

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Khatulistiwa TV merupakan stasiun televisi swasta lokal yang berdiri di daerah Kota Pontianak, Kalimantan Barat dengan jangkauan siaran pada daerah Kota Pontianak secara keseluruhan. Sebagai salah satu institusi yang bergerak di bidang penyiaran, Khatulistiwa TV mencoba melayani kebutuhan masyarakat di wilayah Pontianak dan sekitarnya dengan program-program yang ditampilkannya. Tayangan program-program acara yang dimiliki Khatulistiwa TV juga mencerminkan bagaimana tayangan program acara yang diinginkan masyarakat Pontianak. Program acara itu sendiri merupakan jembatan Khatulistiwa TV agar selalu dekat dengan pemirsanya. Oleh karena itu, untuk melakukan pendekatan dengan khalayaknya, Khatulistiwa TV sebagai stasiun televisi lokal lebih mengedepankan program-program yang sarat dengan muatan lokal dan agama khususnya Islam, sebagaimana diketahui bahwa sebagian besar penduduk di Pontianak adalah menganut agama Islam. Dari 636.959 jiwa penduduk di Pontianak, 461.008 jiwa adalah penduduk yang menganut agama Islam dan sisanya sekitar 100.402 jiwa beagama Budha, 40.687 jiwa beragam Khtaolik, 32.661 jiwa beragama

Kristen, Konghuchu 1641 jiwa, dan Hindu 555 jiwa (Data Dinas Catatan Sipil Kota Pontianak). Salah satu program acara yang bermuatan budaya lokal dan Islami yang ditampilkan di stasiun televisi Khatulistiwa TV adalah program acara dakwah Mutiara Hati. Program acara dakwah Islami dan tidak meninggalkan budaya-budaya lokalnya inilah yang menarik minat peneliti untuk mengkaji lebih lanjut program acara tersebut khususnya dari perspektif strategi kreatifnya.

Persaingan di dunia pertelevisian yang semakin pesat tentunya membuat Khatulistiwa TV harus mampu bertahan serta bersaing dengan televisi-televisi yang ada baik televisi lokal maupun televisi swasta nasional. Khatulistiwa TV juga merupakan bentuk badan usaha swasta yang berorientasi pada *profit oriented* sehingga untuk mempertahankan dan mengembangkan Khatulistiwa TV sangat tergantung dari pemasukan para *sponsorship* melalui tayangan iklan komersial. Agar mampu menarik minat para *sponsorship* untuk menayangkan iklannya di Khatulistiwa TV, maka Khatulistiwa TV harus memiliki program acara yang banyak digemari oleh pemirsa dan tentunya menjadi potensi pasar bagi para *sponsorship* untuk menawarkan produknya melalui iklan.

Dalam hal ini Khatulistiwa TV memproduksi program acara dakwah Mutiara Hati yaitu suatu program acara dakwah yang menampilkan unsur-unsur kebudayaan lokalnya juga, khususnya kebudayaan Melayu Kalimantan

Barat. Program acara ini nantinya diarahkan untuk menjadi salah satu program acara unggulan dan bahkan menjadi ciri khas bagi Khatulistiwa TV. Untuk mewujudkan harapan tersebut, faktor penting yang harus diperhatikan bagi tim kreatif program acara adalah melakukan proses produksi yang berkualitas dan memiliki nilai jual tinggi bagi sponsorship untuk menayangkan iklannya di Khatulistiwa TV.

Adapun proses pembuatan program acara dakwah Mutiara Hati secara rinci berdasarkan temuan data di lapangan sebagai berikut :

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan ini, tim kreatif Khatulistiwa TV memiliki pemikiran bahwa sebagai stasiun televisi lokal yang cenderung masih baru tentunya akan mengalami kondisi persaingan yang sangat tinggi dalam dunia pertelevisian, baik dari sesama televisi swasta lokal maupun pesaing dari televisi swasta nasional. Keberadaan stasiun televisi swasta nasional yang menyajikan program-program yang lebih variatif menjadikan Khatulistiwa TV perlu merencanakan program-program siaran yang menarik untuk menunjukkan kedekatan terhadap pemirsanya. Semakin Khatulistiwa TV dekat dengan pemirsanya, maka Khatulistiwa TV akan semakin diterima dan dapat menjadi acuan oleh masyarakat Pontianak.

Agar pendekatan yang dilakukan optimal, perlu disusun strategi tersendiri khususnya pada tayangan-tayangan acara lokal dan Islami yang

menjadi unggulan Khatulistiwa TV dalam rangka untuk menggaet pemirsanya di wilayah Pontianak. Seperti pada program acara “ Mutiara Hati “ yang menyajikan program acara dakwah dengan tidak meninggalkan unsur-unsur lokal di dalamnya. Program acara yang ditayangkan setiap hari pada pukul 16.30 WIB ini merupakan suatu program acara dakwah Islami dengan membahas tema-tema tentang ajaran agama Islam serta selalu menampilkan kebudayaan-kebudayaan lokal melalui pakaian yang dikenakan maupun kesenian-kesenian tradisional yang ditampilkan

Agar program acara Mutiara Hati dapat diterima di hati pemirsa dan bahkan menjadi *icon* bagi Khatulistiwa TV, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang dalam proses produksinya. Secara teknis, pada tahap perencanaan ini konsep program acara Mutiara Hati disusun dalam bentuk proposal 'dan nantinya akan diusulkan kepada pimpinan Khatulistiwa TV. Proposal tersebut menjelaskan secara terperinci mengenai konsep program acara, target audience yang hendak dicapai sampai dengan teknis produksi beserta rincian anggaran biaya yang diperlukannya. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Dwi Nardi, selaku sutradara program acara Mutiara hati adalah :

“Sebelum kami memproduksi program acara Mutiara hati ini, terlebih dahulu tim kreatif menyusun proposal program acara Mutiara Hati yang nantinya akan diajukan kepada pimpinan melalui Divisi Teknisi dan Operasional siaran. Setelah proposal itu

disetujui dan anggaran juga telah tersedia, barulah kami memulai produksi program acara tersebut.” (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, tanggal 1 Juli 2010)

2. Perumusan Strategi

Dalam merumuskan strategi yang ingin dicapai, maka strategi produksi suatu program acara bagus dapat dirancang dengan baik dan benar, tak terkecuali strategi produksi program acara dakwah Mutiara Hati. Dalam menentukan strategi produksi, faktor segmen pemirsa dan format program acara merupakan hal yang terpenting.

Segmen utama yang hendak dituju dari penayangan program acara dakwah Mutiara Hati adalah masyarakat muslim di Pontianak khususnya yang tergolong orang tua atau dewasa. (wawancara dengan Bapak Rendra, Tim kreatif program acara Mutiara hati, tanggal 29 Juni 2010). Sedangkan mengenai format acaranya, bapak Rendra menjelaskan bahwa:

“Format program acara dakwah Mutiara Hati adalah berupa dialog Islami yang mengkaji ajaran-ajaran agama Islam dengan mengungkap budaya-budaya lokal seperti musik Gambus, Qasidahan, dan musik-musik Islami lainnya serta selalu memberikan kesempatan untuk setiap pemirsa bergabung didalamnya baik langsung di studio maupun melalui *line* Telepon.”

(Hasil wawancara dengan Bapak Rendra, tanggal 29 Juni 2010)

Penetapan program produksi program acara dakwah Mutiara hati ini sejalan dengan visi dan misi yang dirumuskan oleh Khatulistiwa TV yaitu merupakan televisi kebanggaan masyarakat Pontianak yang menyajikan tayangan yang menarik dan berkualitas serta mengangkat seni dan budaya

lokal Kalimantan Barat, sehingga mampu menjadi salah satu program acara unggulan stasiun Khatulistiwa TV. Seperti yang dijelaskan oleh Rendra, salah seorang anggota tim kreatif program acara dakwah Mutiara Hati, yaitu :

“Pembuatan dan penayangan program acara dakwah Mutiara hati harus sejalan dengan visi dan misi Khatulistiwa TV yang menekankan pada unsur Islami dan pelestarian budaya lokal Pontianak, sehingga nantinya program acara ini dapat menjadi program acara unggulan dan meraih banyak pemirsa “ (wawancara dengan Rendra, tanggal 29 Juni 2010).

Dalam program acara ini, tim kreatif program acara dakwah Mutiara Hati mencoba mendesain program acara ini dengan semenarik mungkin sehingga dapat diterima oleh pemirsa Khatulistiwa TV yang notabene adalah masyarakat di wilayah Kota Pontianak, dengan segala keterbatasan yang ada baik secara finansial maupun perangkat atau pendukung proses produksinya. Selain itu, melihat dari peluang yang ada yaitu masih sedikitnya program-program serupa yang ditampilkan di televisi-televisi lain baik televisi lokal maupun televisi swasta Nasional sehingga menjadikan Khatulistiwa TV memiliki peluang yang besar untuk menarik hati pemirsa, khususnya pemirsa di wilayah Pontianak.

Adapun tujuan produksi program acara dakwah Mutiara Hati ini adalah Sebagai suatu bentuk syiar agama Islam di Pontianak dan usaha pelestaria budaya lokal di tengah arus modernisasi dan globalisasi yang sangat pesat serta menjadikan program acara dakwah Mutiara hati sebagai salah satu program acara unggulan dan menjadi *icon* tersendiri bagi Khatulistiwa TV.

Dalam penayangan program acara ini, strategi utama yang menjadi ciri khas program acara dakwah Mutiara Hati tercermin dari penguatan unsur-unsur budaya lokal Pontianak di dalamnya mulai dari penggunaan tata bahasa atau dialeg Melayu yang digunakan, pengenaaan pakaian Teluk Belanga sebagai pakaian tradisional khas Kalimantan Barat, serta Kesenian-kesenian yang ditampilkan mulai dari musik Qasidah, musik Gambus, Hadrah, dan Nasyid yang mengusung lagu-lagu Islami dan musik Melayu yang ditampilkan disela-sela penayangan program dialog Islam tersebut.

Hasil pengamatan peneliti yang menyaksikan salah satu episode program acara dakwah Mutiara Hati juga menilai bahwa strategi kreatif program acara dakwah Mutiara Hati berupa strategi penguatan unsur-unsur budaya lokal Pontianak yang tercermin dari penguatan tata bahasa dialeg khas Pontianak yaitu bahasa Melayu yang merupakan bahasa mayoritas penduduk di Kota Pontianak. Selain itu, pengenaaan pakaian Telok Belanga yang merupakan pakaian tradisional melayu Kalimantan Barat dan penampilan kesenian-kesenian lokal asli Kota Pontianak seperti kesenian Gambus Melayu, Qasidah, Hadrah, Nasyid yang selalu mengusung dan membawakan lagu-lagu yang bernuansa Melayu. Melalui strategi kreatif inilah, menjadikan program acara dakwah Mutiara Hati sebagai salah satu program unggulan dan bahkan *icon* tersendiri bagi Khatulistiwa TV.

3. Tahapan Produksi

Terdapat beberapa tahapan yang digunakan oleh Khatulistiwa TV dalam memproduksi program acara dakwah Mutiara Hati untuk menarik minat para pemirsanya. Tahapan-tahapan tersebut yaitu :

a. Tahap pra produksi

Dari penelitian yang dilakukan terhadap tahapan produksi program acara dakwah Mutiara Hati, dapat diketahui bahwa sebelum penyusunan proposal tersebut, tim kreatif telah melakukan *riset* terlebih dahulu untuk mendapatkan ide yang sesuai dengan format acara yang akan diproduksinya yaitu melalui kajian-kajian buku maupun bertukar pikiran dengan beberapa pihak-pihak yang berkompeten. Hasil temuan *riset* tersebut nantinya akan dibahas dalam *production meeting*. Selain untuk mematangkan ide dan format acara yang akan diproduksi, dalam rapat tersebut juga membahas mengenai penentuan presenter dan narasumber-narasumber yang sesuai dengan format acara dakwah Mutiara Hati tersebut.

Dalam proses penentuan presenter program acara dakwah Mutiara Hati ini, ditentukan bahwa kriteria penentuan presenter dan narasumber acara harus mencakup beberapa syarat yang telah ditentukan oleh tim kreatif program acara, Bapak Dwi Nardi selaku Sutradara menjelaskan :

“Presenter adalah seorang muslim yang mengetahui ajaran-ajaran dan pengetahuan Islam, menarik, serta dituntut untuk bisa tampil atraktif dan tidak membosankan. Sedangkan dalam pemilihan narasumber acara, semuanya diatur oleh tim kreatif yang telah bekerja sama dengan berbagai pihak sebagai pendukung acara seperti Pemerintah Kota Pontianak, MUI Provinsi Kalimantan Barat dan Yayasan Mujahidin.” (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, Sutradara Mutiara Hati, tanggal 29 Juni 2010).

Pada tahap awal strategi kreatif program acara dakwah Mutiara

Hati, Bapak Rendra selaku tim kreatif menjelaskan bahwa :

“Program acara dakwah Mutiara Hati selain mencoba mendapatkan keuntungan dari sponsor iklan, program acara ini juga untuk menambah pengetahuan masyarakat Pontianak tentang ajaran Islam dan kebudayaan-kebudayaan lokalnya. Program ini ditayangkan juga sebagai salah satu upaya mempertahankan dan melestarikan budaya daerah Pontianak.”

(wawancara dengan Bapak Rendra, tanggal 29 Juni 2010)

Penayangan program acara dakwah Mutiara Hati memiliki durasi waktu 60 menit yang terdiri dari beberapa segmen dan iklan. Masing-masing iklan berdurasi sekitar 3 menit, terdiri dari tiga sampai lima iklan. Karena merupakan televisi lokal. Maka iklan-iklan yang ada tidak bisa dibandingkan dengan tayangan di stasiun televisi nasional.

Dalam proses pengambilan gambar, *shooting* Mutiara Hati ini dilakukan di dalam studio Khatulistiwa TV. Semua peralatan produksi sebagian besar sudah dimiliki oleh Khatulistiwa TV sendiri, untuk *wardrobe* biasanya para presenter dan narasumber menyiapkan sendiri. Hal senerti apa yang akan digunakan untuk kelengkapan *shooting*.

Sedangkan secara administrasi, yang dilakukan pada saat *meeting* adalah merencanakan biaya-biaya yang berhubungan dengan proses produksi seperti pengisi acara, set, property, makanan, kaset, biaya crew, studio dan sebagainya (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi selaku Sutradara Mutiara Hati, tanggal 1 Juli 2010).

Proses pra produksi program acara dakwah Mutiara Hati dimulai dari proses *breafing*. *Breafing* bertujuan untuk menentukan tema serta topik dari program acara. Dari *breafing* ini, ditetapkan pembagian tugas masing-masing *crew* dan pengisi acara mulai dari presenter, narasumber serta kameramen. Tema yang diangkat dalam setiap penayangan program acara dakwah Mutiara Hati selalu menampilkan tema-tema yang berbeda dalam setiap penayangannya. Program acara dakwah Mutiara hati ini didukung oleh pihak-pihak yang selalu mendukung acara ini seperti dari KANWIL Departemen Agama Provinsi Kalimantan Barat, MUI Provinsi Kalimantan Barat, Yayasan Masjid Raya Mujahidin, dan kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (wawancara dengan Dwi Nardi, Sutradara program acara dakwah Mutiara Hati, tanggal 1 Juli 2010).

Dalam proses penentuan tema dan topik acara, tema yang dipilih selalu berbeda dalam setiap penayangannya. Tema yang dipilih disusun satu minggu sekali dan cenderung dapat berganti sesuai dengan isu yang sedang hangat dan beredar di masyarakat. Kepala program selalu

mengumpulkan tim kreatif setiap minggunya untuk membahas dan membicarakan segala perlengkapan dan keperluan dalam proses program ini, melalui pertemuan inilah terjadi proses *brainstorming* atau pengungkapan ide-ide dari tim kreatif untuk menentukan konsep acara untuk satu minggu kedepan. Dalam pemilihan tema acara, tim kreatif selalu mengacu pada tema-tema Islam dan selalu melihat isu-isu yang sedang marak dibicarakan masyarakat. Sebagai contoh episode tanggal 12 September 2010 yang bertema “Menyikapi Keberadaan Islam”, dimana dalam episode ini membahas bagaimana perilaku kita sebagai seorang muslim dalam menyikapi persoalan tentang pembakaran Al-Qur’an yang dilakukan oleh seorang Pastor di Amerika Serikat (wawancara dengan Rendra selaku Tim kreatif Mutiara Hati, tanggal 11 Oktober 2010). Dalam proses ini tema yang sudah dipilih tidak menutup kemungkinan dapat berubah dan diganti dengan tema yang lain sesuai dengan isu yang sedang marak di masyarakat dan kesediaan narasumber pengisi acara. Tema-tema yang dipilih pada program acara dakwah ini selalu dapat memberikan pengetahuan bagi pemirsanya khususnya pengetahuan Islam. Penentuan tema dan narasumber acara selalu ditentukan oleh tim kreatif sebelum penayangan program acara ditampilkan.

Selain proses penentuan tema acara, proses penentuan narasumber dan pengisi acara program acara dakwah Mutiara Hati ini juga selalu

berusaha menampilkan narasumber dan pengisi acara yang selalu berbeda-beda dalam setiap episode penayangannya. Tim kreatif selalu menentukan narasumbernya sesuai dengan tema yang telah ditentukannya dan narasumber-narasumber yang dipilih merupakan orang yang paham tentang Islam dan menguasai tema yang akan disampaikannya. Dalam penentuan narasumber, tim kreatif selalu bekerjasama dengan Yayasan Mujahidin yang merupakan yayasan Islami yang menaungi para ulama-ulama yang ada di Pontianak dalam menentukan narasumber yang tepat untuk mengisi acara program acara dakwah ini (wawancara dengan Rendra selaku tim kreatif Mutiara Hati, Tanggal 11 Oktober 2010). Tema-tema yang sudah dipilih oleh tim kreatif kemudian direkomendasikan untuk menentukan narasumber-narasumber yang tepat dan sesuai untuk mengisi program acara. Pemilihan narasumber yang dilakukan oleh Yayasan Mujahidin ditentukan berdasarkan latar belakang kemampuan yang dimiliki dan kesediaan narasumber tersebut untuk mengisi program acara dakwah ini.

Sedangkan proses penentuan pengisi acara program acara dakwah ini telah ditentukan oleh tim kreatif dengan memilih pengisi acara yang mengusung kesenian-kesenian lokal yang bernuansa Islami untuk memperkuat program acara dan selalu ditampilkan berbeda-beda dalam setiap episodenya guna menghilangkan efek monoton dalam penampilan

program acara (wawancara dengan Rendra selaku tim kreatif Mutiara Hati, Tanggal 11 Oktober 2010). Dari proses *breafing* ini ditetapkan pembagian-pembagian tugas masing-masing. Hasil dari *breafing* ini nantinya akan langsung dipraktekan dalam melakukan *shooting*. Salah satu kegiatan *breafing* dan persiapan *crew* sebelum produksi dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah ini :



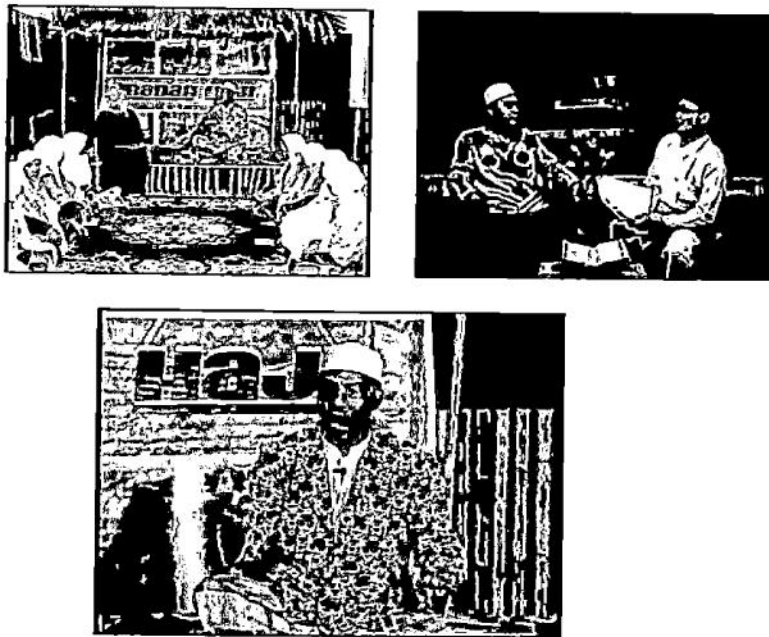
Gambar 3.1

Foto Breafing dan persiapan crew program acara Mutiara Hati

b. Tahap produksi

Setelah tahap pra produksi selesai dijalankan, maka dilanjutkan dengan proses produksi, yaitu berupa pengambilan gambar atau *shooting*. *Shooting* dilakukan di dalam studio Khatulistiwa TV dengan pengaturan *setting* tempat yang telah ditentukan oleh sutradara. *Setting* merupakan salah satu bentuk strategi kreatif dalam acara dakwah Mutiara Hati ini. Program acara dakwah Mutiara Hati menampilkan *setting indoor* dengan mengusung budaya lokal didalamnya seperti pemilihan *background* yang

menggunakan gambar masjid Jami keraton Pontianak yang dirancang semenarik mungkin guna menarik hati para penonton. Selain itu penempatan atribut-atribut kecil seperti AL-Qur'an dan perangkat-perangkat kecil lainnya disusun disekitar panggung sesuai dengan arahan bagian artistik program acara guna menampilkan gambar yang menarik dalam proses penayangannya. Seperti terlihat pada gambar 3.2. di bawah ini :



Gambar 3.2

Contoh *setting indoor* dalam produksi program acara Mutiara Hati

Pada proses pengambilan gambar tersebut, bukan hanya *setting* yang menjadi bagian dari strategi kreatif namun *wardrobe* juga merupakan salah satu bagian dari strategi kreatif yang penting untuk diperhatikan. Dalam pemilihan *wardrobe*, tim kreatif membedakan antara

yang digunakan oleh presenter, narasumber, dan para pengisi acara. Penampilan *presenter* yang selalu mengusung budaya lokal dengan mengenakan pakaian Telok Belanga sebagai pakaian khas Kalimantan Barat menjadi daya tarik dari acara ini. (wawancara dengan Dwi Nardi, Sutradara Program acara Mutiara Hati, tanggal 1 Juli 2010). Sedangkan *wardrobe* yang dikenakan narasumber dan pengisi acara dipilih sendiri oleh narasumber dan pengisi acara tersebut menyesuaikan dengan tema Islami yang merupakan karakteristik dari program acara Mutiara Hati ini.

Pencahayaan atau *lighting* dalam suatu panggung atau lokasi *shooting* program acara dakwah Mutiara Hati dikemas sesuai dengan arahan Sutradara program acara. Dalam proses produksi, *lighting* yang digunakan terdiri dari tiga buah *lighting* dengan ukuran 1000 watt dan 500 watt serta menggunakan tiga buah kamera yang telah di atur letaknya oleh tim kreatif. Namun yang terpenting dari strategi kreatif program acara dakwah Mutiara Hati terletak pada tema acara yang dibawakan pada tiap episodenya yang berisikan tema-tema Islami guna menyejukan hati para pemirsanya. Selain itu komponen lain yang berupa sajian lagu-lagu Islami dan kesenian-kesenian khas Kalimantan Barat juga merupakan komponen terpenting lainnya yang dimaksudkan untuk memperkuat strategi kreatif program acara dakwah Mutiara Hati. Dengan demikian, program acara dakwah Mutiara Hati merupakan program acara dakwah yang tidak hanya

menampilkan program acara dakwahnya semata, namun juga mengandung unsur-unsur budaya lokal yang kental dengan mengusung kesenian-kesenian tradisionalnya. Berbagai komponenn strategi kreatif di atas menjadi magnet tersendiri dalam menarik minat pemirsa untuk menonton acara tersebut.

Pada tahap produksi ini, strategi kreatif program acara dakwah Mutiara Hati terletak pada tata cara penggunaan bahasa yang digunakan oleh *presenter* dalam membawakan program acara dakwah Mutiara Hati ini yang khas dengan dialek Melayu sebagai dialeg khas masyarakat Pontianak dan terkadang menampilkan *candaaan-candaaan* untuk menghidupkan suasana. Pemilihan dialek melayu dalam penyayangan program acara ini dikarenakan sekitar 80% penduduk yang berada di Pontianak adalah suku Melayu yaitu sekitar 460.000 jiwa (data Dinas catatan Sipil Kota Pontianak). Strategi kreatif ini juga diperkaya dengan sajian lagu-lagu dan kesenian Islami khas Pontianak yang ditampilkan dalam segmen tertentu pada setiap episode acara tersebut. Selain itu, pada beberapa episode tim kreatif program acara dakwah Mutiara Hati juga membuat kemasan yang berbeda, seperti pada musim Haji program acara dakwah ini menayangkan program acara dakwah Mutiara Hati Haji yang membahas permasalahan seputar ibadah Haji dengan berbagai liputan-liputan tentang ibadah Haji Hal ini tentunya dapat memberikan efek

variasi tertentu sehingga acara ini tidak monoton dan membosankan. Seperti yang dijelaskan oleh Dwi Nardi, Sutradara program acara dakwah Mutiara Hati sebagai berikut :

“Program acara ini sengaja menampilkan gaya bahasa yang terkesan ringan dan menggunakan bahasa Melayu, hal ini dimaksudkan untuk semakin mendekatkan diri pada pemirsa lokal yang berada di Pontianak. Selain itu kami juga sesekali menampilkan program acara yang berbeda tetapi tidak terlepas dari unsur Islami guna memberikan sesuatu yang berbeda bagi pemirsa dan agar acara ini tidak terkesan monoton.” (Wawancara dengan Dwi Nardi, tanggal 1 Juli 2010)

Program acara dakwah Mutiara Hati merupakan suatu program acara dakwah Islami yang sarat dengan muatan budaya lokalnya. Hal-hal yang ditonjolkan dari program acara Mutiara Hati adalah gaya bicara, pakaian, serta kesenian yang digunakan yang tak lepas dari unsur budaya lokalnya. Gaya bicara masyarakat Pontianak yang identik dengan bahasa Melayunya serta penampilan kesenian-kesenian khas Pontianak merupakan salah satu strategi kreatif dari program acara dakwah ini. Inilah salah satu strategi untuk menarik penonton, dengan menyajikan tayangan-tayangan yang sarat dengan muatan lokal, Khatulistiwa TV diharapkan mampu menarik pemirsa yaitu masyarakat Pontianak agar tetap setia terhadap program-program acara Khatulistiwa TV.

Proses produksi suatu acara tayangan televisi juga harus memperhatikan karakteristik penonton yang menjadi segmen dari acara

tersebut. Program acara dakwah Mutiara Hati dikemas dengan format dakwah yang tidak terlepas dari unsur-unsur hiburannya melalui kesenian-kesenia Islami yang ditampilkan dengan maksud program acara ini dapat dijadikan hiburan alternative tersendiri bagi pemirsa selain untuk memperdalam pengetahuan tentang agama Islam. Seperti terlihat pada gambar 3.3. dibawah ini :



Gambar 3.3

Contoh gambar pengisi acara program acara dakwah Mutiara Hati

Dengan demikian, selain program dakwah strategi kreatif program acara Mutiara Hati ini salah satunya terletak pada muatan budaya Pontianak sebagai ciri khas tersendiri dari acara tersebut. Ini merupakan strategi Khatulistiwa TV dalam membuat program acara dakwah Islami

dengan sentuhan budaya lokal yang berbeda guna menarik penonton di wilayah Pontianak. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak H. Akhamad Zakaria, selaku Direktur Utama Khatulistiwa berikut ini :

“Program acara dakwah Mutiara Hati ini merupakan salah satu bentuk strategi kreatif program Khatulistiwa TV dalam menarik minat pemirsa untuk selalu menyaksikan acara-acara yang ditayangkan Khatulistiwa TV, sehingga stasiun ini mendapat tempat tersendiri di hati pemirsanya. Dengan demikian hal ini dapat menarik minat pemasang iklan untuk beriklan di Khatulistiwa TV.” (Wawancara dengan Bapak H. Akhmad Zakaria, tanggal 3 Juli 2010).

Dari proses produksi program acara dakwah Mutiara Hati, maka dapat dijelaskan bahwa melalui program acara Mutiara Hati, Khatulistiwa TV berusaha mewujudkan strategi kreatif program tersebut dengan cara :

- 1) Membuat tema acara Islami yang menarik serta menampilkan narasumber yang berbeda-beda dalam setiap episode penayangannya. Dalam menentukan tema pada setiap penayangannya, tim kreatif selalu menentukan tema-tema Islami yang dibahas secara mendalam serta selalu mengundang narasumber yang berubah-ubah dalam setiap episodenya. Hal ini tentunya untuk menghindari suatu acara yang monoton dan membosankan bagi para pemirsanya.
- 2) Mengangkat unsur-unsur budaya lokal dalam setiap penayangannya. Dalam setiap penayangannya, program acara dakwah Mutiara Hati selalu menampilkan unsur-unsur budaya lokal seperti kesenian Gambus, Qasidahan serta musik-musik lokal Islami yang ditayangkan

di awal dan akhir penayangan program dakwah Mutiara Hati ini. Hal ini tentunya untuk memberikan kesan berbeda dari program-program acara dakwah yang ditampilkan oleh televisi lain baik televisi swasta lokal maupun televisi swasta nasional.

c. Tahap pasca produksi

Pada tahap pasca produksi ini kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah merapikan alat-alat yang telah digunakan dalam produksi, pembongkaran set, penyelesaian masalah pembayaran dan evaluasi program. Hal yang terpenting dalam proses pasca produksi ini adalah proses *editing* dimana program yang dieksekusi disempurnakan kembali guna memperoleh hasil yang memuaskan dan layak untuk ditayangkan.

Pada tahap pasca produksi ini, proses *editing* gambar merupakan inti dari kegiatan yang dilakukan di tahap pasca produksi ini. Proses *editing* ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas gambar sehingga layak untuk ditayangkan dan dapat dinikmati oleh pemirsa. Sebagaimana diutarakan oleh salah seorang warga Pontianak, Bapak Zainal Arifin sebagai berikut :

“Gambar yang ditampilkan pada program acara dakwah Mutiara Hati sudah sangat menarik, selain itu acara ini juga memberikan informasi dan pengetahuan Islam kepada masyarakat. Saya kira acara ini patut sebagai acara memperdalam ajaran agama Islam dan ajang melihat penampilan kesenian-kesenian lokal yang mengusung nuansa Islami.” (wawancara dengan Bapak Zainal Arifin, tanggal 5 Juli 2010).

4. Faktor pendukung dan penghambat proses produksi program acara dakwah Mutiara Hati

Dalam memproduksi suatu program acara, tentunya tidak terlepas dari faktor pendukung dan penghambat dari produksi program acara tersebut. Tim kreatif selalu berusaha menampilkan sesuatu yang terbaik untuk keberhasilan program acaranya. Adapun faktor pendukung dari program acara dakwah Mutiara Hati, diantaranya adalah (Laporan Khatulistiwa TV,2010) :

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
<ol style="list-style-type: none">1. Adanya dukungan dan perhatian dari direksi dan pimpinan Khatulistiwa TV terhadap program acara dakwah Mutiara Hati melalui dukungan dana dan fasilitas yang ada dalam proses produksi.2. Adanya respon positif dari masyarakat Pontianak terhadap penayangan program acara dakwah Mutiara Hati.3. Adanya dukungan dari para sponsorship terhadap program acara, hal ini terlihat dari banyaknya jumlah tayangan iklan yang masuk dan tampil disaat penayangan program acara ini.	<ol style="list-style-type: none">1. Masih terbatasnya sarana dan prasarana pendukung proses produksi.2. Masih terbatasnya jumlah kelompok kesenian lokal yang ada di Pontianak untuk mendukung program acara tersebut3. Dukungan sponsorship melalui tayangan iklan yang masih harus ditingkatkan lagi.

Tabel 3.1.

Faktor pendukung dan penghambat program acara Mutaiara Hati

Dengan berbagai macam kekurangan tersebut, membuat tim kreatif program acara dakwah Mutiara Hati harus bekerja keras untuk memajukan program acara tersebut guna memperoleh respon yang positif dari pemirsa. Keterbatasan ini dijadikan suatu motivasi tersendiri bagi mereka untuk lebih giat bekerja dan menuangkan ide-ide kreatifnya untuk meningkatkan kualitas program acara dakwah Mutiara Hati.

B. Pembahasan

Proses dan teknis pembuatan suatu program acara pastilah melalui proses yang panjang, proses pembuatan program acara dikenal dengan istilah strategi kreatif. Dalam pencapaian strategi tersebut dibutuhkan insan creator untuk mendukung keberhasilan suatu program acara tersebut. Dalam hal ini Khatulistiwa TV yang merupakan televisi lokal yang berada di Pontianak membuat suatu program acara yang belum pernah ada di televisi – televisi manapun yaitu program acara dakwah Mutiara Hati. Khatulistiwa TV mencoba mengajak masyarakat Pontianak untuk menambah pengetahuan keagamaannya dan untuk tetap mempertahankan budaya Pontianak (budaya Melayu) di tengah gencar-gencarnya budaya luar yang masuk didalam kehidupan masyarakat di era sekarang ini. Seperti yang diketahui program acara dakwah yang pernah ada sekarang ini hanya menampilkan tayangan ceramah dialog dan talk show dengan menampilkan narasumber yang telah

ditentukan masing-masing stasiun televisi tersebut dan cenderung monoton. Namun dengan hadirnya program acara dakwah Mutiara Hati ini, pemirsa televisi khususnya di wilayah Pontianak dapat menikmati acara dakwah yang lebih kompleks, karena acara ini bukan hanya menampilkan tanya jawab persoalan agama saja, melainkan menampilkan nyanyian serta kesenian-kesenian lokal yang tentunya dikemas dalam suatu program acara yang kreatif dan menarik pula.

Menurut Fred Wibowo (2007:53) program televisi dikembangkan dalam program-program khusus. Program-program khusus televisi tersebut adalah program Seni Budaya dan Hiburan, Program *Talk Show* di Televisi. Program Jurnalistik Televisi, Program Reporter, Program Penyiaran dan Penyajian, Program Berita, Program Dokumenter, Program Feature, Program *Magazine*, Program Sport, Program Doku-Drama, Program Sinetron. Program acara Mutiara Hati merupakan program acara dakwah yang sarat dengan budaya lokal, dengan menitik beratkan budaya daerah, maka acara Mutiara Hati akan menarik masyarakat lokal yang sesuai dengan budaya setempat. Hal ini diperlukan kreatifitas acara tersebut dengan melakukan terobosan-terobosan dan variasi acara yang menarik agar tidak cenderung membosankan.

Proses kreatif program acara di televisi berkembang mulai dari proses imajinasi mencari gagasan sampai dengan proses produksinya. Dalam

program acara dakwah Mutiara Hati, proses imajinasi dan perencanaan tersebut termasuk dalam proses pra produksi. Menurut Fred Wibowo (2007:167) menyatakan bahwa proses pra produksi tersebut dimulai dari *breafing*. *Breafing* bertujuan untuk menentukan judul, topik, dan isi acara. Dalam proses menentukan judul, topik, dan isi acara ini, Andy Green (2003:28) membagi menjadi empat tahapan, yaitu :

1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini merupakan tahapan pengumpulan informasi dan data yang berfungsi sebagai dasar atau *riset* untuk suatu karya kreatif. Tahap persiapan dilakukan dengan proses membaca, mewawancarai orang, bertualang, atau kegiatan lain yang berfungsi mengumpulkan fakta, ide dan opini. Dalam mengumpulkan ide, tim kreatif Mutiara Hati melakukan *riset* dengan cara membaca Koran, majalah, internet dan berbincang-bincang dengan orang lain (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, Sutrada Mutiara Hati, tanggal 3 Juli 2010).

Dalam hal ini, tahap persiapan merupakan dasar untuk menentukan keberhasilan tahap-tahap kreatifitas berikutnya. Semakin banyak data-data atau informasi yang didapat, semakin potensial untuk menciptakan hal-hal baru yang kreatif atau sesuatu yang berbeda dari yang pernah ada. Dengan demikian, yang terpenting pada tahap persiapan ini adalah ketajaman atau daya kritis tim kreatif program acara Mutiara Hati dalam mengidentifikasi

persoalan apa saja yang sedang hangat di bicarakan masyarakat untuk dapat diangkat dan ditampilkan pada tema acara. Langkah ini dapat dilakukan melalui observasi terhadap berbagai pemberitaan media massa yang menyangkut persoalan yang sedang terjadi di wilayah Pontianak dan sekitarnya.

2. Tahap Inkubasi

Tahap Inkubasi dikenal luas sebagai tahap istirahat, masa menyimpan informasi yang sudah dikumpulkan, lalu berhenti dan tidak lagi memusatkan diri atau merenungkannya. Selain membutuhkan konsentrasi yang lebih, tahap inkubasi terjadi ketika seseorang merenungkan hal lain dan mengesampingkan permasalahan yang ada untuk beberapa saat atau mengerjakan hal-hal lain yang tidak berhubungan. Langkah mengesampingkan permasalahan bertujuan untuk menciptakan pikiran yang jernih sehingga seseorang akan lebih mudah mendapatkan jalan keluar untuk mendapatkan ide yang baru. Kreativitas merupakan hasil kemampuan pikiran dalam mengaitkan berbagai gagasan, menghasilkan sesuatu yang baru dan unik.

Dalam program acara dakwah Mutiara Hati, tahap inkubasi ini terjadi pada saat tim kreatif istirahat setelah melakukan *meeting* untuk menentukan judul, topik/tema serta isi yang akan ditampilkan. Pada tahap inkubasi ini yang terpenting adalah bagaimana mengemas tema yang akan

diangkat pada setiap episode menjadi format acara Mutiara Hati yang menarik bagi pemirsa, sehingga episode yang ditayangkan nantinya mampu merangsang pemirsanya untuk memberikan tanggapan dan berpartisipasi langsung melalui line telepon yang telah disediakan dalam program acara.

3. *Illumination*

Merupakan tahap bagaimana mengelolah ide/inspirasi yang didapatkan dari tahap sebelumnya yang bertujuan untuk menyimpan ide-ide yang muncul dengan cara menulis atau merekamnya. Dalam pembuatan program acara dakwah Mutiara Hati, ide-ide yang telah didapat kemudian ditulis dan diarahkan kepada *presenter* untuk mengatur jalannya program acara tersebut. Dengan demikian pada tahap *illumination* ini pembuatan skrip acara menjadi bagian terpenting sebagai pedoman bagi tim kreatif dalam memproduksi setiap tayangan program acara dakwah Mutiara Hati. Skrip yang sudah matang kemudian diarahkan ke *presenter* acara untuk mengatur jalannya acara serta kepada pihak-pihak yang lain yang mendukung berlangsungnya program acara ini.

4. *Integration*

Tahap penggabungan atau penerapan sebuah ide kreatif ke dalam sebuah objek atau media agar mempunyai nilai atau efek yang diharapkan.

Pada program acara dakwah Mutiara Hati ini penggabungan atau

penerapan ide dikemas semenarik mungkin dalam bentuk video dan di edit kembali untuk menghasilkan sebuah tayangan yang layak ditayangkan kepada para pemirsa (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, Sutradara Mutiara Hati, tanggal 3 Juli 2010). Tahap Integrasi ini memerlukan koordinasi yang matang dari para *crew* produksi mulai dari tim kreatif sebagai perancang program acara sampai dengan tim *editing* yang akan meningkatkan kualitas hasil gambar yang layak untuk ditayangkan.

5. *Illustration*

Disebut sebagai tahap mengimplementasikan atau mempresentasikan hasil dari sebuah proses kreatifitas untuk menarik khalayak. Program acara yang baik, harus mempunyai strategi penyusunan acara yang baik pula. Program acara dakwah Mutiara Hati merupakan program acara dakwah Islami yang berisikan dialog-dialog tentang ajaran agama Islam serta memiliki tujuan untuk melestarikan kebudayaan-kebudayaan lokal dan juga merupakan salah satu cara untuk menarik penonton di wilayah Pontianak.

Menurut Darwanto (2007:233), dalam merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan program acara dakwah Mutiara Hati mengacu pada lima acuan dasar program acara televisi, antara lain :

Ide merupakan rencana pesan yang akan disampaikan kepada para penonton melalui medium televisi dengan tujuan tertentu. Semua siaran televisi baik dari bentuk yang paling sederhana pasti didahului oleh timbulnya sebuah ide. Ide tersebut merupakan buah pikiran setelah mendapatkan rangsangan dari masyarakat dan ide timbulnya dapat dari seseorang perencana program siaran dalam hal ini seorang produser, atau orang lain. Dalam pembuatan program acara dakwah Mutiara Hati, ide yang telah ditetapkan harus dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Ide yang dikembangkan oleh program acara ini tercermin dari topik yang diangkat pada setiap penayangan episodenya. Strategi kreatif program acara dakwah Mutiara Hati ini adalah dengan menciptakan suatu program acara dakwah yang belum pernah ada sebelumnya dengan menampilkan unsur-unsur lokal dalam penayangan programnya.

b. Pengisi acara (*talent*)

Pengisi acara siaran dapat dari seorang pembaca berita, artis yang belum terkenal sampai dengan para cendekiawan dan artis yang cukup dikenal. Para pengisi acara ini merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan seseorang perencana program siaran dalam mengolah idenya. Pengisi acara program acara dakwah Mutiara Hati terdiri dari seorang *presenter* acara, tokoh-tokoh ulama dan tokoh

masyarakat serta tim kesenian Islami Pontianak (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, Sutradara Mutiara Hati, tanggal 3 Juli 2010).

Dalam proses pemilihan pengisi acara, tim kreatif selalu berusaha memilih pengisi acara yang tepat dan sesuai untuk mengisi acara pada program acara dakwah Mutiara Hati ini. *Presenter* yang di pilih adalah orang yang paham akan ajaran-ajaran Islam dan dituntut untuk bisa tampil atraktif dan tidak membosankan, sedangkan dalam pemilihan narasumber dan pengisi acara dipilahlah tokoh-tokoh Ulama atau tokoh masyarakat yang paham secara mendalam akan ajaran-ajaran Islami serta penampilan kesenian-kesenian lokal khas Pontianak seperti musik Gambus Melayu, Nasyid, Qasidah Melayu dan Hadrah.

c. Peralatan

Betapapun kecilnya suatu studio, pasti dilengkapi dengan berbagai perlengkapan, seperti kamera, tripod, lampu-lampu dengan berbagai karakter untuk menghasilkan gambar-gambar yang berkualitas, mikropon, dekorasi, siklorama yang berupa dinding studio, serta monitor yang diperlukan untuk melihat proses gambar yang sedang diproduksi. Di samping itu, untuk pengendalian proses produksi di studio, dibangun beberapa ruang operasional yang dilengkapi dengan berbagai peralatan elektronik serta alat perekam gambar. Semua peralatan ini dimiliki oleh Khatulistiwa TV untuk

memproduksi program acara Mutaiara Hati ini. Peralatan-peralatan yang dimiliki Khatulistiwa TV sesungguhnya telah mencukupi untuk melakukan proses produksi program acara, namun dikarenakan adanya kerusakan-kerusakan pada inspratur alat seperti kerusakan pada kamera dan lampu sehingga membuat Khatulistiwa TV harus mengambil alternatif lain untuk menyewa kekurangan-kekurangan alat tersebut untuk melakukan proses produksi.

d. Kelompok kerja produksi

Kelompok kerja produksi merupakan satuan kerja yang akan menangani kerja produksi secara bersama-sama sampai produksi dinyatakan siap untuk disiarkan/dijual. Dalam memproduksi program acara dakwah Mutiara Hati tim produksi memiliki tugas yang berbeda-beda tetapi semuanya hanya mempunyai satu tujuan yaitu untuk menghasilkan paket acara siaran yang sebaik-baiknya.

e. Penonton

Mereka adalah saran dari setiap acara yang disiarkan dan mereka merupakan faktor yang menentukan berhasil tidaknya acara yang telah dibuat. Pada program acara dakwah Mutiara Hati ini segmen penonton yang dituju adalah kelompok dewasa (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, Sutradara Mutiara Hati, tanggal 3 Juli 2010). Fungsi penonton dapat untuk menentukan eksistensi stasiun penyiaran,

selain itu dengan banyaknya jumlah penonton akan besar sekali pengaruhnya terhadap pemasangan iklan pada acara tersebut.

Selain itu, Khatulistiwa TV dalam merumuskan strategi kreatif program acara dakwah Mutiara Hati sudah memenuhi beberapa anasir sebagai berikut (RM. Socnarto, 2007:42) :

1) Acara siaran harus variatif

Pada program acara dakwah Mutiara Hati, variasi pada setiap tayangannya sudah terlihat melalui disajikannya lagu-lagu dan kesenian lokal khas Pontianak diawal dan akhir penayangan program acara, meskipun terkadang menampilkan lagu-lagu Islami non lokal seperti lagu-lau Hadad Alwi dan videoklip-videoklip Nasyid sebagai pengisi acara diawal dan akhir program acara tersebut, Hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah kelompok kesenian lokal yang ada di Pontianak untuk mendukung program acara ini. Dalam penayangan program acara ini, tidak jarang pula *presenter* program acara Mutiara Hati ini menyelipkan trik humor dalam dialognya sehingga cukup membuat penonton terhibur.

2) Acara siaran harus mengikat penonton

Program acara dakwah Mutiara Hati selalu menampilkan topik-topik acara yang menarik dan tentunya dapat menambah wawasan masyarakat akan pengetahuan-pengetahuan Islami dan terkadang menampilkan topik acara

yang sedang hangat dibahas dan dibicarakan oleh sebagian besar masyarakat Pontianak, seperti topik yang membahas tentang ibadah Haji serta ibadah Puasa (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi, Sutradara Mutiara Hati, tanggal 5 Juli 2010).

3) Urutan acara yang tidak monoton

Terkadang sesekali dalam penayangannya menampilkan program acara yang berbeda, seperti pada bulan haji dimana program acara dakwah Mutiara Hati menampilkan program acara yang secara khusus membahas tatacara dan segala yang berhubungan dengan ibadah haji secara khusus (wawancara dengan Bapak Dwi Nardi selaku Sutradara Mutiara Hati, tanggal 5 Juli 2010).

4) Sasaran siaran program acara dakwah Mutiara Hati sudah jelas yaitu masyarakat Pontianak yang termasuk dalam katagori orang dewasa.

5) Tanggap terhadap suara penonton

Hal ini dapat dijelaskan bahwa program acara Mutiara Hati merupakan program acara dakwah yang memberikan pengetahuan-pengetahuan Islami terhadap para pemirsanya dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya. Sehingga dengan sendirinya konsep acara Mutiara Hati ini merupakan bentuk respon dari Khatulistiwa TV terhadap suara penonton.

6) Dapat membentuk opini penonton

Program acara dakwah Mutiara hati merupakan program acara yang membahas tentang pengetahuan-pengetahuan Islami dan selalu menampilkan unsur-unsur lokal didalamnya, maka dengan adanya konsep seperti ini tentunya akan membentuk opini penonton tentang program acara dakwah Mutiara Hati ini yang dimana merupakan program acara dakwah yang selalu menampilkan unsur-unsur budaya lokal didalamnya.

7) Dapat bersaing dengan stasiun lain

Dari awal pembuatan program acara dakwah Mutiara Hati, tim kreatif sudah merancang bahwa acara ini nantinya akan dijadikan sebagai salah satu acara unggulan dan bahkan menjadi *icon* bagi Khatulistiwa TV, terlebih lagi program acara ini merupakan program acara dakwah yang banyak memuat budaya-budaya lokal didalamnya yang menjadi nilai lebih pada program ini serta tidak akan dapat ditemukan pada stasiun televisi lainnya.

Dari analisis di atas, maka peneliti dapat menilai bahwa tim kreatif program acara dakwah Mutiara Hati telah memperhatikan anasir-anasir dalam memproduksi suatu program acara televisi seperti yang dikemukakan oleh RM Soenarto (2007:42-43) yang menjelaskan tentang 10 anasir yang wajib diperhatikan dalam menyusun acara siaran televisi. Proses produksi program acara dakwah Mutiara Hati dilakukan secara indoor yaitu di studio

Khatulistiwa TV dengan di *setting* semenarik mungkin guna menampilkan kesan dan gambar yang menarik dalam proses produksinya. *Setting* yang dipilih dapat berubah-ubah untuk mencegah unsur monoton dalam penampilan acara. Dalam penentuan *setting* ini, diatur dua buah kursi yang menghadap ke kamera untuk tempat duduk *presenter* dan narasumber acara dengan menampilkan *setting* ruang yang menarik dan terkesan hidup dengan properti-properti yang ditampilkan disekelilingnya seperti penempatan bunga, Al-Qur'an dan properti-properti lain sebagai pendukung program acara. Selain itu tim kreatif juga terkadang menggunakan *green screen* dalam penampilan program acara dengan mengandalkan komputer grafis yang berperan penting dalam program acara guna menghilangkan efek jenuh bagi pemirsa. Dalam format *green screen*, *background* yang ditampilkan mengusung unsur budaya lokal didalamnya seperti menampilkan *background* masjid Jami Kraton Kadriah yang merupakan masjid khas kraton Pontianak dan gambar-gambar lainnya yang dapat berubah-ubah pada setiap program penayangan berikutnya yang sepenuhnya diatur oleh komputer grafis. Namun dalam penayangannya, program acara dakwah Mutiara Hati blum pernah memilih *setting* tempat *outdoor* dalam penampilan program acara, hal ini belum dapat di lakukan karena masih minimnya dana yang dimiliki untuk melakukan proses produksi tersebut.

Strategi kreatif pada program acara dakwah Mutiara Hati selain mengedepankan unsur-unsur dakwah dan pengetahuan Islami juga berupa strategi pada penguatan unsur-unsur budaya lokal Pontianak yang tercermin dari penggunaan bahasa, pakaian yang dikenakan serta kesenian-kesian lokal yang ditampilkan pada setiap penayangannya. Penggunaan bahasa Melayu sebagai bahasa lokal sehari-hari masyarakat Pontianak selalu di tampilkan oleh *presenter* dalam setiap penayangan acara, serta baju Telok Belanga yang dikenakannya sebagai baju khas daerah Kalimantan Barat, selain itu penampilan kesenian-kesenian lokal yang mengusung musik-musik bernuansa Islami juga menghiasi dan menyemarakkan setiap penampilan program acara dakwah ini. Program acara ini juga memberikan kesempatan bagi para pemirsanya untuk dapat bergabung dalam acara melalui *line* telepon yang telah disediakan. Pemirsa diberikan kesempatan untuk bertanya seputar Islami dan akan dijawab langsung oleh narasumber acara.

Strategi kreatif program acara dakwah ini juga diperkaya dengan penampilan-penampilan episode yang berbeda, dalam hal ini tim kreatif program acara Mutiara Hati juga membuat kemasan yang berbeda dengan sesekali mengangkat program acara yang khusus seperti program Mutiara Hati Haji yang secara khusus membahas permasalahan haji serta tatacara dan proses menjalani ibadahnya. Strategi ini dimaksudkan untuk memberikan

efek variasi tertentu sehingga acara dakwah Mutiara Hati tidak bersifat monoton dan membosankan.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fred Wibowo (2007:24) yang menjelaskan bahwa terdapat lima pemikiran yang perlu dilakukan ketika memproduksi program acara televisi, yaitu :

1. Materi produksi

Materi produksi program acara dakwah Mutiara Hati terletak pada materi-materi dakwah yang dibawakan oleh narasumber yang berisikan tentang ajaran dan pengetahuan agama Islam yang bersumber dari AL-Qura'an dan AS-Sunnah. Materi produksi ini akan diubah menjadi *treatment* yang merupakan iktisar dari script atau naskah dari suatu episode tayangan. Sutradara bertugas mengawasi dan memberikan arahan terhadap para pengisi acara dalam suatu proses produksi acara, agar program acara dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Berdasarkan *treatment* tersebut, sutradara sudah dapat mengetahui bagaimana episode program acara Mutiara Hati akan diproduksi nantinya.

2. Sarana produksi

Khatulistiwa TV merupakan televisi yang tergolong masih muda dan tentunya mengalami banyak permasalahan dalam proses produksinya. Tidak terkecuali dalam proses produksi program acara dakwah Mutiara Hati. Masih banyak sekali ditemukan kekurangan-kekurangan dalam

dalam proses produksi ini, mulai dari sarana peralatan produksi yang masih harus didatangkan dari pihak luar stasiun yaitu dengan sistem sewa. Semua ini terpaksa dilakukan karena Khatulistiwa TV masih mengalami keterbatasan anggaran produksi mulai dari *wadrobe*, perlengkapan *shooting* maupun SDM yang ada. Seperti yang dilakukan dalam proses produksi program acara dakwah Mutiara Hati, tim kreatif sebelumnya harus menyewa alat seperti kamera (Panasonic AGDVX) serta satu set lampu 1000 watt untuk mendukung proses produksi acara agar dapat berjalan sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Hal ini dilakukan karena inspraturuktur pendukung acara yang dimiliki oleh Khatulistiwa TV ini sedang mengalami kerusakan. Dalam menghadapi permasalahan produksi seperti ini, maka dituntut kreatifitas dari tim kreatif dan tim produksi untuk menghasilkan suatu program acara yang berkualitas dan menarik minat pemirs. Misalnya pada waktu *shooting*, selalu ditampilkan tata artistik yang menarik melalui penempatan peralatan-peralatan seperti Al-Qur'an, penempatan bunga sebagai penghias *setting* panggung, dan yang lainnya untuk mendukung tampilan program acara.

3. Biaya produksi

Setiap stasiun televisi tentunya mengenal istilah *financial oriented*, yaitu perencanaan biaya produksi yang didasarkan pada kemungkinan keuangan yang ada. Hal ini juga dirasakan oleh Khatulistiwa TV sebagai

televisi lokal yang berada di Pontianak. Tidaklah mudah menghasilkan suatu program acara yang berkualitas dan menarik minat pemirsa dalam keadaan yang serba terbatas, karena program acara televisi membutuhkan biaya yang tidak sedikit, meskipun program acara tersebut masih bersifat sederhana. Dalam proses produksi, jumlah biaya produksi harus diperinci sehingga memenuhi semua kebutuhan yang diperlukan termasuk biaya-biaya yang tidak terduga.

Pada proses produksi program acara dakwah Mutiara Hati ini, untuk setiap episodenya minimal dibutuhkan biaya produksi sebesar Rp 2.000.000,- (Wawancara dengan Bapak Dwi Nardi selaku Sutradara Mutiara Hati). Disinilah diperlukan kreatifitas dari pelaksana produksi untuk mengoptimalkan hasil produksi yang berkualitas dan menarik minat pemirsa dengan keterbatasan yang ada. Jumlah biaya produksi yang sudah jelas itu harus diperinci sehingga memenuhi semua kebutuhan yang diperlukan termasuk biaya tak terduga. Perencanaan anggaran yang telah disusun merupakan estimasi yang paling dekat dengan realitas biaya produksi yang mungkin terjadi. Estimasi biaya yang tertera dalam rencana anggaran, setidaknya dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan produksi dan menekan terjadinya pemborosan anggaran. Sebab, biaya produksi merupakan faktor kunci yang turut menentukan kualitas dan daya tarik program acara yang dihasilkan.

4. Organisasi pelaksanaan produksi

Manajemen organisasi pelaksanaan produksi merupakan faktor kunci penentu terakhir terhadap keberhasilan pelaksanaan proses produksi. Mereka inilah yang berperan mewujudkan rencana produksi yang telah dirancang dan disusun sebelumnya. Suatu produksi program televisi tentunya melibatkan banyak orang yang terkait misalnya artis, *crew*, fungsional lembaga penyelenggara dan lainnya. Untuk melancarkan suatu proses produksi program, organisasi pelaksanaan produksi memerlukan koordinasi yang baik dengan berbagai pihak yang terkait di dalamnya melalui manajemen organisasi pelaksanaan produksi.

Dalam proses program acara dakwah Mutiara Hati, organisasi pelaksanaan produksi dapat dikatakan telah berjalan dengan lancar, meskipun masih ditemukan beberapa persoalan tetapi tidak sampai menghambat kelancaran proses produksi. Hal ini terlihat dari eksistensi program acara yang masih bertahan hingga sekarang dan masih cukup menarik minat pemirsa lokal.

5. Tahapan pelaksanaan produksi

Tahapan produksi pada program acara dakwah Mutiara Hati terdiri dari tiga bagian proses produksinya, yaitu tahapan pra produksi, tahapan produksi, dan tahapan pasca produksi. Tahapan pra produksi merupakan tahapan perencanaan ide dan persiapan sebelum melakukan proses

produksi. Proses pra produksi ini biasanya dimulai dengan proses *breafing* yang bertujuan untuk menentukan judul, topik, dan isi acara. Dalam program acara dakwah Mutiara Hati, proses pra produksi ini menjadi patokan dan petunjuk sebelum melakukan proses produksi program acara.

Setelah tahapan pra produksi, dilanjutkan dengan tahapan produksi. Tahapan produksi ini disebut juga dengan proses pengambilan gambar atau *shooting*. Dalam proses ini, sutradara berperan besar dalam mengarahkan program acara sehingga sesuai dengan apa yang diinginkan dan memperoleh minat dari pemirsanya. Pada program acara dakwah Mutiara Hati, proses produksinya dilakukan di dalam studio Khatulistiwa TV (*indoor*) dengan *settingan* dan wadrobe yang telah ditentukan dan dipersiapkan oleh tim kreatif.

Sedangkan proses pasca produksi dalam program acara dakwah Mutiara Hati meliputi kegiatan merapikan alat-alat yang telah digunakan setelah proses produksi, pembongkaran set, penyelesaian pembayaran, dan evaluasi program. Hal yang terpenting dalam proses pasca produksi ini adalah proses *editing*, proses inilah yang menentukan suatu tayangan layak atau tidak untuk dapat tayang di layar televisi. Akan tetapi, kualitas gambar yang ditampilkan oleh televisi lokal tidak dapat disejajarkan dengan tayangan yang ditampilkan televisi nasional mengingat

keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dan dana yang dimiliki oleh Khatulistiwa TV.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dalam pencapaian keberhasilan program acara dakwah Mutiara Hati ini diperlukan adanya dukungan dan perhatian penuh dari pimpinan Khatulistiwa TV terhadap program acara dakwah ini. Adanya dukungan dari Pemerintah Daerah Kota Pontianak baik dalam bentuk finansial maupun berupa fasilitas pendukung proses produksi, adanya dukungan dari beberapa kelompok kesenian yang ada di Pontianak, serta respon yang positif dari masyarakat Pontianak terhadap penayangan program acara menjadi hal yang penting dalam keberhasilan program acara.