

BAB II

PENELITIAN TERDAHULU

DESKRIPSI TRANS TV & PROGRAM “ISLAM ITU INDAH”

A. Penelitian Terdahulu

Sebatas pengetahuan peneliti belum pernah ada yang melakukan penelitian ini, akan tetapi terdapat kesamaan variabel terkait penelitian inidi beberapa penelitian terdahulu, diantaranya :

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Persamaan/Perbedaan
1.	“Strategi Kreatif Program Acara Alunan Nada Seribu Pulau Di TVRI Stasiun Maluku”	Frlia Nengsih Tuakia	2014	Persamaan : <ol style="list-style-type: none">1. Strategi kreatif program2. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta3. Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif Perbedaan : <ol style="list-style-type: none">1. Lokasi penelitian2. Objek penelitian
2.	“Strategi Kreatif Program Acara	Rifqi Rakhmat	2011	Persamaan : <ol style="list-style-type: none">1. Strategi kreatif program

	Musik Nyasar di Rolosan di Jogja TV Yogyakarta dalam Menarik Minat Penonton”			<p>2. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta</p> <p>3. Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif</p> <p>Perbedaan :</p> <p>1. Lokasi penelitian</p> <p>2. Objek penelitian</p>
3.	“Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi program dakwah Mama dan AA beraksi di Stasiun Televisi Indosiar”	Inayatul Fitriah	2014	<p>Persamaan :</p> <p>1. Strategi kreatif program</p> <p>2. Program Dakwah</p> <p>3. Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif</p> <p>Perbedaan :</p> <p>1. Lokasi penelitian</p> <p>2. Objek penelitian</p>

Selain data di tabel peneliti juga merujuk pada penelitian skripsi Aditya Krishna Bhaskara Martha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2015 dengan judul **Strategi Kreatif Program Acara “Mirip Sulap” dalam menarik minat penonton di ADITV Yogyakarta**. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah

penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode ini berisi daftar pertanyaan yang mencerminkan promosi program yang berada di ADiTV yang berbasis pendidikan dan bagaimana langkah untuk menarik minat audien.

Kemudian rujukan yang berikutnya mengacu pada skripsi Ahmad Evan Tantri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2013 dengan judul **Strategi Kreatif Program Acara Teatronik TVRI Dalam Meningkatkan Potensi Siswa Yogyakarta**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitiannya deskriptif. Teknik pengumpulannya juga masih menggunakan teknik wawancara yang berisi daftar pertanyaan yang mengacu pada strategi kreatif program acara dan peningkatan potensi kreatif siswa Yogyakarta.

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti tidak jauh berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu untuk mengetahui strategi kreatif program “Islam Itu Indah” dalam mempertahankan penonton Tahun 2016. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya deskriptif. Teknik pengumpulannya menggunakan teknik wawancara yang berisi daftar pertanyaan yang mengacu pada bagaimana strategi kreatif program “Islam Itu Indah” dalam mempertahankan penonton Tahun 2016.

B. PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV)

Gambar 2.1 : Gedung TRANS



(Sumber : Dokumen pribadi milik penulis, diambil 24 Februari 2016, 17:17)

Nama Perusahaan : PT. Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV)
Departement : Produksi II
Program : Islam Itu Indah
Divisi : Creative
Alamat : Jln. Kapten Tendean Kav 12-14 A, Mampang Prapatan,
Jakarta Selatan, 12790 Telp.(62-21) 791 77000
Fax : (62-21) 799 2600
Email : public.relations@transtv.co.id
Web : <http://www.transtv.co.id/>
<http://karir.transtv.co.id/>
Slogan : TRANS TV Milik Kita Bersama

1. Corporate Overview (Umum)

PT Televisi Transformasi Indonesia (TRANS TV) adalah stasiun televisi swasta di bawah naungan TRANS CORP dan dimiliki oleh Chairul Tanjung CORP yang mengudara secara Nasional di Indonesia. Memperoleh ijin siaran pada Oktober 1998 setelah dinyatakan lulus dari uji kelayakan yang dilakukan tim antar departemen pemerintah, kemudian mulai siaran resmi secara komersial pada 15 Desember 2001. TRANS TV selalu menayangkan tampilan, gaya, serta program yang inovatif, berbeda, dan kreatif sehingga menjadi *trendsetter* di industri pertelevisian. TRANS TV bersama TRANS7 dan Detikcom di bawah payung TRANSMEDIA, diharapkan dapat menjadi televisi terdepan di Indonesia, dengan program-program *in-house* productions yang bersifat informatif, kreatif, dan inovatif.

2. Sejarah Berdirinya TRANS TV

TRANS TV memperoleh ijin siaran Nasional pada Oktober 1998 setelah dinyatakan lulus dari uji kelayakan yang dilakukan tim antar departemen pemerintah, kemudian resmi siaran secara komersial pada 15 Desember 2001. Usahanya di bawah naungan TRANS CORP yang dimiliki oleh CT CORP. TRANS TV mulai mengudara secara teknis selama beberapa jam per hari di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang, dan Bekasi pada 22 Oktober 2001. Kemudian pada 25 Oktober 2001 mulai menyiarkan program bertajuk *Trans Tune-In* serta

siaran langsung upacara peresmian Bandung Supermall, sekaligus memperluas jangkauan siaran TRANS TV hingga wilayah Bandung dan sekitarnya. Program *Trans Tune-In* dikemas dengan gaya radio, yaitu dua pembawa acara menyuguhkan rangkaian video klip 33elev serta membawakan kuis interaktif guna memikat calon penonton dan memperkenalkan TRANS TV pada masyarakat. Selain itu, divisi *News* juga menyajikan program *Jelajah* yang berisikan paket-paket *feature*. Kemudian pada akhir 33elev para pecandu bola dapat menikmati siaran langsung kompetisi sepak bola Spanyol *La Liga*.

Seiring waktu berlalu, menara-menara pemancar di Yogyakarta yang mencakup kota Solo, Semarang, Surabaya, dan Medan secara berurutan mulai berfungsi sehingga makin memperluas jangkauan siaran TRANS TV di wilayah-wilayah utama Indonesia. Berkat perencanaan yang baik, TRANS TV dapat memperoleh alokasi frekuensi UHF yang rendah dibandingkan stasiun-stasiun 33elevise lain. Kanal frekuensi yang rendah tersebut memudahkan pemirsa mencari gelombang siaran TRANS TV. Pada 1 Desember 2001 *Trans Tune-In* berganti menjadi *Transvaganza* seiring dengan bertambahnya jam siaran TRANS TV. Dalam tahapan ini TRANS TV mulai menayangkan film-film asing serta program non drama berupa kuis berjudul *Tebak Harga*. Kuis ini merupakan adaptasi program kuis *The Price is Right* yang kondang sejak tahun 1970an dan telah ditayangkan di 22 negara. *Transvaganza* ditayangkan dari 1-14

Desember 2001 dan berisikan sampel program-program TRANS TV yang kemudian dapat diikuti pemirsa setiap minggunya mulai 18 Desember 2001 hingga 28 Februari 2002. Penambahan jam tayang secara bertahap tersebut akan memuncak pada 1 Maret 2002 saat TRANS TV mulai siaran penuh, yaitu 18 jam sehari pada hari Senin hingga Jumat dan 22 jam sehari pada hari Sabtu dan Minggu.

Sehubungan dengan bertambahnya jam tayang, maka bertambah pula program acara TRANS TV, di antaranya ialah *Euro, Digoda, KD, Sinema Gemilang, Diva Dangdut, Dunia Lain*. Sampai saat ini TRANS TV tetap konsisten memproduksi secara *inhouse* maupun menayangkan program-program dengan citra “*Trendsetter, Lifestyle, dan HBOnya Indonesia*” seperti *Extravaganza, Ceriwis, Termehek-mehek*, atau pun *Bioskop TRANS TV* yang menjadikan TRANS TV memiliki ciri khas tersendiri serta membedakannya dari stasiun-stasiun televisi lainnya.

3. Visi & Misi

Visi : Menjadi televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, memberikan hasil usaha yang positif bagi stakeholders.

Menyampaikan program-program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral budaya kerja yang dapat diterima oleh stakeholders serta mitra kerja.

Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

Misi : Wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi.

4. *Slogan TRANS TV*

Slogan TRANS TV “Milik Kita Bersama” yang menyesuaikan dengan penonton yang menjadi sasaran. Karena target pasarnya merupakan kelas ekonomi menengah ke atas. Arti dari slogan “Milik Kita Bersama” yaitu produknya milik bersama dari para penontonnya.

5. *Logo TRANS TV*

Gambar 2.2



Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Logo pertama Trans TV saat siaran percobaan dan mulai mengudara secara resmi (1 Agustus 1998–15 Desember 2005)



Gambar 2.3

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Logo kedua Trans TV (15 Desember 2001 – 15 Desember 2005)



Gambar 2.4

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Logo Trans TV versi abu-abu, sebagai logo *on-air* dan *jeda komersial* (15 Desember 2001 - 15 Desember 2013)



Gambar 2.5

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Ini adalah logo Trans TV yang tertera pada Mikrofon Reporter berita Trans TV sejak tahun 2005.



Gambar 2.6

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Ini adalah revisi dari Logo Trans TV. Logo ketiga Trans TV sebagai logo perusahaan (15 Desember 2005 - 15 Desember 2013)



Gambar 2.7

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Logo Trans TV yang digunakan sejak 15 Desember 2013. Logo keempat Trans TV (15 Desember 2013-sekarang)



Gambar 2.8

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Trans_TV

Ket : Logo Trans TV versi abu-abu yang digunakan sebagai logo *jeda komersial* (15 Desember 2013 - sekarang).

TRANSMEDIA, sebagai media terdepan di Indonesia yang selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi *trendsetter* untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru. Minggu, 15 Desember 2013 TRANSMEDIA me-*launching* logo baru bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12. Logo dengan simbol '**Diamond A**' ditengah kata TRANS TV merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, *diversifikasi* konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat. Masing-masing warna dalam logo ini memiliki makna dan filosofi. Warna **kuning** sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia.

Sedangkan rangkaian warna **hijau** menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna **biru** melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna **ungu**, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa. Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya didalam berlian berbentuk A ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru TRANSMEDIA ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah

semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.

6. *Manajemen TRANS TV*

Jajaran Direksi TRANS TV :

- DEWAN KOMISARIS -

Komisaris Utama : Chairul Tanjung

Komisaris : Chairal Tanjung
Ishadi S.K

- DEWAN DIREKSI -

Direktur Utama : Atiek Nur Wahyuni

Direktur Sales & Marketing : Atiek Nur Wahyuni

Direktur FRM & Corporate Services : Warnedy

Kepala Divisi Corporate Services : Latif Harnoko

Kepala Divisi News : Gatot Triyanto

Kepala Divisi Finance : Hannibal K. Pertama

Kepala Divisi Facilities Services : Latif Harnoko

Kepala Divisi Sales & Marketing : Arnie Yuliatiningsih

Kepala Divisi Promotion : Tedja Andarwan

Kepala Divisi Marketing Public Relations : A. Hadiansyah Lubis

Kepala Divisi Film, Drama & Sport : Emilka

Kepala Divisi Production : Emil Syarif

Gina Mayangsari

7. *Coverage Area*

Sejak awal, pembangunan TRANS TV dirancang untuk bisa beroperasi menggunakan teknologi digital penuh, mulai dari tahap pra produksi hingga tahap paska produksi dan siaran *on air*. Tetapi karena

sistem penyiaran di Indonesia masih menggunakan sistem analog, maka *output* yang bersifat digital akan diubah menjadi analog. Walaupun demikian, pemirsa TRANS TV akan menikmati tayangan audio visual yang lebih jernih dan tajam. Kelak jika sistem penyiaran di Indonesia sudah beralih ke sistem digital, TRANS TV hanya perlu memodifikasi pemancar-pemancarnya saja. Selain *output* yang lebih baik, teknologi digital juga menjadikan proses kerja dapat berjalan lebih efisien dan efektif. Peran kaset (*video tape*) nyaris hilang, karena semua materi produksi mengalir dari satu *server* keserver komputer lainnya melalui jaringan kabel optik yang terpasang di seluruh gedung. Seluruh studio juga terintegrasi satu sama lain sehingga memungkinkan siaran yang simultan.

Tabel 2.2 : Data Teknis & Jangkauan Stasiun Transmisi TRANS TV

Kota	Area Jangkauan	Frekuensi (UHF)	Pemancar (KW)	Tower (Meter)
Ambon	Ambon P. Seram	34	1	60
Balikpapan	Balikpapan Samboja Sungai Saluang Waru	24	1	60
Banda Aceh	Banda Aceh	30	1	60
Bandung	Kab. Bandung Kota Bandung Kota Cimahi	42	10	85
Bangka Belitung	Bangka Belitung (kerja sama dengan Pemda Kab. Bangka)		1	
Banjarmasin	Banjarmasin Martapura Anjirmuara Sungai Puntik	32	1	60

	Gambut			
Batam	P. Batam	45	1	100
Bengkulu	Kota Bengkulu	34	1	60
Cirebon	Kod. Cirebon Kab. Cirebon Kab. Indramayu Kab. Kuningan	40	5	100
Denpasar	Kod. Denpasar Kab. Gianyar Kab. Badung Kab. Tabanan Kab. Jembrana Kab. Klungkung Kab. Bangli Kab. Karangasem	43	5	125
Garut	Garut Tasikmalaya Ciamis	55	1	100
Jakarta	Jakarta Serang Karawang Bogor Bekasi Tangerang Depok Cikampek	29	80	250
Jambi	Jambi Muara Bulian Sengeti Tempino	29	1	60
Jayapura	Jayapura Abepura Wutong Genyem	32	1	60
Jember	Kota Jember Kota Lumajang Kota Bondosowo	56	2,5	80
Kediri	Kediri Blitar Tulungagung	41	1	60
Kupang	Kota Kupang Sulamu Pariti Babau Baun	52	1	42

	Sekalak Disina Batuinang			
Lampung	Bandar Lampung Tanjung Karang Batanghari Metro Panjang	26	1	60
Madiun	Kod. Madiun Kab. Madiun Kab. Magetan Kab. Ngawi Kab. Ponorogo Plaosan Nganjuk	50	5	100
Makassar	Makassar Pangkajene Maros Bantaeng Takalar Janeponto Gowa Bontosungo	45	15	100
Malang	Kab. Malang Kod. Malang Purwodadi Gondanglegi Batu	58	1	60
Manado	Manado Tondano Bitung P. Bunaken	24	1	100
Mataram	Mataram Selong Praya	34	1	60
Medan	Kod. Medan Kod. Binjai Kod. Tebing Tinggi Kab. Langkat Kab. Deli Serdang	27	20	85
Padang	Padang Solok Duku Lubuksulasih	29	1	60
Palangkaraya	Palangkaraya Tangkiling	45	1	45

	Bukit Rawi Tumbangnusa, Kerembangkirai			
Palembang	Kota Palembang Kab. Banyuasin Kab. Ogan Ilir Kab. OKI	30	15	100
Palu	Kod. Palu	33	1	60
Pekanbaru	Pekanbaru Bangkinang Tebing Tinggi Merbau Pantai Raja	24	1	60
Pontianak	Pontianak Mempawah Selam Bawang	27	1	60
Purwokerto	Purwokerto Purbalingga Banjarnegara Kebumen Cilacap Karangpucung	43	10	100
Samarinda	Samarinda Tenggarong Bontang Muara Badak	45	1	60
Semarang	Kab. Semarang Kod. Semarang Kab. Pekalongan Kod. Pekalongan Kab. Kudus Kab. Demak	29	20	125
Sukabumi	Kota Sukabumi Kab. Sukabumi	34	1	60
Sumedang	Kota Sumedang	37	1	60
Surabaya	Surabaya Bangkalan Mojokerto Sidoarjo Gresik Lamongan Kertosono Bojonegoro Tuban	22	30	200
Tegal	Tegal	57	10	100

	Pemalang Brebes Pekalongan Karanganyar Randudongkal Margasari Larangan			
Ternate	Ternate Tidore Halmahera	34	1	60
Yogyakarta & Solo	Kab. Yogyakarta Kab. Magelang Kod. Magelang Kab. Bantul Kab. G. Kidul Kab. Sleman Surakarta Sragen Karang Anyar Wonogiri Sukoharjo Klaten Boyolali	24	20	100
Keterangan: Kab – Kabupaten Kod – Kodya P – Pulau				

(Sumber : Dokumen HRD TRANS TV - Mas Anton,
pada 11 Maret 2016, 11:05)

8. *Bisnis*

a. *Target Audience*

Berdasarkan SES (*Social Economic Status*), TRANS TV membidik segmen pemirsa kelas menengah atas atau dalam istilah pemasaran dikenal sebagai kelompok ABC. Kelompok A adalah target audience yang memiliki pengeluaran rumah tangga sebesar Rp 3.000.001,- ke atas per bulannya, kelompok B adalah target

audience dengan pengeluaran Rp 1.500.001,- s/d Rp 2.000.000,- per bulannya, sedangkan kelompok C memiliki pengeluaran sesesar Rp 700.001,- s/d Rp 1.500.001,- per bulan.

b. Program Content

Pada dasarnya program TRANS TV menganut konsep *general entertainment* sehingga pemirsanya bisa menikmati berbagai tayangan hiburan drama maupun non drama serta tayangan berita.

- Tahun I : 60% program asing, 40% program lokal.
(50% dari komposisi program lokal merupakan produksi TRANS TV)
- Tahun II : 45% program asing, 55% program lokal.
- Tahun III : 30% program asing, 70% program lokal.
- Tahun IV : lebih dari 75% merupakan program lokal.

Kemudian di tahun VI, yaitu 2007, sampai dengan saat ini TRANS TV telah menayangkan 85% program produksi sendiri (*inhouse production*) dan 15% program beli (lokal maupun asing).

c. Distributor Program

Asing : Sony Pictures, Warner Brothers, Universal, FOX, Dreamworks, dan lain-lain.

Lokal : Multivision, Starvision, MD Entertainment, GMM Films, Teguh Bakti Multivisitama, dan lain-lain.

d. Investasi

TRANS TV dibangun dengan modal investasi sebesar Rp 600 milyar. Dana sebesar itu berasal dari CT CORP sejumlah Rp 300 milyar dan Rp 300 milyar sisanya berupa dana pinjaman komersial dari Bank Mandiri.

9. Sumber Daya Manusia

Teknologi seanggih apa pun tidak akan ada artinya tanpa dukungan sumber daya manusia yang memadai dan berkualitas. Oleh karena itu, TRANS TV aktif menjalankan *roadshow* ke kampus-kampus terkemuka di berbagai kota di Indonesia guna merekrut bakat-bakat terbaik. Sejak awal berdiri, pihak manajemen TRANS TV memang berencana merekrut sebagian besar karyawannya dari tenaga-tenaga yang baru lulus. Alasannya karena pihak manajemen yakin bahwa tenaga-tenaga muda ini akan memudahkan perusahaan membangun budaya kerja yang baru yaitu budaya kerja yang dinamis, serta akan menjadi sumber kreatifitas yang penuh gairah. Setelah lulus seleksi awal, para kandidat akan mengikuti **Broadcast Development Program** atau biasa disebut BDP, yaitu pelatihan teori *broadcast* di kelas selama tiga bulan dan pelatihan secara praktik selama tiga bulan selanjutnya.

Kurikulum pelatihan dirancang oleh para staf TRANS TV dengan penekanan pada isu kerjasama *team work* dan pemahaman

menyeluruh antar bagian. Pelatihan *broadcast* dalam skala yang begitu besar merupakan yang pertama kalinya dilakukan dalam sejarah pertelevisian Indonesia. TRANS TV juga merekrut tenaga-tenaga berpengalaman dari semua stasiun televisi swasta yang ada, namun jumlahnya tidak sebesar tenaga dengan latar belakang *fresh graduated*. Semua ini dilakukan guna mewujudkan visi TRANS TV untuk menjadi televisi terbaik dengan menyajikan program-program berkualitas dan turut serta meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

10. Fasilitas

Gedung TRANS TV dibangun dengan arsitektur neo klasik, terletak di atas tanah seluas \pm 2 hektar, berlokasi di Jalan Kapten Piere Tendean Kav. 12-14A, Jakarta 12790, dan merupakan gedung pertama di Indonesia yang dirancang khusus bagi stasiun televisi. Gedung sembilan lantai ini ditanam kabel-kabel, termasuk kabel serat optik, sepanjang 1300 meter guna mendukung sistem siaran digital yang digunakan TRANS TV. Tiga studio yang digunakan untuk memproduksi program-program *inhouse* drama maupun non drama terletak di **lantai pertama**. Studio tersebut adalah Studio 1 seluas 900 m² dengan kursi penonton permanen sejumlah 365 buah, Studio 2 dengan luas 600 m², dan Studio 3 seluas 400 m². Di **lantai 2** berlokasi Master Control Room (MCR) atau ruang kontrol utama sebagai

jantung operasi penyiaran TRANS TV yang dibangun dengan teknologi digital penuh.

Melalui teknologi tersebut maka MCR mampu beroperasi nyaris tanpa pita (*tapeless operation*). Selain MCR, pada lantai ini juga berlokasi ruang kontrol Studio 1, ruang kontrol Studio 2, ruang edit, *tape cassette library*, ruang logistik, dan ruang *wardrobe*. **Lantai tiga** merupakan markas besar divisi News TRANS TV serta bertempatnya satu studio berteknologi *Virtual Set* yang menggunakan *green screen* untuk menunjang siaran pemberitaan, yaitu Studio 5. Lantai bernuansa biru ini dirancang agar dapat beroperasi selama 24 jam sehari tujuh hari sepekan, sehingga dilengkapi dengan kamar-kamar tidur maupun kamar mandi yang terpisah bagi pria dan wanita. Di atas lantai tiga, yakni **lantai 3A**, terdapat ruang perpustakaan bagi karyawan, ruang *free-function* yang biasa digunakan sebagai ruang pertemuan maupun seminar, kemudian ruang *preview* yang selain berfungsi sebagai bioskop mini juga biasa digunakan untuk ruang pertemuan.

Tidak hanya itu, di lantai ini pula tempat beroperasinya departemen manajemen sumber daya manusia (Human Capital) dan departemen General Affairs dan departemen Procurement. **Lantai lima** dan **enam** digunakan oleh divisi News TRANS7, departemen promo on-air TRANS TV dan TRANS7 dan divisi Finance TRANS TV. Sedangkan divisi Produksi TRANS TV memanfaatkan **lantai**

tujuh dan **delapan**. Ruangan dengan rancangan unik dan melengkung terletak di **lantai sembilan**, lantai teratas gedung TRANS TV, didominasi oleh kaca agar menyajikan pemandangan yang lapang bagi penghuni ruangan. Para penghuninya yaitu Komisaris, Direktur Keuangan & SDM TRANS7, Tim Insert, Sekretariat, dan Talent Manajemen. Saat ini karyawan TRANS TV dan TRANS7 dari departemen Sales/Marketing, Traffic, serta divisi Programming berkantor di lantai 20 **Menara Bank Mega**, sebagai bagian kelompok bisnis CT CORP yang dimiliki oleh Bapak Chairul Tanjung.

11. *Filantropi dan Corporate Social Responsibility (CSR)*

Sebagai wujud kepedulian serta tanggung jawab terhadap lingkungan disekitarnya dan tanah air, TRANS TV telah menjalankan beberapa kegiatan sosial yang disalurkan oleh departemen Marketing Public Relations bagian Community Development. Salah satu wujud kegiatan tersebut ialah secara rutin memberikan bantuan perbaikan dan pembangunan sarana fisik termasuk pendirian tempat ibadah di beberapa kota, pendirian taman bermain, dan perpustakaan. Tanggung jawab TRANS TV terhadap tanah air direalisasikan dengan membantu Solidaritas Istri Kabinet Indonesia Bersatu (SIKIB) dalam membangun asrama dan sekolah “Selamatkan Tunas Bangsa” untuk usia SD di lokasi Pesantren Tengku Cik Oemar Diyan, Indrapuri, Aceh Besar pada tahun 2005. Ketika terjadi bencana gempa dan tsunami, TRANS TV

membangun Rumah Anak Madani (RAM) sebagai wisma bagi anak-anak korban gempa dan tsunami yang terletak di Jalan Raya Veteran, Kebun Helvitia, Pasar 7, PTPN II – Medan, Sumatera Utara.

Pada 5 Februari 2005 Wakil Presiden RI, Bapak Jusuf Kalla melakukan peletakan batu pertama sebagai tanda dimulainya pembangunan RAM, yang kemudian diresmikan pada bulan Desember 2005 dan telah menampung lebih dari 300 anak. Pembangunan RAM tersebut merupakan hasil sumbangan pemirsa TRANS TV melalui program “Dompet Amal TRANS TV”. Selain itu, total dana sebesar Rp 5 miliar tersebut juga berasal dari sumbangan beberapa donatur, baik berupa uang maupun bahan bangunan. Selama pembangunan RAM, TRANS TV menyalurkan lebih dari 200 ton bantuan pemirsa berupa bahan makanan dan pakaian layak pakai ke Aceh. Ketika terjadi gempa di daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah, TRANS TV menunjukkan tanggung jawab sosialnya dengan mendirikan lima buah posko sebagai sarana penyaluran bantuan bagi para korban.

Dana sebanyak lebih dari Rp 2 milyar yang telah terkumpul melalui program “Dompet Amal TRANS TV” digunakan untuk membangun sarana ibadah dan sekolah di Yogyakarta dan Jawa Tengah, yakni Masjid Al-Wahda, Masjid Jamaul Waro, Masjid Baiturrohman, Masjid Nurul Hidayah, Mushollah Al-Huda, Mushollah Al-Ikhlas, Mushollah An-Nur, Mushollah Al-Hikmah, SDN Bawuran, SDN Ngaglik, SDN 1 dan 2 Sawahan, TK Kuncup Harapan, TK Tunas

Harapan 1, dan SDN 1 Baturan. Pada Februari 2007 program sosial lain yang telah dikembangkan ialah “TRANS Corp Peduli Banjir” sehubungan dengan bencana banjir yang sering terjadi saat itu. Bantuan dari para donatur dan juga pemirsa TRANS TV mulai berdatangan sejak awal terjadinya musibah tersebut, pendistribusian bantuan pun dilakukan ke berbagai wilayah di Jabodetabek.

Bantuan berupa mie instan, makanan siap saji, biskuit, air mineral, makanan bayi, pakaian, obat-obatan, hingga kasur dan selimut disalurkan ke berbagai daerah yang terkena musibah seperti daerah Mampang, Rawajati, Kalibata, Pengadegan, Pancoran, Cawang, Ciledug, Cipinang, Koja, Kelapa Gading, Cengkareng, dan Bogor. Ketika pendistribusian bantuan dilakukan, banjir di daerah-daerah tersebut masih belum surut dan hampir semua warga yang terkena musibah masih berada di tempat pengungsian, baik di masjid, lapangan, maupun stadion. Tim *Ceriwis* juga turut melaksanakan bakti sosial di daerah Kalibata dengan menyumbangkan makanan, minuman, mie instan, dan alat kebersihan sehingga bisa turut membantu meringankan beban warga daerah Kalibata yang terkena musibah. Sembari meliput berita di daerah-daerah banjir, rekan-rekan dari divisi News juga pro aktif dalam menggalang serta menyalurkan bantuan berupa bahan makanan dan pakaian. Selain itu, TRANS TV turut mendampingi dan *mensupport* tim PMI dalam tahap *recovery* kesehatan paska banjir. Salah satu program yang telah dilakukan

yaitu penyemprotan anti nyamuk, virus dan wabah di daerah Palmerah, Jakarta Barat.

Pada Maret 2009 Indonesia kembali dilanda duka, bencana banjir dan longsor menimpa Situ Gintung, kemudian gempa berkekuatan 7,6 SR menimpa Padang Sumatera Barat pada September 2009. Sehubungan dengan itu, TRANS TV bekerja sama dengan PMI menyalurkan bantuan kepada para korban bencana di Situ Gintung dan Padang. Tak hanya itu, TRANS TV juga menyalurkan sumbangan uang tunai total Rp 20 juta untuk membantu pemulihan pasca gempa di Tasikmalaya, tepatnya Rp 10 juta disalurkan kepada Panti Asuhan Yayasan Taman Harapan, kemudian Rp 10 juta disalurkan ke Pesantren Riyadlul Ulum Wadda'wah, Tasikmalaya. Periode tahun 2010-2011 TRANS TV merenovasi delapan SD Negeri di Sumatera Barat yang rusak karena gempa; empat SD berlokasi di Padang, sedangkan empat lainnya terletak di Kabupaten Padang Pariaman. Selain itu, TRANS TV juga melaksanakan pembangunan sumur dalam yang bertujuan mencari sumber air bersih yang dapat membantu para korban letusan Gunung Merapi.

Sehubungan dengan paska bencana banjir bandang di Wasior, Papua Barat, TRANS TV menyumbangkan dua pompa air beserta dua unit mobil tangki air bersih agar para korban bencana mendapatkan tambahan suplai air bersih. Kemudian pada Agustus 2011, TRANS TV mendonasikan satu unit mobil Donor Darah untuk

Pengurus Pusat PMI di Jakarta yang diterima oleh Bapak M. Jusuf Kalla selaku Ketua Umum. Program kepedulian TRANS TV tidak hanya terbatas pada bantuan musibah dan bencana alam, tetapi juga meliputi program reguler. Secara rutin setiap bulan puasa diadakan acara “Buka Puasa bersama Anak Yatim Piatu”, di mana beberapa Panti Asuhan akan diundang ke TRANS TV secara bergantian setiap tahunnya. Dana hajatan tersebut berasal dari sumbangan zakat para karyawan TRANS TV yang dikumpulkan selama bulan Ramadhan. Selain itu pada tahun yang sama, Dompot Amal TRANS CORP telah memberikan donasi bagi masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya untuk korban letusan Gunung Merapi berupa pembuatan sumur dalam di 5 (lima) titik desa.

Bantuan ini diharapkan dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat terhadap air bersih. Selanjutnya pada tahun 2012, TRANS TV telah melakukan peninjauan ke lokasi paska musibah letusan Gunung Merapi, salah satunya adalah SMKN 1 Salam Muntilan Magelang, Jawa Tengah. SMKN 1 Muntilan membutuhkan beberapa perbaikan dan pembangunan 5 (lima) buah bangunan yaitu Asrama Putra, Asrama Putri, Laboratorium Peternakan, Laboratorium Multimedia dan perluasan Musholla untuk mengatasi terhambatnya kegiatan belajar. Pada hari Selasa 19 Juni 2012, telah dilaksanakan Peresmian SMKN 1 Salam Muntilan Magelang, Jawa Tengah. Prosesi tersebut salah satunya diwakili oleh Komisaris TRANS CORP Bpk.

Ishadi S.K Pembangunan sarana pendidikan yang menelan biaya ± Rp. 3.000.000.000 (tiga milyar rupiah) ini diharapkan dapat membantu kegiatan belajar mengajar yang lebih optimal bagi masyarakat Magelang dan sekitarnya. Program pembangunan ini telah selesai dalam kurun waktu 6 (enam) bulan.

Berawal dari rasa kepedulian TRANS TV terhadap pendidikan yang sempat terkikis akibat bencana banjir tsunami beberapa tahun lalu, maka didirikanlah CT Foundation. Terbagi atas kegiatan perekrutan tenaga pengajar, memberikan training kepada guru-guru, perekrutan siswa-siswi berprestasi yang berasal dari keluarga tidak mampu di seluruh pelosok Sumatera Utara. Pada awal tahun 2013, TRANS TV memberikan donasi kepada korban banjir di daerah DKI Jakarta. Awal tahun 2013, ibukota Jakarta diguyur hujan deras dan mengakibatkan bencana banjir yang menenggelamkan rumah warga, sekolah dan seluruh infrastruktur. Membuat masyarakat terhenti mobilitasnya dan mengalami banyak kerugian. Pada hari Rabu tanggal 23 Januari 2013, TRANS TV resmi memberikan bantuan obat-obatan ke posko banjir di daerah Pluit. Dengan harapan bisa membantu para masyarakat yang terkena gangguan kesehatan akibat bencana banjir yang menimpa mereka. Program CSR reguler lainnya yaitu kegiatan “Donor Darah” yang diadakan setiap tiga bulan sekali. Bekerja sama dengan tim PMI,

TRANS TV mengajak seluruh karyawan untuk secara rutin menyumbangkan darahnya demi kesehatan dan kepedulian sosial.

12. Penghargaan

Sejak awal berdiri, telah banyak penghargaan yang didapatkan TRANS TV dari berbagai media dan institusi, yaitu:

Tabel 2.3 : Data Penghargaan TRANS TV

Tahun	Penghargaan
2014	World Class Quality Achievement 2013 – 5 Star Quality Product 2013 Versi Majalah MIX-Marketing Communications Kategori Stasiun Televisi
	CORPORATE IMAGE (IMAC) AWARD 2014 Survei oleh Frontier Consulting Group Kategori National Television ‘Excellence in Building and- Managing Corporate Image’
	Global Customer Satisfaction Standard SWA Marketing Award
2013	CITRA PARIWARA AWARD 2013 TV STATION of The Year
	CNN Television Journalist Award 2013 Runner Up of The Best Single News Story Award Judul : Orang Utan Terbakar
	KPID BALI AWARD 2013 Kategori Program Berita : REPORTASE
	ANUGERAH PELANGI 2013 INDONESIAN ASSOCIATION OF CHILD-FRIENDLY COMPANIES Perusahaan Layak Anak Indonesia Peringkat PRATAMA
2012	CORPORATE IMAGE (IMAC) AWARD 2013 Survei oleh Frontier Consulting Group Kategori National Television ‘Excellence in Building and- Managing Corporate Image’
	PERUSAHAAN MEDIA PENDUKUNG ASI 2012 ASOSIASI IBU MENYUSUI INDONESIA (AIMI) dan ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN (AJI)
	KPID AWARD Kalimantan Selatan 2012

	<p>Program Reportase TRANS TV meraih penghargaan untuk 2 kategori, yaitu : berita bulletin dan berita features</p> <p>INDONESIAN ASSOCIATION OF CHILD-FRIENDLY COMPANIES PT. Transformasi Televisi Indonesia sebagai Perusahaan Pelopor Penerapan Prinsip dan Kriteria Perusahaan Layak Anak 2012</p> <p>CORPORATE IMAGE (IMAC) AWARD 2012 Survei oleh Frontier Consulting Group Kategori National Television ‘Excellence in Building and-Managing Corporate Image’</p>
2011	<p>ANUGRAH PEWARTA WISATA INDONESIA 2011 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Pemenang Ketiga Kategori Media Televisi : <i>Jelajah episode Legenda Sang Raja “Komodo”</i></p> <p>MARKETEERS AWARD : INDONESIA BRAND CHAMPION 2011 Indonesia’s Most Favorite Netizen Brand 2011 : <i>TRANS TV</i></p> <p>DOMPET DHUafa AWARD 2011 Kategori Media dengan Program Reality Show Inspiratif : <i>John Pantau</i></p> <p>CORPORATE IMAGE (IMAC) AWARD 2011 Survei oleh Frontier Consulting Group Kategori National Television ‘Excellence in Building and-Managing Corporate Image’</p> <p>Penghargaan Nasional HKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) 2011 TRANS TV sebagai media televisi yang memiliki program tayangan dengan muatan pemberian informasi mengenai pelanggaran HKI: <i>Reportase Investigasi</i></p> <p>KPI AWARD 2010 Program Anak-Anak Terbaik: Kado Istimewa episode “Merah Putih di Tengah Kebun Teh” *diberikan pada 24 Maret 2011*</p>
2010	<p>CITRA PARIWARA 2010 “Gold Award” Movie Promo Category: Spiderman Wayang</p> <p>2010 PROMAX ASIA Best Promo Not Using Programme Footage - Spider Puppet Show Bioskop TRANS TV “Spiderman”</p> <p>THE BEST CEO INDONESIA 2010 Survey by SWA Magazine Direktur Utama TRANS TV: Bpk. Wishnutama</p> <p>MARKETEERS AWARD: INDONESIA’S MOST FAVORITE NETIZEN BRAND 2010 “Brand Favorit” Kategori Television</p> <p>ANUGERAH PEDULI PENDIDIKAN</p>

	<p>oleh Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia TRANS CORP: Perusahaan yang Peduli Pendidikan</p> <p>PANASONIC GOBEL AWARDS 2010</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program Feature Terfavorit: Griya Unik 2. Program Kuis & Game Show Terfavorit: Gong Show 3. Pelawak Terfavorit: Olga Syahputra (Saatnya Kita Sahur)
2009	<p>PANASONIC AWARDS 2009</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program Reality Show Terfavorit: Termehek-Mehek 2. Program Komedi Terfavorit: Extravaganza 3. Program Kuis & Game Show Terfavorit: Gong Show 4. Program News Magazine Terfavorit: KPK (Kumpulan Perkara Korupsi) 5. Presenter Infotainment Terfavorit: Cut Tary (Insert) 6. Pelawak Terfavorit: Olga Syahputra 7. Presenter Reality Show Terfavorit: Ruben Onsu (Happy Family) <p>FESTIVAL FILM BANDUNG 2009 Sinetron Lepas Terpuji: Bioskop Indonesia “Baju Seragam Anak Pemulung”</p> <p>SWA Sembada Word of Mouth Marketing Award (Most First Recommended Brand 2009) TRANS TV : First Winner in Broadcast Television Category</p> <p>KPID JAWA BARAT TRANS TV: Diversity of Content</p> <p>LOMBA JURNALISTIK 2009 oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) “Juara II” Kategori Jurnalis Televisi</p>
2008	<p>CITRA PARIWARA 2008</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Best of 2008: TV Station for Inhouse Advertisement of The Year 2008 2. Gold Award: Promo Badminton “Juice is Deuce” 3. Silver Award: Promo Bioskop “Loket Sepi” 4. Silver Award: Promo Badminton “Single or Double?”
2008	<p>XY Kids Program Anak Favorit: Akhirnya Datang Juga</p>
2007	<p>KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) AWARD 2007 Program Televisi Anak-Anak Terbaik: Surat Sahabat</p> <p>WATER AND SANITATION PROGRAM (WORLD BANK) Best Sanitation Reporting Award in East Asia Ministerial Conference on Sanitation and Hygiene (EASAN) 2007 Media Competition : Cerita Anak</p> <p>ANUGERAH PESONA WISATA INDONESIA 2007 “Terbaik I” Kategori Media Televisi: Jelajah</p> <p>PANASONIC AWARDS 2007</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program Talkshow Terfavorit: Ceriwis

	<p>2. Program Komedi Terfavorit: Extravaganza 3. News Magazine Terfavorit: Jelang Siang</p>
	<p>CAKRAM Kategori Televisi Nasional Terbaik 2006</p>
	<p>SERTIFIKAT ISO 9001 : 2000 Broadcast System 1. Dept. Promo On Air 2. Unit Marketing PR 3. Dept. IT 4. Unit Corporate Legal</p>
	<p>ISAS BC Pengakuan Standard Operating Procedures (SOP) untuk “Integrated Broadcast System” pertama di dunia</p>
	<p>PERTAMINA PRESS AWARD Feature TV: Reportase</p>
	<p>MARKETING MIX 1. 2nd Biggest Number of Audience: Extravaganza Roadshow 2. 2n Best in Coverage: Extravaganza Roadshow 3. 3rd Best in Interaction: Extravaganza Roadshow</p>
2006	<p>PANASONIC AWARDS 2006 1. Program Current Affair Terfavorit: Kejamnya Dunia 2. Program Komedi/Lawak Terfavorit: Extravaganza 3. Program Anak-Anak Terfavorit: Dapur Klok-Klok</p>
	<p>PENGHARGAAN JAWA POS Grup Lawak Terfavorit 2006: Variety Show Extravaganza</p>
	<p>SERTIFIKAT ISO 9001 : 2000 1. Unit Procurement 2. Divisi HC 3. Divisi GS 4. Divisi Programming</p>
2005	<p>PANASONIC AWARDS 2005 1. Program Talkshow Terfavorit: Ceriwis 2. Presenter Talkshow Terfavorit: Indy Barends “Ceriwis”</p>
	<p>ANUGERAH KEBUDAYAAN 2005; KEMENTERIAN KEBUDAYAAN & PARIWISATA 1. Kategori Acara Anak: Surat Sahabat 2. Nominasi Kategori Features: Jelajah</p>
	<p>THE ASIA PACIFIC BROADCASTING UNION (ABU) / CASBAA UNICEF Child Rights Award 2005 Anugerah Kebudayaan untuk Acara Anak: Surat Sahabat episode “Daman Anak Dayak Ngaju”</p>
2005	<p>FSETIVAL FILM INDONESIA (FFI) Kategori Dokumenter Special Jury Prize: Hitam Putih</p>

	<p>SERTIFIKAT ISO 9001 : 2000</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revenue Cycle <ol style="list-style-type: none"> a. Divisi Sales & Marketing b. Divisi Finance & Resource Development 2. Inhouse Production <ol style="list-style-type: none"> a. Divisi Produksi b. Divisi News c. Divisi Production & Technical Services d. Dept. Budget Management Accounting
2004	<p>ASIAN TELEVISION AWARD 2004</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kategori Best Reality Program: Dunia Lain “Lawang Sewu” 2. Nominasi Best Music Program: Diva Dangdut Nirwana
	<p>FOR ALL NATION (FAN) CAMPUS Kategori Media Elektronik Peduli Narkoba</p>
2003	<p>CAKRAM Kategori Televisi Nasional Terbaik 2002</p>
2002	<p>CAKRAM Kategori Media Pemandang Potensial</p>

13. Program TRANS TV

Gambar 2.9 : Kategori Program



Sumber : <http://www.transtv.co.id/index.php/programs#.V6GJmNJ97IU>, diakses pada 03-08-2016, 13:06

Tabel 2.4 : Program-Program TRANS TV

No.	Programs Category	Nama Program
1.	Special Programs	<ul style="list-style-type: none"> • Sinema Spesial Liburan • Sinema Spesial Keluarga • Gaya Lelaki
2.	Movies & Drama	<ul style="list-style-type: none"> • Bioskop TransTV • Sinema Dini Hari • Mr. Bean • Bioskop TRANSTV Spesial • Indonesia Punya Cerita • Lovepedia • Ujian Cinta
3.	Comedy & Variety	<ul style="list-style-type: none"> • Food and Fashion • Demen Makan • 24 Jam • Bro & Bray • A Night With Judika • Sosmed Sensation • A Night to Remember • Instawa • Music Room
4.	Travel & Lifestyle	<ul style="list-style-type: none"> • Celebrity On Vacation • Survivor • My Trip My Adventure • Rahasia Dapur Nenek • Ikon Kuliner Nusantara • The Project • Healthy Life • The Transmart • Cerita Perempuan

5.	News & Light Info	<ul style="list-style-type: none"> • DR OZ • Rumpi (No Secret) • Live with Trio Lestari • Ibu Pintar • CNN Indonesia News Report • CNN Indonesia Prime • CNN Night News • Tanpa Batas • CNN Indonesia Tech News • CNN Indonesia Showbiz • Good Morning • Investigasi
6.	Religious	<ul style="list-style-type: none"> • Islam Itu Indah • Mozaik Islam • Berita Islami Masa Kini • Ummat • Berita Islami Siang
7.	Reality & Game Show	<ul style="list-style-type: none"> • Mission X • Janji Suci Raffi & Gigi • Katakan Putus • Diary Laudya Cynthia Bella • Incredible Stories • Bocah Pejuang
8.	Infotainment	<ul style="list-style-type: none"> • Insert Pagi • Insert • Insert Update.

Sumber : <http://www.transtv.co.id/index.php/programs#.V6GJmNJ97IU>,

diakses pada 03-08-2016, 13:06

C. Program “Islam Itu Indah”

1. Sejarah “Islam Itu Indah”

Gambar 2.10 : Ustadz Maulana sebagai Narasumber



Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Nur_Maulana
di akses pada 20-12-2016

Gambar 2.11 : Ustadzah Oki Setiana Dewi sebagai Narasumber



Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Oki_Setiana_Dewi
di akses pada 20-12-2016

Gambar 2.12 : Ustadz Syamsuddin Nur sebagai Narasumber



Sumber:https://www.google.co.id/search?q=ustadz+syamsuddin+nur&biw=1366&bih=613&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi3yLvO2ILRAhUDMY8KHQudC1QQ_AUICSgC#imgrc=nnW2UXPQ1FCOpM%3A di akses pada 20-12-2016

Gambar 2.13 : Akhmad Fadli sebagai *host*



Sumber:https://www.google.co.id/search?q=akhmad+fadli&biw=1366&bih=613&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiFg9712YLRahXHQ48KHXwjA-gQ_AUICCgB#imgrc=q7kVnrQaTENHfM%3A, di akses pada 20-12-2016

Gambar 2.14 : Foto bersama Narasumber, *Host* Dan Nash



(Sumber : Instagram @rismawanda999, 14 Mei 2016, 17:17)

Pada Tahun 2010 TRANS TV berencana membuat program acara tayangan rohani Islam. Program acara ini bentuknya ceramah Islami dengan konsep yang ringan, *interaktif*, tidak menggurui namun bisa menggambarkan Islam secara indah dan bukan Islam sebagai sesuatu yang kaku, dengan penceramah Ustadz yang memiliki ciri khas sendiri. Ustadz-ustadz yang saat itu sudah banyak dikenal masyarakat, dirasa kurang memenuhi kriteria yang diinginkan. Wishnutama, selaku direktur TRANS TV waktu itu menemukan rekaman di *youtube* dengan *title* ceramah lucu. Rekaman tersebut berisi seorang Ustadz dari Makassar yang sedang

bertausiyah di acara takziah, namun dengan pembawaan yang sangat menarik, segar dan menghibur. Sosok inilah yang sedang dicari oleh pihak TRANS TV, karena dianggap bisa memenuhi kriteria. Selanjutnya, tim produksi bertugas mencari tahu siapa beliau, mulai dari nama beliau dan contact personnya. Setelah melalui pencarian, *interview* dengan beberapa orang yang mengaku-ngaku sebagai Ustadz Maulana, akhirnya tim produksi yakin pada satu orang yang benar-benar Ustadz Maulana. Kemudian mengundangnya ke Jakarta untuk langsung melakukan syuting pilot program (**Sumber : Hasil Wawancara dengan Gina Herlianawati selaku produser 11 Maret 2016**).

Pada bulan Oktober Ustadz Maulana datang ke Jakarta dan langsung melakukan syuting pilot pertama. Akhirnya pada tanggal 12 desember 2010 untuk pertama kalinya program yang bernama “Islam Itu Indah” *on air* di TRANS TV. Awal mulanya Ustadz Maulana di “Islam Itu Indah” sendiri dan bertahan selama tiga tahun. Jadi judul awal sebenarnya itu dulu ceramah lucu karena diadaptasi dari ceramah yang dilihat dari *youtobe* dan Ustadz Maulana ceramahnya lucu-lucu. Namun Ustadz Maulana berkata “tidak selamanya itu lucu coba lihat diakhirnya, ada makna bagus yang bisa di ambil”. Jadilah penceramah Islam Itu Indah. Jadi nama Islam Itu Indah dari Ustadz Maulana (**Sumber : Hasil Wawancara dengan Gina Herlianawati selaku produser 11 Maret 2016**).

Awal mulanya program ini memang hanya Ustadz Maulana saja, tidak ada *host* ataupun narasumber lainnya. Setelah tiga tahun berjalan, datanglah Akhmad Fadli sebagai *host*. Karena sebuah program membutuhkan *refreshments* dan penambahan item untuk memperkaya materi. Akhirnya diputuskan menambah seorang *host* untuk menjadi teman berdialog Ustadz. Fadli yang menjadi *host*, Ustadz Maulana yang bertaushiyah. Kemudian di tahun berikutnya sesuai dengan kebutuhan agar menambah variasi materi syuting diputuskan untuk menambah Ustadzah Oki Setiana Dewi. Tahun ke-4 Ustadzah Oki masuk menjadi narasumber dan di tahun berikutnya (tahun ke-5) masuklah Ustadz Syamsuddin Nur sebagai narasumber. Ketiga narasumber tersebut memiliki ciri khas masing-masing diantaranya, Ustadz Maulana dengan ciri khas tausiyahnya, kemudian Ustadzah Oki dengan ciri khas bercerita sejarah-sejarah dari Al-quran, kemudian Ustadz Syam dengan ciri khas murotal. Program “Islam Itu Indah” memiliki narasumber dari segi pemikiran maupun penyampaiannya laki-laki ada Ustadz Maulana, perempuan ada Ustadzah Oki dan dari sisi anak remaja ada Ustadz Syam (**Sumber : Hasil Wawancara dengan Ustadz Maulana sebagai Narasumber, 11 Maret 2016**).

Jadi sebenarnya begini, Islam itu harus diberitahukan, diperjelas oleh *host* kemudian ada namanya dalil naqli dan dalil aqli yang berupa pemikiran, karena penonton “Islam Itu Indah” tidak hanya di Jakarta saja akan tetapi seluruh Indonesia maka Ustadz Maulana menggunakan dalil

aqli. Kemudian ada dalil naqli itu berdasarkan dari Al-quran dan hadis. Kebetulan ada Ustadz Syam yang hafal Al-Qur'an. Konflik itu ada juga yang dari pemikiran sosok kasih sayang seorang wanita. Ada bentuk ilmu memang sosok perempuan yang cocok tidak boleh laki-laki yang membahasnya, maka dari itu dihadirkanlah sosok Ustadzah Oki. Alhamdulillah secara wanita Ustadzah Oki kalau membawakan sebuah cerita sejarah-sejarah enak untuk didengar. Karena ini *give* jadi tidak semua orang bisa bercerita dan enak untuk didengar. Ustadzah Oki ini mengangkat cerita-cerita sejarah dari Al-qur'an itulah yang menjadi kelebihan dari Ustadzah Oki, dari Al-qur'an lalu dituangkan kembali. Beda halnya dengan Ustadz Syam yang mengambil kisah-kisah *inspiratif* dari *inspirasi* orang-orang yang lebih baru (**Sumber : Hasil Wawancara dengan Ustadz Maulana sebagai Narasumber, 11 Maret 2016**).

Program ini tayang setiap hari Senin - Jumat dengan durasi 30 menit, kemudian menjadi setiap hari Senin - Minggu dengan durasi 30 menit, kemudian dengan hasil yang baik dan banyaknya permintaan penambahan durasi akhirnya durasi menjadi 1 jam. Perkembangan selanjutnya durasi bertambah lagi menjadi 1.5 jam. Konsep awalnya selama tiga tahun itu dari mesjid ke mesjid, satu hari itu hampir tiga episode dua sebelum dzuhur, satu lagi setelah dzuhur. Cuma waktu itu syutingnya hanya 3 hari yaitu hari Selasa, Rabu, dan Kamis, dengan format *taping*. Perkembangan selanjutnya sesuai kebutuhan materi, maka syuting dipindahkan ke studio dengan format syuting *live*. Dengan format

live, materi bisa lebih berkembang, mengikuti isu terhangat dan bisa berinteraksi langsung dengan jamaah di rumah (**Sumber : Hasil Wawancara dengan Gina Herlianawati selaku produser, 11 Maret 2016**).

2. *Visi & Misi dan Tujuan*

Menjadikan program “Islam Itu Indah” sebagai tontonan yg dinanti oleh para pemirsa, menghibur namun tetap mendidik tanpa menggurui dan memberikan ilmu agama yang berguna untuk mengatasi masalah kehidupan sehari-hari. Menyajikan program agama dalam bentuk tausyiah dengan penyampaian yang lebih ringan tanpa menggurui tanpa mengurangi esensi dari tujuan utamanya (**Sumber : Hasil Wawancara dengan Gina Herlianawati selaku produser 11 Maret 2016**).

3. *Struktur Organisasi*

Kolom bagian A merupakan struktur *crew* “islam itu indah” ketika penulis awal magang. Dipertengahan jalan mengalami perubahan formasi dimana dijelaskan pada kolom bagian B. Didalam kolom terlihat bahwa posisi anak magang berada dibawah bimbingan *Creative* atau *Production Assistant* (PA). Tergantung dimana posisi anak magang tersebut ditempatkan. Kalau anak magang itu posisinya dibagian *creative* dia berhubungan dan dibimbing langsung dengan *creative*. Begitu pula dengan anak magang yang posisinya sebagai *Production Assistant* (PA) dia akan

berhubungan dan dibimbing langsung dengan *Production Assistant* (PA). Anak magang diberikan pilihan untuk memilih dibagian *creative* atau *Production Assistant* (PA). Berikut merupakan bagan dari stuktur organisasi di program “islam itu indah” :



