tahap persiapan, tim produksi program IQRO melakukan:

a. *Brainstorming*

Salah satu kegiatan utama dalam tahap persiapan adalah *brainstorming*. Seperti yang diungkapkan oleh Mas Alan, Direktur Operasional Batik TV, *brainstorming* dilakukan dalam beberapa tingkatan. Pada level tertinggi, *brainstorming* dilakukan di tingkat direksi setiap tiga bulan sekali. Ini menunjukkan bahwa pengembangan program IQRO mendapat perhatian serius dari manajemen Batik TV. *Brainstorming* di level ini membahas target program, target penonton, dan bagaimana program IQRO dapat mendukung visi misi stasiun televisi secara keseluruhan.

Brainstorming juga mencakup ide-ide untuk materi yang akan disampaikan, metode pengajaran yang akan digunakan, dan jenis pertanyaan untuk segmen kuis. Tim membahas berbagai topik yang relevan dengan pendidikan Al-Qur'an, seperti tajwid, *makharijul huruf*, dan *asbabun nuzul*. Untuk metode pengajaran, tim mempertimbangkan penggunaan metode-metode modern yang interaktif dan menyenangkan, namun tetap menghormati tradisi pengajaran Al-Qur'an.

Selain itu, *brainstorming* juga dilakukan di tingkat tim produksi, bahkan hingga H-1 sebelum produksi. Ini menunjukkan fleksibilitas dan kesiapan tim untuk terus mengembangkan ide hingga detik-detik terakhir sebelum produksi. *Brainstorming* di level ini mungkin lebih fokus pada aspek teknis dan kreatif, seperti pemilihan lokasi syuting, konsep acara untuk episode tertentu, atau penanganan tantangan teknis yang mungkin muncul.

Proses *brainstorming* yang berlapis ini memungkinkan tim untuk menghasilkan berbagai ide dari berbagai perspektif. Ide-ide yang muncul dari level direksi dapat memberikan arahan strategis, sementara

ide-ide dari tim produksi dapat memberikan solusi praktis dan kreatif untuk implementasi di lapangan.

b. Riset dan Observasi

Selanjutnya, kegiatan penting lain dalam tahap persiapan adalah riset dan observasi ke TPQ-TPQ di Pekalongan. Ini menunjukkan komitmen tim untuk menghasilkan konten yang autentik dan relevan dengan realitas di lapangan. Dengan melakukan observasi langsung, tim dapat memahami dengan lebih baik tentang dinamika pembelajaran di TPQ, kebutuhan dan minat anak-anak TPQ, serta tantangan yang dihadapi oleh para pengajar. Informasi ini sangat berharga untuk mengembangkan konsep program yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga bermakna dan bermanfaat bagi target audience.

Riset dan observasi ini juga membantu tim dalam memilih lokasi syuting yang sesuai. Setiap TPQ mungkin memiliki karakteristik unik, baik dari segi arsitektur, suasana, maupun metode pengajaran. Dengan melakukan survei langsung, tim dapat memilih lokasi yang paling cocok untuk konsep episode tertentu atau yang dapat memberikan variasi visual yang menarik bagi penonton.

Tahap persiapan juga melibatkan penyusunan proposal program yang berisi hasil kumpulan ide. Proposal ini kemungkinan besar mencakup konsep dasar program, target audience, format acara, rencana produksi, serta proyeksi anggaran. Penyusunan proposal ini penting untuk memastikan bahwa semua anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang arah dan tujuan program. Selain itu, proposal juga berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan persetujuan dan dukungan dari manajemen Batik TV.

c. Pencarian Referensi dan Inspirasi

Pencarian referensi tema, lokasi, dan konsep acara yang menarik juga merupakan bagian integral dari tahap persiapan. Tim mungkin

melakukan penelitian tentang program-program serupa di stasiun televisi lain, baik lokal maupun nasional, untuk mendapatkan inspirasi dan memahami tren terkini dalam program edukasi religi. Mereka juga mungkin mempelajari metode-metode pengajaran Al-Quran terbaru yang bisa diintegrasikan ke dalam format program televisi.

Pencarian referensi ini tidak hanya terbatas pada program televisi, tetapi juga bisa mencakup studi literatur tentang pendidikan agama untuk anak-anak, psikologi perkembangan anak, atau bahkan tren media sosial yang populer di kalangan anak-anak dan remaja. Dengan memadukan berbagai referensi ini, tim dapat menghasilkan konsep program yang tidak hanya edukatif, tetapi juga menghibur dan relevan dengan minat target audience.

Tahap persiapan dalam produksi program IQRO juga mencerminkan kesadaran tim akan pentingnya konteks lokal. Pekalongan, yang dikenal sebagai kota santri, memiliki karakteristik sosial dan budaya yang unik. Tim produksi tampaknya memahami betul pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai dan kearifan lokal ke dalam program. Ini terlihat dari upaya mereka untuk melibatkan TPQ-TPQ lokal dan mengangkat tema-tema yang relevan dengan kehidupan masyarakat Pekalongan.

d. Perencanaan Aspek Teknis

Selain itu, tahap persiapan juga melibatkan perencanaan aspek teknis produksi. Ini mungkin mencakup pemilihan peralatan yang sesuai untuk syuting di lokasi TPQ, perencanaan tata cahaya yang dapat mengakomodasi kondisi di dalam dan luar ruangan, serta perencanaan audio yang dapat menangkap suara dengan jelas dalam situasi kelas yang mungkin ramai. Persiapan teknis yang matang ini penting untuk memastikan bahwa ide-ide kreatif yang telah dikembangkan dapat direalisasikan dengan baik saat produksi.

Tahap persiapan dalam produksi program IQRO juga mencerminkan fleksibilitas dan kesiapan tim untuk beradaptasi. Seperti yang diungkapkan oleh Mas Alan, bahkan pada H-1 produksi masih ada kemungkinan untuk melakukan perubahan atau penyesuaian. Ini menunjukkan bahwa tim tidak kaku dalam mengikuti rencana awal, tetapi selalu siap untuk merespons situasi dan kondisi terkini untuk menghasilkan program yang terbaik.

Selain tahapan di atas, program *IQRO* yang ditayangkan oleh Batik TV Pekalongan pada tahap persiapan juga memiliki sejumlah alasan yang membuatnya kreatif dan menarik. Konsep utama program ini adalah menonjolkan metode pembelajaran baca tulis Al-Qur'an dengan pendekatan yang fun dan menyenangkan, khususnya bagi anak-anak. Dalam konteks pendidikan agama, program ini berhasil menggabungkan pendidikan dengan hiburan, menciptakan suasana yang interaktif dan tidak membosankan. Anak-anak yang biasanya cenderung cepat merasa bosan dengan metode pembelajaran konvensional, dihadapkan pada metode yang lebih segar dan mendukung perkembangan minat mereka untuk belajar Al-Qur'an. Pendekatan ini tidak hanya membuat mereka lebih terlibat, tetapi juga membantu anak-anak untuk lebih memahami dan mengingat materi yang diajarkan dengan baik.

Keseluruhan proses dalam tahap persiapan ini menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan sistematis dalam pengembangan program IQRO. Tim produksi tidak hanya mengandalkan intuisi kreatif, tetapi juga melakukan riset dan persiapan yang mendalam. Hal ini sejalan dengan teori Wallas yang menekankan pentingnya pengumpulan informasi dan data yang relevan sebagai dasar pengembangan ide kreatif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, dengan melakukan persiapan yang matang, tim produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan telah membangun fondasi yang kuat untuk tahap-tahap selanjutnya dalam proses kreatif. Informasi dan ide-ide yang dikumpulkan dalam tahap ini akan menjadi bahan baku yang berharga untuk

diolah dalam tahap inkubasi, dan akhirnya menghasilkan ide-ide kreatif yang brilian dalam tahap iluminasi.

2. Tahap Inkubasi (*Incubation*)

Menurut Graham Wallas, tahap inkubasi adalah fase di mana seseorang dapat secara sadar mengatur ide-ide yang sudah dikumpulkan, mencari subjek atau referensi tambahan, atau beristirahat dari pemikiran yang terlalu sadar untuk memberikan ruang bagi ide-ide tersebut berkembang secara alami. Inkubasi ini juga bisa disebut sebagai tahap 'pengeraman ide', di mana konsep yang sudah ada diproses lebih lanjut untuk pematangan.

Dalam proses produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan, tahap inkubasi terutama melibatkan tim divisi kreatif. Setelah diskusi awal dan pengumpulan data pada tahap persiapan, tim kreatif memasuki fase ini untuk mematangkan ide-ide dan konsep yang telah dibahas sebelumnya. Tahap inkubasi ini sangat penting karena pada titik ini, konsep awal mulai berkembang menjadi lebih konkret dan terstruktur.

Pada tahap ini, tim kreatif bekerja sama untuk mengelola dan mengembangkan ide-ide tersebut menjadi sebuah proposal program yang solid, yang mana proposal ini kemungkinan besar mencakup konsep dasar program, target audience, format acara, rencana produksi, serta proyeksi anggaran. Penyusunan proposal ini penting untuk memastikan bahwa semua anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang arah dan tujuan program. Selain itu, proposal juga berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan persetujuan dan dukungan dari manajemen Batik TV Mereka tidak hanya meninjau kembali informasi yang telah dikumpulkan, tetapi juga mencari inspirasi tambahan dari berbagai referensi lain, baik dari literatur keagamaan, program serupa, maupun saran dari ahli. Tahap inkubasi ini memberikan waktu dan ruang bagi tim untuk mempertimbangkan berbagai pendekatan kreatif yang mungkin belum terpikirkan sebelumnya.

Hasil dari inkubasi ini adalah ide-ide yang lebih matang dan siap untuk diuji serta dikembangkan lebih lanjut dalam tahap berikutnya. Proses ini juga mencakup diskusi intensif dan kolaborasi antaranggota tim, yang membantu dalam mengidentifikasi potensi kekuatan dan kelemahan dari konsep yang telah disusun.

Salah satu elemen dalam ruang kreatif menurut Rusman Latief dan Yustiatie Utud adalah materi. Materi yaitu hal-hal mengenai isi, konten, subjek, ataupun item yang disajikan dalam program. Pada tahap inkubasi, materi menjadi salah satu elemen yang dipersiapkan, yaitu mengenai isi dari tema pembahasan program.

Sebagai contoh, dalam salah satu episode IQRO, tim kreatif mungkin menemukan bahwa cara penyajian materi yang sebelumnya direncanakan masih terlalu rumit untuk dipahami oleh target audiens. Dalam tahap inkubasi, mereka mungkin memikirkan cara-cara baru untuk menyederhanakan penyajian materi tersebut tanpa mengorbankan kualitas atau kedalaman informasi. Misalnya, mereka bisa memutuskan untuk menggunakan visualisasi yang lebih sederhana atau narasi yang lebih terstruktur untuk membantu pemirsa memahami konsep yang kompleks.

Tahap inkubasi juga memungkinkan tim untuk mempertimbangkan berbagai pendekatan kreatif yang mungkin belum terpikirkan sebelumnya. Ide-ide yang tampaknya kurang menarik pada awalnya mungkin mendapatkan perhatian baru setelah dipertimbangkan kembali dalam tahap inkubasi ini. Hasil akhir dari proses ini adalah konsep yang lebih matang dan terstruktur, yang kemudian dapat dikembangkan lebih lanjut dalam tahap iluminasi dan pelaksanaan.

Proses produksi program *IQRO* juga menarik dan kreatif karena melibatkan banyak pihak, baik tim produksi, narasumber, maupun anak-anak yang terlibat dalam kegiatan belajar. Setiap pihak memiliki peran penting dalam menciptakan sinergi kreatif yang membuat program ini unik

di setiap episodenya. Kerja sama antara tim produksi dan narasumber, serta interaksi dengan anak-anak, memungkinkan terciptanya suasana yang dinamis dan penuh kreativitas selama proses produksi berlangsung. Keberagaman peran yang terlibat ini menciptakan variasi konten yang segar dan selalu menghadirkan sesuatu yang baru dalam setiap tayangan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, tahap inkubasi dalam produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan ide-ide kreatif. Dengan memberikan waktu dan ruang yang cukup bagi ide-ide tersebut untuk berkembang, tim kreatif dapat menghasilkan konsep yang tidak hanya orisinal dan inovatif tetapi juga relevan dan praktis untuk diterapkan dalam produksi program. Proses inkubasi ini menjadi kunci bagi terciptanya konten yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan program, memastikan bahwa hasil akhir dapat memenuhi ekspektasi pemirsa serta tujuan edukatif dari program IQRO.

3. Tahap Iluminasi (*Illumination*)

Tahapan iluminasi adalah tahap dimana seseorang merasa lebih intim dengan ide-idenya. Menurut teori Graham Wallas, iluminasi adalah fase di mana berbagai elemen yang telah dikumpulkan dan diproses pada tahap sebelumnya bersatu untuk menghasilkan sebuah wawasan baru atau solusi yang cemerlang. Dalam konteks produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan, tahap ini merupakan momen ketika tim produksi mencapai apa yang sering disebut sebagai "*aha moment*", di mana solusi kreatif yang tepat untuk episode tertentu muncul dengan jelas.

Selama tahap iluminasi, hasil dari tahap persiapan dan inkubasi terintegrasi, menghasilkan ide yang menjadi fokus utama produksi. Tahap persiapan sebelumnya, di mana tim kreatif mengumpulkan informasi, melakukan riset, dan mengidentifikasi kebutuhan program, memberikan fondasi bagi proses kreatif. Tahap inkubasi kemudian memungkinkan ide-ide tersebut berkembang tanpa intervensi sadar, memberikan waktu bagi

pikiran untuk mengolah informasi dan mengembangkan gagasan yang lebih matang. Hasil dari kedua tahap ini kemudian menjadi jelas pada tahap iluminasi, ketika tim produksi menemukan konsep kreatif yang dapat diwujudkan dalam bentuk visual atau naratif.

Dalam produksi program IQRO, tahap iluminasi sering kali ditandai dengan munculnya ide yang memberikan arah yang jelas bagi seluruh episode. Salah satu strategi kreatif yang digunakan, sebagaimana dijelaskan oleh Rusman Latief dan Yustiatie Utud, adalah menemukan cara baru dan inovatif untuk menyajikan materi keagamaan yang kompleks dalam format yang lebih mudah dipahami oleh audiens target. Contohnya, tim produksi dapat memutuskan untuk menggunakan animasi sederhana atau sketsa visual untuk menjelaskan konsep yang abstrak. Pendekatan ini membuat materi lebih menarik dan mudah dimengerti oleh pemirsa, terutama bagi audiens yang lebih muda atau yang mungkin belum memiliki pemahaman mendalam tentang topik yang disajikan.

Keputusan untuk menggunakan animasi atau sketsa visual merupakan hasil dari proses kreatif yang panjang. Dalam tahap iluminasi, ide-ide yang sebelumnya telah dikumpulkan dan diolah pada tahap persiapan dan inkubasi mulai terlihat jelas bagaimana cara mengimplementasikannya. Proses ini tidak terjadi secara instan; tim produksi harus menguji dan mempertimbangkan berbagai pendekatan sebelum menemukan solusi yang paling efektif. Misalnya, mereka mungkin mempertimbangkan berbagai jenis visualisasi, dari yang sederhana hingga yang lebih kompleks, sebelum akhirnya memilih pendekatan yang dianggap paling tepat untuk tujuan program dan target audiens.

Pada tahap iluminasi ini, tidak jarang tim produksi mengalami lonjakan energi kreatif. Ide-ide yang sebelumnya mungkin terkesan biasa atau kurang memadai, tiba-tiba tampak lebih jelas dan penuh potensi. Ini adalah saat di mana semua elemen yang telah dipersiapkan dan direnungkan akhirnya membentuk sebuah konsep yang kohesif dan kuat. Tim kreatif

sering kali merasa sangat antusias pada tahap ini karena mereka akhirnya dapat melihat bagaimana ide mereka dapat diterjemahkan menjadi sebuah produk yang nyata dan memuaskan.

Iluminasi tidak hanya terbatas pada satu ide besar, tetapi juga dapat mencakup berbagai detail kecil yang memperkaya keseluruhan produksi. Misalnya, dalam program IQRO, selain konsep utama, tim mungkin juga menemukan cara untuk meningkatkan pengalaman pemirsa melalui elemen tambahan seperti musik latar, efek suara, atau penggunaan warna yang tepat dalam visualisasi. Setiap elemen ini, meskipun kecil, berkontribusi terhadap keberhasilan keseluruhan episode dan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Menurut peneliti, program IQRO memanfaatkan kreativitas semacam ini untuk mencapai tujuannya, yaitu menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mudah diakses oleh semua kalangan. Dengan strategi kreatif ini, program IQRO dapat menjembatani kesenjangan antara kompleksitas materi keagamaan dan pemahaman audiens yang beragam, memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh pemirsa.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, tahap iluminasi dalam produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan merupakan momen penting di mana ide-ide yang telah berkembang akhirnya bersatu menjadi konsep yang siap untuk diproduksi. Ini adalah titik di mana proses kreatif mencapai puncaknya, dan tim produksi dapat melihat hasil dari kerja keras mereka dalam bentuk ide yang jelas dan dapat diimplementasikan. Dengan tahap iluminasi ini, tim tidak hanya menemukan solusi kreatif yang efektif, tetapi juga menetapkan arah yang akan diambil oleh seluruh produksi, memastikan bahwa setiap episode program IQRO dapat disampaikan dengan cara yang menarik, edukatif, dan relevan bagi pemirsa. Iluminasi menjadi penentu keberhasilan sebuah

episode, karena ide yang muncul pada tahap ini akan menjadi inti dari semua aspek produksi yang mengikuti.

4. Tahap Pelaksanaan (*Verification*).

Tahap pelaksanaan menurut Graham Wallas dimana seseorang dapat secara sadar mengikuti cara kerja seperti yang telah direncanakan dalam tahap persiapan (*preparation*). Disebut sebagai tahap pelaksanaan karena di tahap inilah titik tolak seseorang memberi bentuk pada ide atau gagasan baru, untuk menyakinkan bahwa ide tersebut dapat direalisasikan.

Tahap pelaksanaan adalah fase krusial dalam proses produksi program televisi, di mana ide-ide kreatif yang telah dikembangkan diuji, disempurnakan, dan diterapkan ke dalam bentuk final. Proses ini mencakup beberapa langkah utama, yaitu pelaksanaan shooting sesuai konsep yang telah disusun, editing dan finalisasi program, serta evaluasi pasca produksi untuk perbaikan di masa mendatang. Setiap langkah ini memegang peranan penting dalam menentukan kualitas akhir program.

a. Pelaksanaan *Shooting* Program IQRO

Tahap pelaksanaan dimulai dengan proses shooting, di mana tim produksi menerjemahkan konsep yang telah disusun menjadi visual yang nyata. Proses ini tidak hanya melibatkan pengambilan gambar, tetapi juga pengaturan segala aspek teknis yang mendukung, seperti pencahayaan, suara, dan latar belakang. Pada program IQRO, shooting biasanya dilakukan di studio Batik TV Pekalongan, namun terkadang juga di lokasi lain yang relevan dengan konten program.

Shooting program IQRO membutuhkan perencanaan yang matang untuk memastikan bahwa semua elemen sesuai dengan konsep yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya. Ini termasuk penentuan lokasi yang mendukung narasi, penggunaan properti yang tepat, serta pengaturan waktu shooting yang efisien. Koordinasi antar anggota tim

produksi, mulai dari sutradara, kameramen, hingga artis atau presenter, sangat penting untuk menjaga kelancaran proses ini.

Selama *shooting*, sutradara memainkan peran sentral dalam memastikan bahwa setiap adegan diambil sesuai dengan visi kreatif yang telah disepakati. Mereka mengarahkan talent, memilih angle yang tepat, dan memutuskan kapan sebuah adegan perlu diulang atau diperbaiki. Pada program IQRO, perhatian khusus diberikan pada bagaimana menyampaikan pesan-pesan edukatif secara menarik dan mudah dipahami oleh penonton, terutama anak-anak. Oleh karena itu, aspek visual dan verbal disesuaikan sedemikian rupa agar sejalan dengan misi program.

Dalam Pelaksanaan Shooting Program IQRO di Batik TV, kehadiran sosok Ustadz Wahid sebagai host juga merupakan salah satu kunci daya tarik program ini. Tidak hanya berperan sebagai pembawa acara, Ustadz Wahid juga berfungsi sebagai guru pengajar di TPQ. Karakter beliau yang relatable dan karismatik menjadikan program *IQRO* lebih menarik bagi penonton, baik anak-anak maupun orang tua. Sikapnya yang santai, penuh humor, namun tetap mendidik membuat anak-anak merasa lebih dekat dan nyaman. Sosok Ustadz Wahid tidak hanya memberikan nilai edukatif, tetapi juga menjadi figur yang dihormati dan dicontoh oleh para peserta dan penonton. Hal ini membangun kedekatan emosional antara program *IQRO* dengan audiensnya, sehingga pesan-pesan yang disampaikan dalam program tersebut lebih mudah diterima.

Elemen hiburan menjadi bagian integral dari *IQRO*. Selain menyajikan pembelajaran Al-Qur'an, program ini juga memasukkan unsur hiburan dalam bentuk permainan atau games yang berkaitan dengan kegiatan TPQ. Ustadz Wahid seringkali memberikan tantangan berhadiah kepada anak-anak yang berani menerima tantangan tersebut. Tantangan ini tentu tidak hanya sebatas permainan, tetapi berkaitan langsung dengan aktivitas pembelajaran yang sedang dilakukan. Games

yang diadakan tidak hanya menambah keseruan, tetapi juga memperkuat motivasi anak-anak untuk belajar lebih baik dan lebih giat. Hal ini menunjukkan bahwa program *IQRO* tidak hanya mendidik, tetapi juga memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan dan tak terlupakan bagi anak-anak.

Selain itu, improvisasi di lokasi syuting juga menjadi salah satu elemen kreatif yang sangat penting. Dalam banyak kesempatan, momen-momen tak terduga yang muncul di lokasi syuting sering kali menjadi momen kreatif yang memperkaya konten program. Tim produksi diberikan kebebasan untuk berimprovisasi selama tidak keluar dari konsep besar yang telah ditetapkan. Kebebasan ini memungkinkan tim untuk menangkap momen-momen spontan yang menarik, yang mungkin tidak direncanakan sebelumnya namun justru memberikan nilai tambah pada program tersebut

b. Editing dan Finalisasi Program

Setelah proses *shooting* selesai, langkah berikutnya adalah editing. Tahap ini melibatkan penyuntingan footage yang telah diambil, di mana tim editing bertugas untuk menyusun gambar-gambar tersebut menjadi alur cerita yang koheren dan menarik. Editing program *IQRO* tidak hanya melibatkan penggabungan klip video, tetapi juga penambahan elemen-elemen pendukung seperti grafik, animasi, musik latar, dan efek suara.

Editing merupakan proses kreatif yang sangat penting dalam produksi program televisi. Di Batik TV Pekalongan, tim editing bekerja dengan cermat untuk memastikan bahwa setiap segmen program *IQRO* memiliki alur yang jelas dan mendukung pesan utama yang ingin disampaikan. Mereka juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa transisi antar segmen berjalan mulus, sehingga penonton dapat mengikuti alur cerita tanpa kebingungan.

Selain itu, proses editing juga memungkinkan tim produksi untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi selama shooting. Misalnya, jika ada adegan yang kurang sempurna dari segi teknis atau naratif, tim editing dapat melakukan koreksi dengan memotong bagian tersebut atau menggantinya dengan footage yang lebih baik. Di tahap ini, tim juga menambahkan elemen visual tambahan, seperti teks dan grafik, yang membantu memperjelas informasi yang disampaikan dalam program.

Finalisasi adalah tahap akhir dari proses editing, di mana versi final dari program IQRO disiapkan untuk ditayangkan. Pada tahap ini, semua elemen program telah disusun secara sempurna dan siap untuk dievaluasi sebelum disiarkan. Finalisasi melibatkan rendering video dengan kualitas terbaik, pengecekan terakhir untuk memastikan tidak ada kesalahan teknis atau naratif, serta persiapan file dalam format yang sesuai untuk penayangan di televisi.

c. Evaluasi Pasca Produksi

Setelah program IQRO selesai diproduksi dan ditayangkan, Batik TV Pekalongan melakukan evaluasi pasca produksi untuk menilai keberhasilan program tersebut dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki di episode mendatang. Evaluasi ini melibatkan seluruh tim produksi dan manajemen, yang bersama-sama menilai berbagai aspek program, mulai dari kualitas teknis hingga penerimaan oleh audiens.

Evaluasi pasca produksi di Batik TV Pekalongan biasanya dimulai dengan meninjau kembali episode yang telah disiarkan, di mana tim mengamati bagaimana setiap elemen bekerja dalam konteks keseluruhan program. Mereka menilai apakah alur cerita dapat dipahami dengan baik oleh penonton, apakah visual dan audio berkualitas tinggi, serta apakah pesan yang ingin disampaikan berhasil diterima oleh audiens. Umpan

balik dari penonton, baik melalui survei maupun media sosial, juga menjadi bagian penting dari proses evaluasi ini.

Respon penonton juga menjadi faktor penting dalam proses produksi program *IQRO*. Respon yang diterima, baik secara langsung saat syuting di lokasi maupun setelah program ditayangkan di televisi atau media sosial, memberikan masukan yang sangat berharga bagi tim produksi. Respon ini tidak hanya memperkaya pengalaman penonton, tetapi juga memberikan ide-ide baru bagi pengembangan konten di masa mendatang. Penonton sering kali memberikan feedback yang mendorong tim produksi untuk terus berinovasi dan menyempurnakan program. Dengan demikian, *IQRO* berhasil memanfaatkan interaksi dengan penontonya untuk menjaga relevansi dan daya tarik program, sekaligus menciptakan ikatan yang kuat antara program dan audiensnya.

Selain itu, evaluasi juga mencakup analisis rating dan respon audiens. Tim produksi akan memeriksa data rating untuk melihat seberapa banyak penonton yang menonton program *IQRO* dan bagaimana mereka merespons konten yang disajikan. Informasi ini sangat berguna untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

Evaluasi pasca produksi ini bukan hanya sekadar refleksi, tetapi juga menjadi dasar untuk perencanaan episode-episode berikutnya. Temuan-temuan dari evaluasi digunakan untuk memperbaiki strategi kreatif dan teknis, sehingga setiap episode *IQRO* dapat terus ditingkatkan baik dari segi konten maupun kualitas produksi. Dengan evaluasi yang terus-menerus, Batik TV Pekalongan memastikan bahwa program *IQRO* tetap relevan dan menarik bagi audiensnya, serta mampu menyampaikan nilai-nilai edukatif yang diinginkan dengan efektif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa, paham pelaksanaan (*verification*) dalam produksi program *IQRO* di Batik

TV Pekalongan adalah proses yang kompleks dan memerlukan perhatian terhadap detail, koordinasi tim yang solid, serta komitmen untuk terus meningkatkan kualitas. Tahap pelaksanaan dalam produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan mencakup proses *shooting*, editing, finalisasi, dan evaluasi pasca produksi yang semuanya berperan penting dalam memastikan bahwa program yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Setiap langkah dalam tahap ini dirancang untuk memastikan bahwa ide-ide kreatif yang telah dikembangkan sebelumnya dapat diwujudkan dalam bentuk program yang menarik, informatif, dan relevan bagi penonton. Evaluasi yang terus-menerus juga memastikan bahwa program IQRO terus berkembang dan tetap menjadi salah satu program unggulan di Batik TV Pekalongan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Program IQRO di Batik TV Pekalongan merupakan salah satu contoh sukses penerapan strategi kreatif dalam produksi program televisi. Program ini tidak hanya berfokus pada pengajaran agama Islam, khususnya baca tulis Al-Qur'an, tetapi juga mengemasnya dengan pendekatan yang interaktif dan menyenangkan bagi anak-anak TPQ. Keberhasilan program ini dapat ditinjau melalui empat tahapan proses kreatif yang diusulkan oleh Graham Wallas: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Berdasarkan hasil temuan dan analisis penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan hasil dari penelitian yang berjudul strategi kreatif dalam proses produksi Program IQRO di Batik TV Pekalongan, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan (*Preparation*). Pada tahap persiapan, tim produksi dan divisi kreatif melakukan brainstorming dan riset mendalam untuk mengembangkan konsep program yang relevan dengan audiens. Brainstorming dilakukan di beberapa tingkatan, mulai dari manajemen hingga tim produksi, untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang segar. Riset lapangan ke TPQ-TPQ di Pekalongan menjadi bagian penting dalam memahami kebutuhan dan dinamika pembelajaran anak-anak, sehingga konten yang dihasilkan sesuai dengan realitas di lapangan. Tahap ini juga mencakup pencarian referensi dari program-program edukasi serupa untuk menambah inspirasi.
2. Tahap Inkubasi (*Incubation*). Selanjutnya, pada tahap inkubasi, ide-ide yang telah dikumpulkan dibiarkan berkembang secara alami. Tim kreatif merefleksikan konsep-konsep yang muncul dari brainstorming untuk mematangkan ide. Pada tahap ini, tim mempertimbangkan pendekatan kreatif yang dapat memperkaya program, seperti penggunaan metode pengajaran modern yang tetap menghormati tradisi pengajaran Al-Qur'an.

Tahap inkubasi memberikan ruang bagi ide-ide tersebut untuk berkembang menjadi solusi kreatif yang lebih konkret.

3. Tahap Iluminasi (*Illumination*). Tahap iluminasi adalah momen penting di mana ide-ide yang sebelumnya dikumpulkan dan diproses akhirnya bersatu menjadi konsep utama program. Ini adalah saat di mana solusi kreatif muncul dengan jelas, memungkinkan tim untuk melihat bagaimana program akan dikemas. Misalnya, penggunaan animasi atau visualisasi sederhana dalam menjelaskan konsep agama yang kompleks kepada anak-anak menjadi salah satu strategi yang muncul di tahap ini. Pendekatan ini membuat program lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens muda.
4. Tahap Verifikasi (*Verification*). Tahap terakhir adalah verifikasi, di mana ide-ide yang telah dihasilkan diwujudkan dalam proses produksi. Tahap ini meliputi pelaksanaan syuting di lokasi-lokasi TPQ, editing, hingga finalisasi program sebelum ditayangkan. Selama proses produksi, improvisasi sering kali dilakukan di lapangan untuk menangkap momen-momen kreatif yang tak terduga, seperti interaksi spontan antara anak-anak dan host. Editing dan penambahan elemen visual serta audio juga menjadi bagian penting dalam memastikan program berjalan dengan lancar dan menarik bagi penonton. Evaluasi pasca produksi dilakukan untuk menilai keberhasilan program dan mencari area yang perlu ditingkatkan. Umpan balik dari penonton menjadi masukan penting dalam menyempurnakan program di episode-episode mendatang. Dengan strategi yang terus berkembang dan relevan, IQRO berhasil menjadi program unggulan yang tidak hanya edukatif, tetapi juga inovatif dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media televisi.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian terkait strategi kreatif dalam proses produksi program IQRO di Batik TV Pekalongan, penulis mengajukan beberapa saran berikut:

1. Pada penelitian ini, peneliti sadar masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu peneliti mempunyai harapan kepada peneliti selanjutnya untuk

menyempurnakan penelitian ini. Yang tentunya merujuk pada hasil penelitian yang sudah ada dan dengan harapan penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pengembangan konten pendidikan di media televisi, serta memperkaya pemahaman tentang strategi kreatif dalam penyiaran dakwah.

2. Meskipun strategi kreatif yang diterapkan telah berhasil menghasilkan program yang berkualitas, program IQRO di Batik TV Pekalongan perlu terus dilakukan inovasi dalam pengembangan konten. Misalnya, menambahkan segmen interaktif atau menggunakan teknologi terkini untuk lebih melibatkan audiens, terutama generasi muda.
3. Untuk meningkatkan relevansi dan daya tarik program, disarankan agar tim produksi meningkatkan kolaborasi dengan komunitas lokal, seperti guru-guru TPQ dan tokoh masyarakat. Hal ini dapat memperkaya konten dengan perspektif lokal yang autentik dan meningkatkan rasa memiliki di kalangan audiens. Selain itu, meskipun tim produksi sudah memiliki keterampilan yang memadai, pelatihan lanjutan dalam bidang teknologi produksi dan strategi kreatif dapat meningkatkan kualitas program. Pelatihan ini juga dapat membuka wawasan baru yang dapat diterapkan dalam produksi program di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. (2011). *Televisi Sebagai Media Dakwah* (Analisis Produksi Siaran Program Ust. Haryono di JakTV)(n.d.).
- Afifi, M. A. (2021). Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram. *Ilmu Komunikasi*, 20.
- Amna. (2023). *Data Mining*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Andini, R. A. (2019). Strategi Kreatif Produser Program Acara Bintang Cilik ADiTV Dalam Mempertahakan Konten Hiburan Anak . *Film dan Televisi*, 15.
- Andini, Resti Aria. (2019). Strategi Kreatif Produser Program Acara Bintang Cilik ADiTV Dalam Mempertahakan Konten Hiburan Anak. *Seni Media Rekam*, 12.
- Aziz, A. (2019). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Bawahab, S. G. (2021). Strategi kreatif Tim Produksi Program Religi Inside Di Jak TV. *Ilmu Komunikasi*, 24-25.
- Bawahab, S. G. (2021). Strategi Kreatif Tim Produksi Program Religi Inside Di Jak TV. *Ilmu Komunikasi*, 26.
- Dwi, N. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: CV Intelektual Manifes Media.
- Ernawati, A. (2023). *Menguasai Program Televisi*. Bandung: NEM.
- Fachruddin, A. (2020). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*.
- Fachruddin, A. (n.d.). Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi. *program televisi*, 2.
- Fachruddin, Andi. (2020). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Fauziah, S. R. (2018). Pengaruh Menonton Program IQRO (Batik TV) Episode 40-45 Terhadap Perilaku Keagamaan Anak Usia 7-11 Tahun di kelurahan Kuripan Kidul Pekalongan. *Dakwah dan Komunikasi*, 4.
- Fred, W. (2007). *Teknik Produksi Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book.
- Hadi, A. M. (2020). Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahakan Eksistensi Program Damai Indonesia Di TVone. *Komunikasi*, 27.
- Haikal, F. (2023). Proses Produksi Konten Dakwah Dalam Channel YouTube Najwa Shihab Edisi Ramadhan. *youtube*.

- Harliantara. (2021). *Pengantar dan Prinsip Penyiaran Radio di Era Digital*. Jakarta: Broadcastmags Publisher.
- Hefni, M. S. (2009). *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Iswandi, S. (2013). *Rezim Media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Ja'far. (2023). *Dewan Fatwa Al Washliyah*. Medan: Centre For Al Washliyah Studies.
- Jefkins, F. (1995). Periklanan. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga, 88-89.
- Kasali. (1992). Manajemen Periklanan. *periklanan*, 81.
- Kuswandi, W. (2008). komunikasi massa. *komunikasi*, 117-118.
- Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Jakarta: Prenada Media.
- Latief, Rusman. (2017). Kreatif Siaran Televisi. *Televisi*, 11.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mabruri. (2011). *Penulis Naskah TV*.
- Mabruri. (2011). *Penulis Naskah TV*.
- Maliky, K. (2022). *Catatan: Hati Sang Kembara*. Jakarta: Khairul A El Maliky.
- Manajemen Media Penyiaran. (2009). In Morissan, *Strategi Mengelola Radio & Televisi* (p. 136). Jakarta: Kencana.
- Masruroh, L. (2021). *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)*. Bandung: Scopindo Media Pustaka.
- Moehar, D. (2002). Metode Penelitian Sosial Ekonomi. *Sosial Ekonomi*.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Murtadi. (2019). Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans TV. *Ilmu Komunikasi*, 14-19.
- Muslihin, M. (2019). Teknik Produksi Program Islami Di Batik TV Pekalongan. *Komunikasi*, 44.
- Muslim, M. (2015). Sikap Jama'ah Maiyah Yogyakarta Terhadap Teknik Penayangan Program Mocopat Syafaat. *Religi*.
- Naratama. (2006). Menjadi Sutradara Televisi. *Sutradara*, 63.
- Naratama. (2006). Menjadi Sutradara Televisi. *televisi*, 109.
- Naratama. (2013). Menjadi Sutradara Televisi: dengan Single dan Multi-camera. *Sutradara Televisi*, 126-132.

- Nawawi, H. (1998). *Metode Penelitian Bidang Social*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Pers.
- Onong, E. (1994). Dimensi-dimensi Komunikasi. *komunikasi*, 125-127.
- Rachmat, J. (2005). Metode Penelitian Komunikasi. *penelitian komunikasi*, 24.
- Raco, J. (2010). Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan keungguln. *Metode Kualitatif*, 7.
- Rahmadani, F. (2023). YouTube Sebagai Media Dakwah . *Televisi Dakwah*, 17.
- Rahmadani, Fadhila. (2023). YouTube Sebagai Media Dakwah. *Komunikasi*.
- Rakhmani, I. (2021). *Pengarustamaan Islam di Indonesia*. Bandung: Mizan Publishing.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, A. (2019). Proses Produksi Siaran Langsung Program Pendidikan Iqra Di Televisi Republik Indonesia Riau. *Komunikasi*.
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Bab III. (n.d.).
- Richard, L. (2010). *Organization Theory and Design*.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah*, 85.
- Rusman, L. (n.d.). Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, Non-Drama. *Kreatif Televisi*, 179.
- Santika, M. (2020). Televisi Sebagai Media Dakwah. *Dakwah*, 16.
- Semiun, Y. (2021). *Behavioristik Teori-teori Kepribadian*. Sleman: PTKanisius.
- Shimp, T. A. (2003). Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. *Periklanan*, 103-104.
- Sholihati, S. (2007). *Wanita dan Media Massa*. Yogyakarta,: Teras.
- Soenarto, R. (2007). Program Televisi Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran . *Televisi*, 42-43.
- Sugiono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *penelitian*, 146.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. *Penelitian Pendidikan*, 82.
- Suhandang, K. (2013). Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi. *Perspektif Komunikasi*, 29.
- Suharsimin, A. (2013). Porsedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta Ilmu. *Penelitian*, 202.
- Suparta, H. H. (2009). Metode Dakwah. *Dakwah*, 424.

- Sutrisno, P. (1993). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Vidio, cet.* PT.Grasindo.
- Swarjana, K. (2022). *Populasi Sampel, Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian.* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Syafitri, M. (2019). Strategi Kreatif Dalam Program Everlasting Young di Metro TV. *Ilmu Komunikasi*, 9-10.
- Syapitri, H. (2021). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan.* Malang: Ahlimedia Press.
- Tamaka, G. I. (2013). Penciptaan Aburizal Bakrie Melalui Iklan Televisi. *Kajian Komunikasi*, 32-50.
- Tri, F. N. (2017). Analisis Desain Program Pada Program Macapat Syafaat ADiTV Melalui Produksi Program. *televisi dan film*, 6.
- Utud, R. L. (n.d.). Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News ,Drama Non-Drama. *Kreatif*, 179.
- Wahyuti, T. (2015). Strategi Kreatif dan Proses Pembuatan Program Televisi. *Televisi*, 153.
- Wahyuti, T. (2015). Strategi Kreatif Dan Proses Pembuatan Program Televisi. *Strategi Kreatif Televisi*, 145-159.
- Wayan, N. (2023). *Peninggalan Tantrayana di Pura Kebo Edan, Pejeng.* Badung: Nilacakra.
- Wibisono, F. R. (2013). Strategi Kreatif Produksi Program Acara Macapat Syafaat Bersama Cak Nun di ADiTV Episode 45,46, 47. *Creative Strategy* , 26.
- Wibisono, F. R. (2013). Strategi Kreatif Produksi Program Acara Mocopat Syafaat bersama Cak Nun di ADiTV Episode 45,46 dan 47. *Creative Strategi Production.*
- Wibisono, F. R. (2013). Strategi Kreatif Produksi Program Acara Mocopat Syafa'at Bersama Cak Nun di ADiTV Episode 45,46 dan 47. *Broadcasting*, 24.
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi.* Pinus Book.
- Wibowo, S. (2014). Proses Produksi Acara Jendela Hati Di ADiTV Yogyakarta. *komunikasi*, 4.
- Wibowo, Sino. (2014). Proses Produksi Acara Jendela Hati Di ADiTV Yogyakarta. *komunikasi.*

LAMPIRAN



Lampiran 1 Luar Bangunan Dan Dalam Ruangan Batik TV



Lampiran 2 Wawancara Mas Alan Direktur Batik Tv 3 Juni 2024



Lampiran 3 Wawancara Mas Tomi Tim Produksi Batik TV 6 Juni 2024



Lampiran 4 Wawancara Mas Wahid, Mba Yaia Host IQRO & Produser/Tim Kreatif Batik TV



Lampiran 5 Take Produksi 6 Juni 2024



Lampiran 6 Take Produksi 6 Juni 2024





Lampiran 7 Take Produksi 6 Juni 2024

SURAT IZIN RISET



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 257/Un.10.4/K/KM.05.01/05/2024

Semarang, 22/05/2024

Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Kepada Yth.
Direktur Operasional Batik Tv
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Galuh Dwi Prastiwi
NIM : 2001026027
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Batik TV Pekalongan
Judul Skripsi : Strategi Kreatif Dalam Proses Produksi Program IQRO Di Batik Tv Pekalongan

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Surat ini dicetak secara elektronik oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Lampiran 8 Surat Izin Riset

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Profil

Nama : Galuh Dwi Prastiwi
Tempat, Tanggal lahir : Tangerang, 13 Maret 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Tangerang, Kp. Samprok, Kel. Sukamulya, Kec.
Cikupa
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Nomor Telepon : 083898525256
Email : galuhdwi702@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SDN Bojong IV Tangerang
SMPN 2 Cikupa
SMAN 18 Tangerang