



Strategi Program Hafiz Indonesia 2023 Di RCTI Dalam Memotivasi Peserta Menghafal Al-Quran

Audi Rizki Pangestu

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Amin Shabana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Address : Jl. K.H. Ahmad Dahlan Cireundeu, Kec. Ciputat Timur,
Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419, Indonesia

Corresponding author : audirizki08@gmail.com

Abstract: *This thesis discusses the strategies carried out by the Indonesian Hafiz team at RCTI in motivating children to memorize the Al-Quran through television programs. The aim of this research is to analyze the planning, production, execution, evaluation and rating of the Hafiz Indonesia program and its relationship with children's motivation in memorizing the Al-Quran. The research method used is qualitative research with a descriptive approach. Data was collected through interviews with informants involved in the production of the Hafiz Indonesia program. The research results show that planning for the Hafiz Indonesia program was carried out by identifying the target audience and setting clear goals. Program production involves camera setup, lighting, sound, and coordination of actors or program participants. Program execution is carried out through promotions in TV advertising slots, social media, and direct information via WhatsApp groups. Program evaluation and monitoring is carried out regularly to monitor the quality of the content, community response and the resulting social impact. Program ratings are an indicator of public interest in this program. The conclusion of this research is that the strategy carried out by the Hafiz Indonesia team in motivating children to memorize the Al-Quran through television programs has proven to be effective. Good planning, efficient production, proper execution, regular evaluation, and close supervision are important factors in achieving these goals. The Hafiz Indonesia program is able to create a positive impact in society by increasing interest and understanding of the Al-Quran and strengthening religious deepening*

Keywords : *Program strategy, Hafiz Indonesia, Memorizing Al-Quran, motivation, television.*

Abstrak. Skripsi ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh tim Hafiz Indonesia di RCTI dalam memotivasi anak-anak untuk menghafal Al-Quran melalui program televisi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perencanaan, produksi, eksekusi, evaluasi, dan rating program Hafiz Indonesia serta hubungannya dengan motivasi anak-anak dalam menghafal Al-Quran. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan informan yang terlibat dalam produksi program Hafiz Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program Hafiz Indonesia dilakukan dengan identifikasi target audiens dan penetapan tujuan yang jelas. Produksi program melibatkan pengaturan kamera, pencahayaan, suara, dan koordinasi aktor atau peserta program. Eksekusi program dilakukan melalui promosi di slot iklan TV, media sosial, dan informasi langsung melalui WhatsApp grup. Evaluasi dan pengawasan program dilakukan secara rutin untuk memantau kualitas konten, respons masyarakat, dan dampak sosial yang dihasilkan. Rating program menjadi indikator minat masyarakat terhadap program ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi yang dilakukan oleh tim Hafiz Indonesia dalam memotivasi anak-anak menghafal Al-Quran melalui program televisi terbukti efektif. Perencanaan yang baik, produksi yang efisien, eksekusi yang tepat, evaluasi yang teratur, dan pengawasan yang ketat merupakan faktor penting dalam mencapai tujuan tersebut. Program Hafiz Indonesia mampu menciptakan dampak positif dalam masyarakat dengan meningkatkan minat dan pemahaman terhadap Al-Quran serta memperkuat pendalaman agama

Kata Kunci: Strategi program, Hafiz Indonesia, Menghafal Al-Qur'an, motivasi, televisi.

Received Februari 29, 2024; Accepted Maret 05, 2024; Published April 30, 2024

* Audi Rizki Pangestu, audirizki08@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan media *streaming* telah mengubah cara kita mengonsumsi konten hiburan, dengan kemampuan untuk menonton acara favorit kapan saja dan di mana saja melalui *platform* digital. Media *streaming* menawarkan kebebasan dan fleksibilitas yang tinggi, dengan akses *on-demand* ke ribuan film, acara TV, dan konten orisinal. *Platform-platform* seperti Netflix, Hulu, dan Amazon Prime Video telah menjadi populer di kalangan penonton yang mencari pilihan konten yang lebih luas dan variasi yang lebih besar. Namun, meskipun media *streaming* menjadi pilihan yang populer, televisi masih memiliki pangsa pasar yang kuat. Hal ini terbukti dengan waktu yang signifikan yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk menonton televisi. Penonton masih menikmati pengalaman menonton konten secara langsung, terutama acara *live* seperti pertandingan olahraga, acara berita, dan acara-acara khusus. Televisi juga tetap menjadi pilihan yang lebih mudah diakses bagi banyak orang, tanpa memerlukan koneksi internet yang stabil. Hal ini didukung oleh data dari berbagai sumber, salah satunya data Nielsen mengenai "Total Audience Report Q2 2021", yang menyatakan bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk menonton televisi adalah 4 jam 17 menit per hari pada kuartal kedua tahun 2021. Meskipun saat ini televisi memiliki banyak saingan, terutama dalam bentuk media *streaming*, televisi masih mempertahankan keberadaannya dan tetap menjadi pilihan bagi banyak penonton.

Selain itu, televisi memiliki keunggulan dalam menyediakan pengalaman menonton yang bersama-sama. Dalam era persaingan dengan media *streaming*, televisi terus beradaptasi dengan tren tersebut. Banyak saluran televisi tradisional yang juga meluncurkan *platform streaming* mereka sendiri, sehingga penonton dapat mengakses konten mereka melalui perangkat digital. Menurut data dari AC Nielsen Media Index (2021) dan beberapa media *online* seperti *Kompas.com*, *Detik.com*, serta *Republika.co.id*, *genre* tayangan televisi yang paling diminati masyarakat Indonesia adalah Sinetron, Olahraga, *Variety Show*, Berita, Program Keagamaan, dan *Talent Search*. *Talent search* merupakan salah satu format yang sangat populer dan banyak ditonton oleh orang-orang. Acara *talent search* menarik minat penonton karena menghadirkan kesempatan bagi peserta untuk menunjukkan bakat mereka yang unik dan mengejutkan.

Selain *talent search* yang telah disebutkan sebelumnya, Hafiz Indonesia juga menjadi salah satu *talent search* yang mencuri perhatian di Indonesia. Program acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) ini memiliki fokus yang unik,

yaitu pencarian Hafiz Al-Qur'an yang memiliki kemampuan menghafal dan membaca Al-Qur'an dengan baik. Peserta Hafiz Indonesia berkompetisi untuk menunjukkan kemampuan mereka dalam menghafal dan melantunkan ayat-ayat suci Al-Qur'an dengan baik dan indah. Hafiz Indonesia memberikan kesempatan bagi peserta untuk menunjukkan dedikasi mereka dalam mempelajari dan menghormati Al-Qur'an. Acara ini bukan hanya tentang kompetisi semata, tetapi juga mempromosikan kecintaan dan penghargaan terhadap Al-Qur'an serta keagamaan Islam. Melalui Hafiz Indonesia, penonton dapat menyaksikan peserta yang memiliki kemampuan luar biasa dalam menghafal dan melantunkan ayat-ayat suci Al-Qur'an.

Program yang telah hadir di tengah masyarakat Indonesia sejak tahun 2013 ini, dipandu oleh seorang host terkenal di dunia pertelevisian yaitu Irfan Hakim dan dewan juri yang sangat berkompeten dibidangnya, seperti Kak Nabila Abdul Rahim, Abi Amir Faishol Fath, dan Syekh Hussein Jaber. Pada tahun 2023 ini, program Hafiz Indonesia mengkhususkan anak-anak usia 6-11 tahun untuk ikut berkompetisi dengan melalui beberapa tahapan seleksi, yaitu tahapan *Ikhtirah* (Audisi), *Muqqadimmah* (perkenalan) & *Ta'aruf, Izaalah* (eliminasi), *Musabaqah* (perlombaan), dan Wisuda Akbar. Tayangan Hafiz Indonesia telah menerima tanggapan positif dari berbagai segmen masyarakat. Hal ini disebabkan oleh konten yang sangat bernilai dan mudah dipahami. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, program ini juga berusaha untuk mengangkat sisi humanisnya, dengan harapan penonton dapat merasakan kedalaman makna yang tersirat dalam setiap episode. "Hafiz Indonesia, yang tayang di RCTI, berhasil memenangkan gelar Program Siaran Ramadhan Terbaik untuk Kategori Talent Show dari Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sebelumnya, program yang sama telah memenangkan penghargaan di Panasonic Gobel Awards 2015 untuk kategori Program Anak-Anak dan Animasi." Berdasarkan sindonews.com, program acara Hafiz Indonesia beberapa kali memenangkan penghargaan sebagai program anak, *talent search*, hingga program Ramadhan terpopuler di Indonesia. Keberhasilan ini menunjukkan apresiasi yang tinggi dari masyarakat dan industri televisi terhadap konsep dan pelaksanaan program ini.

Penghargaan ini juga mengakui kontribusi program Hafiz Indonesia dalam memberikan hiburan berkualitas, meningkatkan kesadaran agama, dan menginspirasi penonton, terutama dalam menghafal dan memahami Al-Qur'an. Dengan pencapaian ini, Hafiz Indonesia terus menjadi panutan dan standar dalam industri televisi Indonesia dalam menciptakan program-program yang bermanfaat dan mendapatkan dukungan luas dari penonton. Kesuksesan dari

program acara ini, tentunya tak lepas dari peran para kru produksi, seperti produser, kreatif, dan juga asisten produksinya hingga mampu menarik perhatian banyak penonton. Oleh karena itu, skripsi ini akan mengkaji lebih dalam tentang strategi-program Hafiz Indonesia di RCTI dalam memotivasi anak-anak untuk menghafal Al-quran untuk memahami bagaimana program ini dapat mempengaruhi motivasi anak-anak dalam menghafal Al-quran, dan bagaimana strategi yang digunakan dalam program tersebut dapat diadopsi oleh orang tua atau pihak lain dalam membantu anak-anak mereka dalam menghafal Al-quran. Sehingga diharapkan dapat memberikan sumbangan pada pengembangan program sejenis, khususnya tayangan keagamaan atau religi yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi anak-anak dalam menghafal Al-quran. Oleh karena itu, penelitian ini akan melibatkan analisis terhadap strategi yang sangat penting dalam meningkatkan motivasi hafalan anak pada konteks Program "Hafiz Indonesia". Dalam penelitian ini, strategi yang digunakan dalam program tersebut akan dikaji secara mendalam untuk memahami bagaimana strategi tersebut berkontribusi dalam memotivasi anak-anak untuk menghafal Al-Qur'an.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Massa

Rakhmat (2011) berpendapat bahwa rancangan sederhana dari komunikasi massa ialah sebuah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada masyarakat luas. Namun menurut Gerbner, suatu proses produksi dan distribusi yang berlatarbelakang teknologi dan lembaga dengan pesan yang berkelanjutan sekaligus paling luas yang dimiliki khalayak industri merupakan pengertian dari komunikasi massa (Rakhmat, 2011). Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa definisi dari komunikasi massa ialah pesan yang disampaikan melalui media massa kepada khalayak berdasarkan teknologi dan sistem suatu Lembaga tertentu dengan pesan yang sifatnya berkesinambungan.

Di dalam komunikasi, media massa memiliki fungsi-fungsi pokok. Menurut Devito (2011) ada enam fungsi penting yang terdapat dalam komunikasi massa yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai informasi
2. Menghibur *audience*
3. Meyakinkan khalayak
 - a. Memperkokoh sikap

- b. Mengubah pemikiran
- c. Menggerakkan
- d. Mengenalkan etika
- e. Memberikan status
- f. Menghipnotis
- g. Pemersatuan

Dapat dilihat dari komunikasi massa, tayangan program HafizIndonesia merupakan salah satu contoh tayangan yang memiliki komponen komunikasi massa di dalamnya. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan sekelompok individu yang pengirim pesannya berada dalam suatu lembaga. Komunikasi yang terlembagakan diantaranya pemilik media, produser, dan kru dalam pembuatan program. Jika dikaitkan dengan dengan program Hafiz Indonesia, maka komunikatornya ialah pemilik RCTI, eksekutif produser, peserta Hafiz Indonesia, serta kru dalam pembuatan program Hafiz Indonesia. Setiap peristiwa komunikasi massa yang dijalankan oleh media massa memiliki hubungan yang berbeda-beda kepada tiap individu. Hal tersebut tergantung kepada masing-masing penonton dalam menerima pesan atau informasi yang disampaikan.

Motivasi

Motivasi berasal dari latin *Movere* yang berarti menggerakkan. Dari arti motivasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar maupun tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu, usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki atau mendapatkan kepuasan dengan perbuatannya, dorongan untuk bertindak pada hakikatnya, dorongan yang datangnya dari luar diri seseorang, dorongan atau keinginan yang tidak perlu disertai dorongan atau rangsangan dari luar. Menurut Uno (2008) motivasi didefinisikan sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat danminat untuk melakukan suatu kegiatan yang menarik.

Pengertian Menghafal Al-Qur'an

Menurut A.W. Munawwir (2007:302) menghafal adalah memelihara, menjaga, dan menghafalkan. Menghafal berasal dari kata “hafal” yang merupakan telah masuk dalam ingatan atau dapat mengucapkan sesuatu di luar kepala tanpa melihat catatan ataupun buku. Menurut Syaiful Bahri (2002:29) menghafal adalah suatu aktifitas menanamkan materi di dalam ingatan,

sehingga nantinya dapat diproduksi (diingat) Kembali secara harfiah, sesuai dengan materi yang asli. Menghafal merupakan proses mental untuk mencamkan dan menyimpan kesan-kesan yang nantinya suatu waktu bila diperlukan dapat diingat Kembali ke alam sadar. Apabila dilihat dari aspek psikologi, kegiatan menghafal sama dengan proses mengingat. Ingatan pada manusia berfungsi memproses informasi yang diterima setiap saat. Secara singkat, kerja mengingat melewati tiga tahap yaitu, perekaman (*encoding*), penyimpanan (*storage*), pemanggilan (*retrieval*).

Program Hafiz Indonesia

Hafiz Indonesia adalah sebuah kompetisi untuk menemukan hafiz (orang yang menghafal seluruh Al-quran) terbaik di Indonesia. Kompetisi ini diselenggarakan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia dan telah berlangsung sejak tahun 2013. Kompetisi Hafiz Indonesia terbuka untuk semua warga negara Indonesia yang berusia antara 9 hingga 25 tahun dan telah menghafal Al-quran secara utuh. Peserta akan diuji dalam berbagai kategori seperti tahfidz (menghafal Al-quran), tilawah (membaca Al-quran dengan baik), dan tafsir (menafsirkan Al-quran). Kompetisi Hafiz Indonesia bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Indonesia tentang Al-quran dan meningkatkan kecintaan terhadap Al-quran. Selain itu, kompetisi ini juga menjadi ajang untuk mencari dan mengembangkan bakat-bakat muda yang memiliki kemampuan menghafal Al-quran dengan baik.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dengan jelas dan mendalam. penelitian ini umumnya dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari partisipan dan lingkungan mereka melalui observasi, wawancara, atau analisis dokumen. Keuntungan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah dapat memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif mengenai fenomena sosial yang diteliti. Namun, penelitian ini juga memiliki kelemahan, yaitu kurangnya generalisasi hasil penelitian karena data yang diperoleh bersifat kualitatif dan tidak mewakili populasi secara keseluruhan.

Tabel 1.
 Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Usia	Pendidikan Terakhir	Status
1	Armen Basauli	<i>Executive Producer</i>	47 Tahun	S1	Key Informan
2	Nuradityani Dewiningtyas	<i>Senior Creative</i> Hafiz Indonesia	34 Tahun	S1	Informan I
3	Hirda Novyanti	<i>Associate producer</i>	32 Tahun	S1	Informan II

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan Teknik dalam pengumpulan data lebih banyak pada wawancara dan dokumentasi.

Tabel 2.
 Informan Triangulasi

No	Nama	Jabatan	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	Viola Dianti	Orangtua peserta	34	SMA	Guru
2	Marliyah	Guru TPA	45	D1	Guru

HASIL

Hasil penelitian ini berisi paparan mengenai data dan fakta yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan para informan di lapangan mengenai Strategi Program Hafiz Indonesia 2023 dalam Memotivasi Anak Menghafal Al-Qur'an. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan mempertimbangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini disajikan dan dianalisis dengan menjawab tujuan penelitian yang meliputi perencanaan, produksi, eksekusi, evaluasi, dan pengawasan Program Hafiz Indonesia di RCTI, serta rating program tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang menggambarkan hasil wawancara secara uraian. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Hasil penelitian ini disajikan dan dianalisis berdasarkan wawancara dengan Key Informan, Informan I, Informan II, serta sumber triangulasi I dan sumber triangulasi II dengan rincian sebagai berikut.

1. Key Informan adalah Armen Basauli, menjabat sebagai *executive producer* Hafiz Indonesia 2023. Bertempat Jl. Raya Perjuangan No. 1 Kebon Jeruk, Jakarta Barat Indonesia.
2. Informan I adalah Nuradityani Dewiningtyas, menjabat sebagai *creative* Hafiz Indonesia 2023. Bertempat Jl. Raya Perjuangan No. 1 Kebon Jeruk, Jakarta Barat Indonesia.

3. Informan II adalah Hirda Novyanti, menjabat sebagai *Associate producer* Hafiz Indonesia 2023. Bertempat Jl. Raya Perjuangan No. 1 Kebon Jeruk, Jakarta Barat Indonesia.
4. Triangulasi sumber Viola Dianti, menjabat sebagai orangtua peserta Hafiz Indonesia 2023. Bertempat di Semarang.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui proses wawancara dengan para informan pendukung. Wawancara dilakukan dengan mengacu pada pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pedoman wawancara ini berisi pokok-pokok dasar penelitian yang terstruktur untuk memastikan bahwa semua informan memberikan tanggapan yang relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu, terdapat beberapa pertanyaan tambahan yang dikembangkan dari jawaban informan sebelumnya. Pertanyaan tambahan ini dirancang untuk mendapatkan data tambahan yang lebih mendalam dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi Program Hafiz Indonesia 2023 dalam memotivasi anak-anak untuk menghafal Al-Qur'an. Proses wawancara dilakukan secara cermat dan teliti untuk memastikan bahwa data yang diperoleh berkualitas dan relevan dengan tujuan penelitian. Data hasil wawancara akan dianalisis dan disajikan dalam penelitian ini untuk mendukung temuan dan kesimpulan yang diperoleh.

PEMBAHASAN

Pembahasan ini merupakan hasil dari rangkuman berdasarkan jawaban wawancara dengan narasumber utama dan triangulator sesuai dengan fakta apa adanya dan kondisi yang sebenarnya terkait dengan strategi yang dilakukan oleh *team* Hafiz Indonesia dalam memotivasi peserta. Berdasarkan judul penelitian ini “Strategi Program Hafiz Indonesia 2023 di RCTI dalam Memotivasi Peserta Menghafal Al-qur’an” dapat disimpulkan bahwa strategi ini sangat penting bagi memotivasi peserta agar dapat belajar dan memahami Al-qur’an. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa penerapan strategi juga harus diperhatikan, hal ini dilakukan supaya setiap individu atau setiap unsur yang terkait dapat menghasilkan hasil yang maksimal guna mencapai sesuai dengan apa yang diharapkan dalam program Hafiz Indonesia. Dalam hal ini tim Hafiz Indonesia sangat memperhatikan hal-hal yang menjadi tujuan selama berlangsungnya acara program. Dalam hal ini yang diperhatikan adalah membaca ayat-ayat Al- qur’an seperti, makhorijul huruf, hukum-hukum tajwid, dan makna atau artidari ayat tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dari pembuatan konten program Hafiz

Indonesia dalam memotivasi peserta Hafiz Indonesia, guna mencapai harapan dari tujuan terbentuknya program Hafiz Indonesia. Dengan mengetahui proses produksi dari program Hafiz Indonesia, peneliti dapat menyimpulkan bahwa konten-konten yang dibuat oleh tim Hafiz Indonesia dapat menjadi media pembelajaran Al-qur'an dan memotivasi Peserta Hafiz Indonesia. Dalam penggunaan teori strategi program (Morissan, 2013) yang memfokuskan strategi kepada perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program, serta *rating* dalam mencapai tujuan program Hafiz Indonesia. Berikut analisis data yang diuraikan:

1. Perencanaan Program

Menurut Peter Pringle (dalam Morissan, 2013), berpendapat bahwa, Pengelola program stasiun TV harus mengutamakan programnya kepada segmen penonton tertentu yang tersedia pada waktu siaran tertentu. Perencanaan program pada stasiun TV melibatkan persiapan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang bertujuan untuk mencapai tujuan program tersebut. Hal ini lah yang membuat pemanfaatan strategi program yang dilakukan oleh tim Hafiz Indonesia dalam memotivasi peserta untuk menghafal Al-qur'an. Dari hasil wawancara kepada *executive producer* terlihat bahwa program Hafiz Indonesia mempunyai target segmentasi yaitu anak-anak. Hal ini membuat penonton termotivasi dan menjadi media pembelajaran bagi anak-anak.

2. Produksi Program

Dalam mengembangkan program, tim Hafiz Indonesia selalu membuat inovasi baru disetiap tahunnya dengan games, tema, dan konten yang tidak sama persis, selalu ada inovasi baru pada setiap game-gamennya. Dalam produksi program Hafiz Indonesia, terbukti bahwa program ini merupakan program hasil dari produksi RCTI sendiri tanpa bantuan dari produksi manapun atau bisa disebut program *In House*, seperti apa yang dijelaskan oleh (Morissan, 2013), Produksi program bisa didapatkan dengan upaya membeli atau memproduksi programnya sendiri. Suatu program yang dibuat sendiri oleh stasiun TV disebut dengan *in house production* atau produksi sendiri. Jika program yang dibuat oleh pihak lain, berarti stasiun TV tersebut harus membeliprogram itu.

a. Pra Produksi

Dari hasil analisa dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan I dan Informan II, membuktikan bahwa penentuan sebuah program, mulai dari konsep awal,

kriteria calonpeserta, dan jumlah episode pada program Hafiz, ditentukan oleh departemen *programming*. Setelah itu tim kreatif membuat rancangan atau susunan konten untuk memulai proses *shooting*. Selain itu untuk tim *Production Assistant* menyiapkan peralatan *shooting* di studio maupun di luar studio seperti pembuatan profilepeserta.

b. Produksi

Pada saat produksi program Hafiz Indonesia, peserta yang dinyatakan lolos oleh tim produksi akan dibuatkan VT profile masing-masing peserta yang berupa kegiatan keseharian dirumah, disekolah atau kegiatan tambahan lainnya dan pekerjaan orangtua dari peserta. Setelah itu seluruh peserta dari berbagai daerah yang lolos akan didatangkan ke Jakarta untuk menjalani rangkaian kegiatan yang telah dibuat oleh tim produksi supaya proses *shooting* berjalan dengan lancar.

c. Pasca Produksi

Proses akhir dari pembuatan sebuah program *Tapping* atau rekaman yaitu tahap *editing*, dimana pada tahap pasca produksi ini, tim produksi akan melakukan preview dari semua hasil *shooting* program Hafiz Indonesia berupa menyesuaikan durasi, dan penambahan VT pendukung guna menghasilkan konten yang inspiratif.

3. Eksekusi Program

Eksekusi program Hafiz Indonesia tentu memiliki strategi dalam penyampaian pesan tentang program Hafiz Indonesia, salah satunya adalah promo. Pada tahapan eksekusi ini, program Hafiz Indonesia dibantu dengan media sosial, informasi verbal maupun informasi nonverbal serta beberapa talent program untuk mempromosikan program tersebut. Dalam melakukan eksekusi program departemen *programming* sudah menentukan jadwal jam tayang program Hafiz Indonesia yang tepat sesuai dengan target segmentasi anak. Dengan harapan program Hafiz Indonesia ini bukan hanya sekedar tontonan, tetapi juga bisa menjadi tuntunan bagi para umat muslim guna lebih menghormati dan mencintai Al-qur'an.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Pada tahap ini pengawasan dan evaluasi program bertujuan untuk melihat seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang telah dicapai oleh stasiun TV tersebut. Seperti yang di jelaskan oleh (Morissan, 2013). Kegiatan evaluasi secara teratur pada masing-masing individu dan departemen yang memungkinkan untuk dapat membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Evaluasi ini dilakukan pada saat program tersebut telah tayang dan

ada beberapa indikator yang digunakan, biasanya dilihat dari data MBM yang sudah bekerjasama dengan RCTI. Data MBM ini berasal dari lembaga Nielsen, dari data MBM ini dapat dilihat secara segmentasi, apa yang disukai oleh masyarakat ataupun yang tidak disukai. Hal ini yang menjadikan bahan pertimbangan atau evaluasi bagi tim produksi untuk membuat konten yang lebih menarik lagi.

5. *Rating*

Rating merupakan hal yang sangat diperhitungkan oleh seluruh stasiun televisi yang akan menjadi indikator atau acuan terhadap keberhasilan program acara, seperti yang dijelaskan oleh (Djamal, 2017), bahwa, Rating adalah suatu angka yang merupakan ratio antara jumlah penonton yang menonton program tersebut dengan jumlah penonton yang menonton siaran TV dari stasiun penyiaran mana pun dalam wilayah populasi (*universe*). Hasil dari rating ini digunakan untuk mengevaluasi, memperbaiki, serta mengembangkan program-program yang telah ditayangkan, tetapi dalam program Hafiz Indonesia yang terpenting adalah kualitas dari hasil program agar menjadi yang terbaik. Selain dari rating untuk acuan sebuah keberhasilan program ada beberapa faktor lainnya yaitu, banyaknya sponsor yang masuk untuk program, penghargaan yang didapatkan, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait strategi yang dilakukan oleh tim Hafiz Indonesia dalam memotivasi peserta, yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Program Hafiz Indonesia di RCTI sangat penting untuk mengidentifikasi target audiens dan menentukan konsep serta tujuan program yang jelas. Hal ini memungkinkan tim produksi untuk menyusun rencana produksi yang komprehensif dan efektif.
2. Dalam proses produksi, diperlukan adanya pengaturan kamera, pencahayaan, suara, dan koordinasi aktor atau peserta program. Kerjasama dengan divisi teknik studio, divisi support, dan divisi grafis juga penting untuk menciptakan treatment teknis yang baik dan memastikan kualitas produksi yang optimal.
3. Eksekusi program dilakukan melalui promosi yang melibatkan slot iklan TV, media sosial, dan informasi langsung via WhatsApp grup. Penayangan program dilakukan pada saat prime time siang hari dengandurasi yang sesuai dengan kebutuhan penonton.

4. Evaluasi dan pengawasan program dilakukan secara rutin untuk memantau kualitas konten, respons masyarakat, dan dampak sosial yang dihasilkan. Hal ini membantu tim produksi dalam meningkatkan kualitas program dan melakukan perbaikan yang diperlukan.
5. Rating program Hafiz Indonesia menjadi indikator minat masyarakat terhadap program. Pada tahun 2023 Hafiz Indonesia mengalami penurunan *rating* yang berjumlah 1.4 dan *Share* 11.5. Penggunaan data *rating*, seperti data MBM yang dikumpulkan oleh perusahaan seperti Nielsen, membantu tim produksi dalam memahami preferensi penonton dan mengembangkan program dengan lebih baik di masa depan. Dengan adanya strategi perencanaan yang baik, produksi yang efisien, eksekusi yang tepat, evaluasi yang teratur, dan pengawasan yang ketat, tim Hafiz Indonesia mampu memotivasi anak-anak untuk menghafal Al-Quran melalui program televisi yang inspiratif dan berkualitas dengan cara membuat konten-konten yang inspiratif dan semacamnya Strategi ini membantu menciptakan dampak positif dalam masyarakat dengan meningkatkan minat dan pemahaman terhadap Al-Quran serta menguatkan pendalaman agama.

REFERENSI

- A.W. Munawwir. (2007). Kamus Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Achlina, N., & Suwardi, A. (2011). *Dasar-dasar komunikasi massa*. Remaja Rosdakarya.
- Aritama, S. H. (2018). Jenis genre tayangan di televisi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 120-132.
- Azhari Fathurrohman. (2019). Strategi Meningkatkan Motivasi Tahfidz Al-quran Pada Pondok Pesantren lemah sari. *Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-isu Sosial*, 20(1).
- B. Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*, Jakarta : Bumi.Aksara. Bsnp.
- Baksin, R. (dalam Widyanto, 2014). Media television as a tool of information and entertainment. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1-12.
- Bayu, A., & Aji. (2020). Strategi Program Televisi dalam Mempertahankan Motivasi Talent (Studi Kasus Program Hafiz Qur'an 2016). *Jurnal Komunikasi*, 5(2).
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1989). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*. John Wiley & Sons.
- Devito, J. A. (2011). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Pearson.

- Djamal, H. (2017). *Metode Pengukuran Audiens dan Rating*. dalam Kamus Istilah Penyiaran. PT Remaja Rosdakarya.
- Djamal, M. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Revisi)*. Prenada Media Group.
- Fred R. David (2002). *Strategi Program. Manajemen Strategis: Konsep*, Edisi 9. Salemba Empat.
- Hastuti. (2018). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Hafiz Qur'an Pada Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Head-Sterling. (n.d.). Inflow-outflow. Dalam Oxford Reference. Diakses pada 3 Mei 2023, dari <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100242489>
- Hidajanto Djamal. (2011). *Broadcasting: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Isyana, Tungga Dewi. (2020). Strategi Programming Dalam Mempertahankan Motivasi Tahfidz Program Hafiz Qur'an tahun 2020. *Jurnal Komunikasi*, 5(2).
- Jalaludin Rakhmat. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jonathan (2018) . *Public Speaking*, Jakarta, Airlangga
- Jonathans, W. (2018). Penonton. dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penonton>
- Keller, J. M. (2010). *Motivational Design for Learning and Performance: The ARCS Model Approach*. Springer Science & Business Media.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Strategi Penyiaran dan Penentuan Target Audiens*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Morissan. (2013). Strategi Program Siaran dalam Bisnis Penyiaran. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2), 200-211.
- Nielsen. (2021). *Total Audience Report Q2 2021*. Diakses dari <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2021/total-audience-report-q2-2021/>
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Saydam, G. (2019). Faktor Penghambat dalam Pemberian Motivasi. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen Pendidikan*, 5(2), 401-409.
- Sudarwan. (2020). Penyiaran. dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penyiaran>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sutrisno. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar Teorinya*. Penerbit Pustaka Setia.
- Syaiful Bahri. (2002). *Al-Quran Hadits dan Ilmu-ilmu Pengetahuan*. Bandung:Pustaka Setia.
- Wahyudi. (2017). Terminologi penyiaran. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 167-182. Wahyuti, E. (2015). *Pengantar Penyutradaraan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Zaenina. (2019). Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap motivasi (studi kasus acara Hafiz Qur'an). *Jurnal Common*, Vol. 3(1).
- Zettl, Herbert. (2003). *Television Production Handbook*, San Fransisco State University, Thomson Wad- sworth