# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Profil Tempat Kerja Praktek

### 2.1.1 Sejarah Instansi

MQTV merupakan singkatan dari Manajemen Qolbu Televisi. Berdiri pada bulan Juni 2002 di lingkungan Pesantren Daarut Tauhiid Bandung yang beralamat di Jl. Pak Gatot IV No. 55 Bandung. Pada awal berdirinya, MQTV merupakan sebuah lembaga pendokumentasian ceramah-ceramahnya KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) yang mengusung tema tentang konsep-konsep Manajemen Qolbu. Seiring dengan semakin banyaknya undangan ceramah Aa Gym untuk stasiun televisi, maka terbentuklah MQTV sebagai sebuah Rumah Produksi (*Production House*). Pada awal pendiriannya MQTV mempunyai tenaga berjumlah 10 orang.

Memasuki tahun 2003, dengan perkembangannya MQTV sebagai Rumah Produksi, Sumber Daya Manusia yang terlibat menjadi 45 orang, 5 orang Manajemen, 23 orang tenaga Animator, dan 18 orang sebagai staff Administrasi dan Produksi, sehingga selama tahun 2003 *Brand* MQTV semakin dikenal di dunia pertelevisian nasional (*Broadcasting*).

Pada tahun 2004, Alhamdulillah MQTV sudah menjadi sebuah Perseroan Terbatas (PT). Dengan demikian diharapkan MQTV menjadi Perusahaan *Broadcast* yang Profesional.

Tahun 2005, Program-program MQTV telah banyak mengisi acara dihampir seluruh televisi nasional.

Pertengahan Tahun 2006, tepatnya pada tanggal 23 Juli 2006, MQTV telah menjadi sebuah stasiun penyiaran untuk lokal, khususnya Bandung Raya, dengan mulai mengadakan siaran percobaan. Pada tanggal 27 Agustus 2006, MQTV mengadakan *Launching* sebagai Stasiun Penyiaran Lokal MQTV.Dengan kekuatan 105 orang terus bersiaran sampai tahun 2007. Memasuki tahun 2008 MQTV mengalami pasang surut, sehingga kekuatan SDM tinggal 14 orang, tetapi sampai 2009 MQTV masih bersiaran dengan baik.

### 2.1.2 Logo Instansi

**Logo Berwarna untuk Cetakan dan Super impose Televisi**




**Logo Berwarna tanpa tagline**




**Logo berwarna hitam putih**




**Gambar 2.1 Logo Perseroan PT.MQTV Bandung**

**Warna Biru**, melambangkan kesejukan, persahabatan, perdamaian sehingga diharapkan MQTV ini menjadi pembawa kebenaran yang akan menyejukan masyarakat khususnya masyarakat Indonesia.

**Huruf MQTV** kokoh dan Italic, mengartikan bahwa MQTV ini mempunyai visi dan misi yang kuat dalam menyampaikan kebenaran namun dengan strategi yang tepat dengan menghadirkan program yang mengangkat syriat dan nilai-nilai Islam yang mengusung nilai universal dan sederhana.

**Dibawah huruf MQTV** ada slogan Sahabat Penyejuk Hati, Memberikan kejelasan bahwa MQTV hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai sahabat penyejuk hati dimana kalau sudah menjadi sehabat MQTV akan menjadi tempat saling memberi dan menerima kebaikan dan kesejukan.

**Huruf Q biru bening** , merupakan akumulasi berjuta sinar yang menggumpal membentuk huruf Q memeberikan arti bahwa MQTV ini akan mencetak biru prestasi di dunia sebagai pembawa dan penyampai risalah Rosulullah SAW. Dan mencerminkan perusahaan yang berjiwa dinamis, profesional dan semangat kebersamaan.

### 2.1.3 Badan Hukum Instansi

**Nomor Akta Notaris**

Nomor 7 tanggal 19 November 2002 Notaris Siti Mardiyah Mubarik, SH. Dengan SK Menkeh dan HAM RI No.C-659. HT. 03.02.Th.2000.

**Nomor Surat Keterangan Domicili Perusahaan**

Nomor 06/DP/III/2004

**Nomor Pengusaha Wajib Pajak (NPWP)**

Nomor 02.244.398.0-428.000

**Nomor Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PPKP)**

Nomor PEM-040/WPJ.09/KP.0103/2004

**Hari dan Tanggal Pendirian Persroan Terbatas**

Hari Selasa, Sembilanbelas Nopember tahun duaribu dua (19-11-2002)

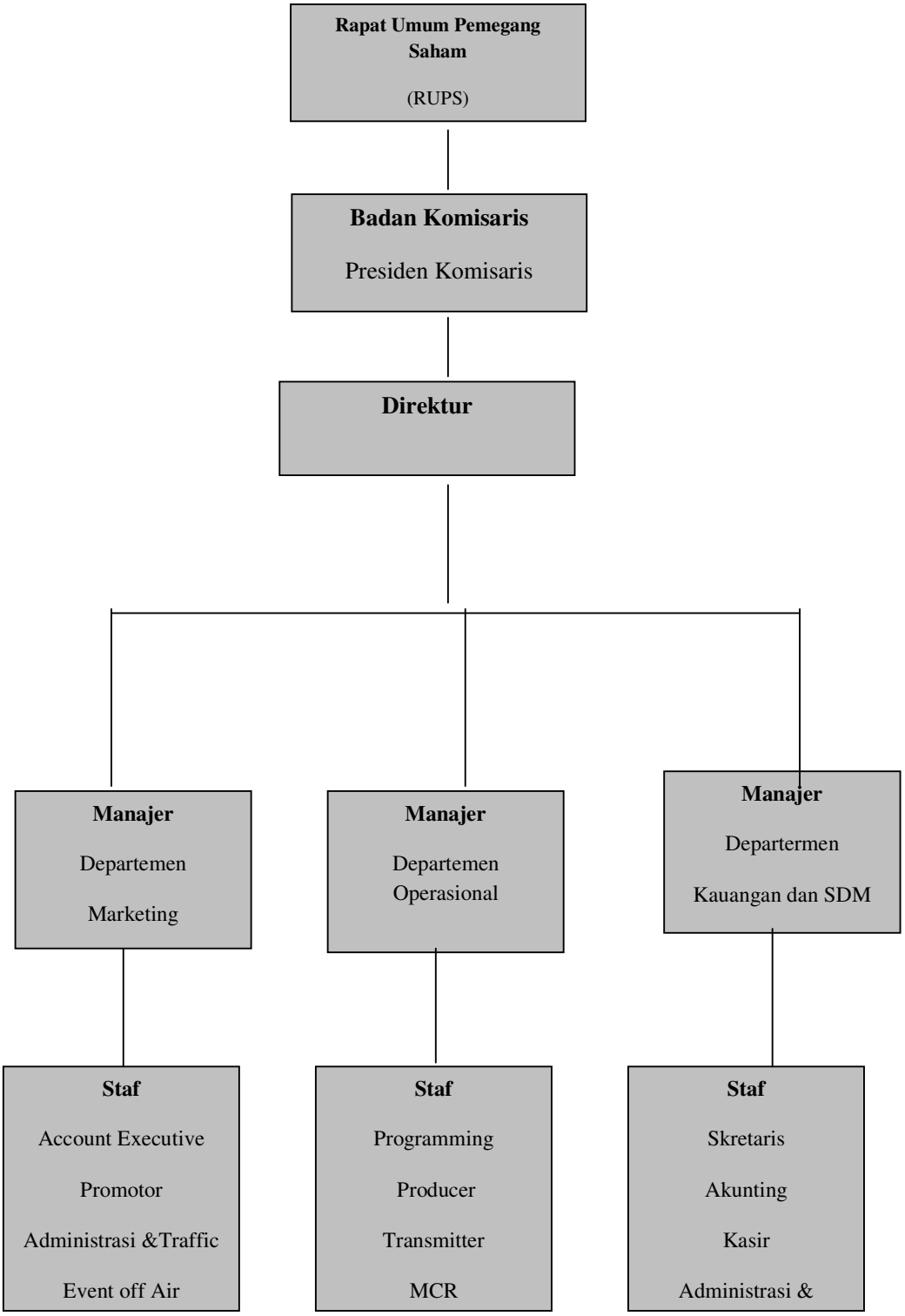
**Para Pendiri**

Haji Abdullah Gymnastiar yang lahir tanggal 29 Januari 1962 bertempat tinggal di Jl. Gegerkalong Girang No 30 D kelurahan Isola kecamatan Sukasari atas nama Pribadi dan atas nama PT. Manajemen Qolbu selaku Presiden direktur.

**Nama dan Tempat**

PT. Manajemen Qolbu Television dengan alamat Jln. Gegerkalong Girang Baru No.11

### 2.1.4 Struktur Organisasi dan Job Description




*Gambar 2.2 Sruktur Organisasi Perseroan PT.MQTV Bandung*

**Perseroan Terbatas**

Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut perseroan adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaba dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

**Organ Perseroan**

Organ Perseroan adalah Rapat Umum Pemegang Saham, Direksi, dan Komisaris.

**Rapat Umum Pemegang Saham**

Rapat Umum Pemegang Saham yang selanjutnya disebut RUPS adalah organ perseroan yang memegang kekuasaan tertinggi dalam perseroan dan memegang segala wewenang yang tidak diserahkan kepada Direksi atau Komisaris.

**Dewan Komisaris**

Melakukan Pengawasan atas kebijakan Direksi dalam Memimpin dan mengelola perusahaan untuk mengurangi resiko kerugian dan kesalahkelolaan. Dan memberikan nasehat, masukan dan rekomendasi atas kebijakan Direksi agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

**Komisaris**

Komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau khusus serta memberikan nasibat kepada Direksi dalam menjalankan perseroan. Berfungsi untuk Memimpin dalam pembuatan kebijakan

perseroan yang mengatur dewan direksi dalam mengelola perseroan, mengawasi dan mengendalikan garis Kebijakan yang telah ditetapkan dan dijalankan oleh Dewan Direksi serta mewakili Dewan Komisaris dalam mempertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham.

**Direktur**

Direktur adalah organ perseroan yang bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar. Berfungsi untuk Memimpin dan mengendalikan persoalan sesuai dengan garis Kebijaksnaan yang telah ditetapkan Dewan Komisaris dan berdasarkan keputusan direksi serta mewakili direksi dalam mempertanggungjawabkan kepada Komisaris dan Rapat Pemegang Saham.

**Departemen**

Departmen adalah sebuah bagian organisai di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang mendukung penuh (Supporting) kelancaran di bisnis inti yang dikelola perusahaan. Departemen ini hanya menangani satu bidang kegiatan perusahaan. Dipimipin oleh seorang manajer departemen yang bertanggungjawab secara langsung kepada Direktur Operasional.

**Departemen Marketing**

Departmen Marketing, adalah sebuah bagian perusahaan di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang memfokuskan kegiatannya pada memasarkan secara sinergis produk atau program yang diproduksi perusahaan baik dengan

menjual hak siar atau pencarian iklan dan sponsorsip. Dipimpin oleh seorang Manager.

**Departemen Operasional**

Departmen Teknik, Fasilitas dan General Affairs adalah sebuah bagian perusahaan di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang memfokuskan kegiatannya pada pengelolaan aspek teknis, Transmitter, IT (information technology), Programming, produksi dan tekhnologi, Mengatur lalulintas fasilitas broadcasting dan studio dan mengelola urusan umum perusahaan. Dipimpin oleh seorang manajer

**Departement Keuangan dan SDM**

Department Keuangan, SDM dan Administrasi adalah sebuah bagian perusahaan di perusahaan PT. Manajemen Qolbu Television yang memfokuskan kegiatannya pada pengelolaan secara efektif dan efisien keuangan perusahaan untuk mensupport kelancaran operasional keseluruhan perusahaan, mengelola sumber daya Manusia yang berkualitas dan Mengelola administrasi perkantoran. Dipimpin oleh seorang Manajer.

## 2.2 Landasan Teori

*Saatnya mempunyai Televisi Islam dilihat dari penduduk Indonesia mayoritas islam dan Televisi saat ini tidak benafaskan islam.*

Di Indoensia ada 10 stasiun televisi swasta nasional dan 1 TVRI. Dari kesepuluh satsiun Televisi itu sudah siaran sebanyak 24 jam. Bearti kalau

dijumlahkan di Indonesia tayangan televisi itu sehari 240 jam siaran. Dari 240 jam siaran di luar bulan Ramadhan hanya sekitar 1,5 jam siaran tiap stsiun yang menyiarkan program televisi bernafaskan islam yaitu pada saat pukul 04.00-05.30.

Diluar jam tersebut hanya 20% berisi program mengandung informasi dan pendidikan. Itupun di waktu-waktu bukan jam utama. Berarti 80% jam tayangan di televisi berisi program yang belum menjungjung tinggi nilai-nilai moral dan akhlak. Dari 80% program tersebut ditayangkan di jam-jam utama dimana 75% penduduk Indonesia yang mayoritas muslim melek untuk menyaksikan tayangan televisi. Misalnya pada hari sabtu pukul 20.00 di TVRI ada Film dan hampir di semua televisi swasta menayangkan sinetron.

Dari kenyataan ini maka kebutuhan masyarakat akan tayangan program yang mengandung nilai moral apalagi islami sangat dirindukan. Tapi kita masih berbesar hati saat Bulan suci Ramadhan semua televisi berlomba menayangkan program islami, itupun hanya jam-jam menjelang berbuka puasa dan makan sahur. Pada waktu jam utama masih didominasi oleh tayangan reguler yang mempertontonkan kemewahan, kemarahan dan mimpi-mimpi.

Rata-rata setiap orang di Indonesia menonton Televisi 2 jam sehari dan 80% di jam-jam utama yakni pukul 20.00-22.00. Kalau dalam jam-jam teresebut tidak cepat diberikan ruang untuk program edukasi, sehingga masyarakat tidak mempunyai pilihan maka jangan harap tercipta masyarkat yang bermoral tangguh. Tapi sebaliknya bangsa ini akan diisi oleh orang-ornag hasil didikan sekularisme.

Kalau saja terjadi 10 tahun kedepan bangsa ini dibangun oleh orang-orang semacam ini maka Indonesia akan semakin terpuruk.

Apa yang mesti kita lakukan dengan kenyataan seperti ini. Mari kita awali dengan sesuatu yang kecil dan sederhana yakni niatkan dalam hati kita dunia pertelevisian di Indonesia semuanya mengangkat nilai-nilai moral dan edukasi. Kenapa harus semuanya. Karena kalau hanya 1 jam di ssebuah statsiun maka daya pengaruhnya akan kurang terasa karena masyarakat masih punya pilihan program lain. Yang paling tepatnya harus didukung dengan perangkat hukum dan perundang-undangan yang mengatur pertelevisian supaya masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang bermartabat.

Setelah niat bersama-sama, dilanjutkan dengan bagaimana kita dapat menggantikan tayangan-tayangan tidak bermoral dengan yang bermoral. Hal ini bisa dilakukan dengan dua cara. Yang pertama, mengajak pihak televisi dan production house untuk membuat program yang bernilaikan islam tentu dengan mengajak pula pihak sponsor atau pengiklan untuk memasang iklan di program yang bernilai saja. Yang kedua, mari bersama-sama masyarakat untuk membiayai program televisi yangbernilai. Artinya program dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Pihak Televisipun banyak yang mengikutinya karena prinsip kebanyakan stasiun televisi adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dan manfaat yang sebaik mungkin

Diasumsikan bahwa walaupun saat ini kita mendirikan Televisi islami dengan konten 100% bernilaikan moral dan edukasi, belum tentu efektif karena

masyarakat sudah terbiasa dengan program-program biasa. Hal ini akan menjadi pekerjaan yang tidak mudah bagi kta semua untuk melakukannya. Karena sesuatu yang sudah mendarah daging. Tapi dengan demikian dengan istiqomah dan bekerja keras akhirnya kita akan mampu menandinginya, asal dengan syarat kreativitas program.

**Gambaran Televisi Islam**

Pertama sekali Televisi muncul di AS pada tahun 1907, Kemudian David Sarnoof pada tahun 1938 memperkenalkan program TV di salah satu pameran di New York . berbeda atau media cetak , suguhan acara TV mempunyai pengaruh yang luar biasa . TV lebih menyakinkan , oleh karena Berwujud Gambar dan suara ( audio – Visual ) dan mampu memberikan pengalaman nyata , menawarkan Pengalaman baru kepada jutawan pemirsa untuk semua umur. Namun perkembangan yang mungkin muncul di masa yang akan datang dalam beberapa hal kiranya pelu diantisipasi karena dunia pertelevisian memiliki dinamika yang lebih jauh cepat di bandingkan dengan media cetak atau suara .

Televisi Islam adalah televisi yang pola dan konsep programming-nya berlandaskan nilai-nilai dan syariah islam. Di luar aspek program seperti tekhnologi, sistem operasi dan stelite tidak berbeda dengan televisi pada umumnya. Jadi yang dimaksud dengan televisi islam hanya dilihat dari aspek pola programmingnya.

Kita sekarang bisa lihat Televisi sekarang walaupun ada yang menayangkan program agam islam baik bentuknya talk show, sinetron maupun variety show

belum bisa dikatakan televisi islam, karena hanya parsial waktu saja. Sering kita saksikan sebuah televisi setelah menayangkan program islami langsung menayangkan program yang bertolakbelakang. Hal ini karena mereka masih memandang bahwa program tersebut bagian dari pola programming yang dikembangkan. Jaid di Indonesia saat ini belum ada televisi teresterial yang berpola programming islami.

Suatu televisi yang dikatakan televisi islam harus memenuhi kriteria sebagai berikut: pertama, pola programmingnya mulai dari awal sampai akhir acara betul-betul bernilaikan dan bernuansakan islam baik yang berhubungan dengan syariah, muammalah, sejarah, tarbiyah maupun akhlak. Bukan hanya isi programnya namun juga didukug dengan astistik dan grafis islami yakni visual yang tidak keluar dari aturan agama islam.

Kedua, Iklan komersial yang ditayangkan di televisi mengikuti aturan yang ada. Artinya tidak mengiklankan barang-barang haram, tidak mempertontonkan aurat atau menjaga sekali nilai-nilai islami. Konsekuensi ini harus dilakukan karena menyangkut idealisme, makanya akan menjadi perhitungan sekali jikalau ada statsiun televisi yang mengatasnamakan islami. Harus siap dengan sedikitnya pengiklan.

Ketiga, Sumber daya manusia yang terlibat harus mengikuti aturan syariah islam juga karena pada dasarnya insan pertelevisian islam adalah sebagai insan dakwah. Dengan demikian harus mencerminkan sesuatu yang disampaikan. Jangan sampai kita melarang merokok tapi karyawannya merokok. Atau ada

programnya mengajak untuk sopan dan santun namun karyawannya sombong. Yakinlah bahwa setiap yang dilakukan akan kembali kepada dirinya.

Keempat, Pembiayaan harus mengiktui aturan syariah. Kenapa pembiayaan ini penting karena televisi umumnya adalah lembaga bisnis yang pasti melibatkan pendanaan. Ketika ada dana berarti butuh investasi baik dari internal maupun perbankan. Khususnya dana pinjaman dari pihak perbankan harus syariah, karena untuk saat ini dunia perbankan syariah sudah kondusif. Insyaallah Televisinyapun mendapatkan keberkahan.

**Aspek pembangunan Televisi**

Televisi termasuk industri jasa yang cukup rumit, karena perpaduan antara teknologi, seni dan bisnis. Apalagi kalau televisi islam berartii akan masuk faktor idealisme dakwah. Dalam membangun televisi ada 5 aspek yang harus diperhatikan.

Pada umumnya televisi dibagi tiga jenis dilihat dari jenis penyelenggaraannya. Yang pertama Televisi Komunitas adalah televisi yang diselenggarakan oleh sekelompok orang untuk menjangkau kelompok atau masyarakat tertentu pada area yang terbatas. Yang kedua Televisi Publik adalah televisi yang diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan publik atau masyarakat umum yang bermotif bukan komersial tapi betul-betul untuk sosial dan memenuhi kebutuhan masyarakat, biayanyapun disediakan oleh publik. Yang ketiga televisi komersial adalah televisi baik tererterial, kabel dan satelit yang diselenggarakan dengan

motif bisnis, biasanya sumber pendapatannya dari iklan komersial atau berlangganan.

Yang cukup rumit adalah penyelenggaraan televisi komersial. Kenapa demikian karena banyak aspek yang diperhitungkan. Berikut ini adalah aspek-aspeknya.

Pertama, aspek Legal dan perizinan. Untuk kondisi peraturan saat ini dunia penyiaran kita dilandasi oleh undang-undang penyiaran No 32 tahun 2002. Dalam undang-udang tersebut diatur segala hal yang bersngkutan dengan penyelenggaraan penyiaran nasional. Undang-undang tersebut juga menyebutkan bahwa izin frekuensi televisi akan dikeluarkan oleh komisi penyiaran Indonesia dan diatur bahwa di Indonesia hanya ada televisi lokal yang membuat jaringan ketika mau siaran secara nasional. Sedangkan TVRI akan dijadikan televisi publik.

Kedua, aspek sumber daya manusia. Penting sekali aspek SDM ini, karena merekalah yang menggerakan perusahaan dan penyiaran, sehingga harus diperhatikan secara khusus. SDM penyiaran dapat dibagi lima bagian. SDM bidang support tekhnik dan tekhnologi, SDM bidang Pemasaran, SDM bidang produksi dan kreatifitas, SDM bidang support administrasi dan legal dan SDM untuk level manajerial. Kesemua kriteria ini harus betul-betul profesional dan terlatih karena bisa berpengaruh terhadap kinerja dan kualitas penyiaran.

Ketiga, aspek Produksi dan Teknik. Karena televisi ini termasuk media yang melibatkan tekhnologi sangat canggih sehingga perkembangannya sangat cepat

dan harus didukung dengan SDM yang tangguh pula. Produksi bisa dibagi ke tiga jenis produksi yaitu produksi berita, produksi drama, produksi non drama. Masing-masing ini harus dimanaj dengan baik. Karena bila sistem produksi tidak efektif dan efisien maka akan mengakibatkan pembengkakan biaya dan akhirnya akan merugiakn perusahaan. Kalau aspek teknik bisa dibagi tiga bagian yakni transmitter, peralatan produksi seperti kamera dan peralatan penyiaran.

Keempat, aspek Programming. Bagus dan jeleksanya sebuah televisi bisa dilihat dari kualitas programnya. Televisi yang baik adalah televisi yang sudah membuat segmentasi yang jelas dan fokus. Sedangkan di Indonesia hampir semuanya masih menganut semua segmen diambil terutama segementasi jenis program. Programming ini termasuk penampilan visualnya. Program televisi dibagi kedalam tiga jenis yakni program drama, non drama dan berita. Biasanya pihak televisi banyak membeli atau akuisisi program drama karena proses produksinya yang rumit. Sedangkan program non drama dan berita diproduksi sendiri. Khususnya berita berarti sudah masuk aspek jurnalisme dan tentunya menganut kode etik jurnalisme yang berlaku di Indonesia.

Kelima, aspek Marketing. Hidup matinya televisi komersial adalah iklan. Jadi sudah sewajarnya aspek marketing ini diperhatikan betul. Dalam industri media Televisi jarang berhubungan langsung dengan pihak pengiklan namun biasanya berhubungan dengan biro iklan karena merekalah yang melakukan placemnet dan pembuatan iklannya. Ada 3 pola yang dikembangkan untuk menjual program televisi terhadap pengiklan. Pertama sponsorship artinya setiap program disponsori oleh suatu perusahaan/instansi. Kedua iklan eceran artinya sebuah

program televisi dipasang beberapa jenis iklan dan ketiga Blocking time artinya seutuhnya program tersebut dibiayai dan disponsori oleh perusahaan tertentu, biasanya tidak melibatkanperusahaan lain.

**Kesiapan dana dan SDM**

Aspek yang terpenting ketika mendirikan sebuah televisi adalah maslah dana. Karena Televisi adalah sebuah lembaga bisnis maka diabagi dua jenis kebutuhan dana. Yang pertama untuk investasi dan kedua modal kerja.

Kebutuhan dana investasi dibutuhkan disaat mendiirkan televisi seperti untuk pengadaan transmitter, perlatan shooting, gedung penyiaran, gedung studio, kantor, kendaraan dan infrastruktur lainnya. Sedangkan kebutuhan dana untuk modal kerja adalah diperuntukan pembuatan program acara dan biaya SDM.

Yang tidak kalah penting adalah aspek SDM. Bisa jadi biaya untuk SDM ini lebih besar dari biaya untuk investasi alat, kenapa demikian?. Bisa dua faktor. Pertama SDM yang berkualifikasi bagus bidang broadcast sangat sedikit. Makanya janagan heran bila kita sering menyaksikan SDM bedol desa, artiny asering SDM pindah dari televisi satu ke televsisi lainnya. Kedua faktor entertainment artinya seornag artis diberikan honor bukan karena untuk membayar tenaga dan waktunya namun membayar kepopulerannya demi mengangkat rating program. Makanya harus siap sekali SDM ini.

**Kemasan dan konsep program televisi islam dan para artisnya**

Kayanya harus dibedakan antara televisi islam, televisi islami dan acara televisi islami. Televisi islam meruapakan televisi yang sudah mencerminkan islam dan dalam pengoperasionalannya betul-betul mengikuti syariah islam. Televisi islami merupakan televisi yang bernuansa islami artinya yang dibawa atau diinternalisasikannya bukan islam dogmatis dan aksesoris. Namun mengambil nilai-nilai luhur yang diajarkan islam. Sehingga dalam setiap acaranya masih terlihat penampilan yang belum seutuhnya islam. Sedangkan acara televisi islam adalah hanya bagian acara televisi aja yang bernuansa islami.

Konsep Televisi islam tentu harus menjungjung tinggi nilai-nilai kemuliaan manusia. Bukan berati harus menampilkan yang bagus-bagus atau soleh-soleh saja namun betul-betul setiap acara ada pelajaran yang bisa diambil dan bisa menjadi ilmu dan motivasi perubahan diri. Dan untuk kemasan programnya dibuat semenarik mungkin. Sangat kurang menarik apabila kita emnyuguhkan acara yang monoton dan tidak kreatif. Tetap akan membuat format acara seprti film, sinetron, talk show interaktif dan lain-lain.

Khusus untuk artis bagi televisi islami adalah insan yang harus terlibat seutuhnya. Maksudnya adalah ketika seseornag terlibat dalam acara televisi harus artis yang mempunyai komitmen pula dalam menyampaikan kebenaran dan moral. Karena sering kita saksikan seornag artis ketika main film memerankan tokoh baik tapi kehidupan sebenarnya di luar kurang terpuji sehingga masyarakat akan bertanya dan bimbang. Yang perlu diingat adalah artis itu bukan hanya

pekerja seni namun mereka mempunyai beban moral yakni akan menjadi panutan atau idola yang setiap tingkah lakunya akan ditiru.

**Saat ini masyarakat sudah terbuai dengan tayangan Televisi seperti sekarang, apa kira-kira langkah lompatannya.**

Menjadi pekerjaan yang luar biasa beratnya untuk membangun masyarakat saat ini, apalagi dihubungkan dengan tayangan Televisi yang masuk ke rumah-rumah. Pengaruhnya sangat luar biasa. Ada 3 langkah yang perlu kita kembangkan agar masyarakat semakin tertata kehidupannya.

Pertama, Kerjasama dengan televisi-televisi yang ada untuk membuat program yang baik dan dapat menjadi tuntuna masyarakat. Dengan demikian harus meyakinkan pihak televisi bahwa acara tersbut berkualitas dan banyak disenangi oleh masyarakat sehingga akan banyak mengundang pengiklan. Insyaallah pihka televisi akan senang bila masyarakat memberikan keyakinan seperti itu. Karena hakekatnya pihak televisi akan menayangkan program yang disenangi pasar.

Kedua, Menggalang kekuatan publik. Mudah-mudahan kalau susah untuk kompromi dengan televsisi yang ada kita harus bisa menggalang masyarakat untuk mulai membangun kepekaan dan kepedulian terhadap generasi kita dengan menabung sebagian dananya dan suatu saat kita akan mempunyai televisi yang 100% berpihak pada kepentingan masyarakat bukan kepentingan bisnis dan kelompok tertentu saja.

Ketiga, Menghimbau pemerintah untuk semakin ketat mengatur peyiaran indonesia, segera tegakan udnang-undang penyiaran no 32 tahun 2002 dan undag-undang pendukungnya. Insyaallah kalau pemerintah bersama-sama membangun pertelevisian berbasis moral akan segera tercipta di negara Indonesia yang tercinta ini.

Keempat, Bangkitkan dunia usaha muslim yang mempunyai komitmen moral. Jangan pernah kalah dengan keadaan sekarang. Kita harus optimis dengan kekuatan ummat islam. Yakinlah para pengiklanpun akan mengikuti keinginan masyarakat. Kalau saja masyarakat memboikot produk yang menampilakn pornografi parti akan mengganti iklanya dengan yang sesuai dengan akar akhlak muslim. Apalagi kalau gerakan wirausaha terus digalakan sehingga lahirlah pengusaha-penguasah muslim profesioanl maka sudah ngak usah tunggu-tunggu lagi dunia pertelevisian akan segera berubah mnjadi televisi yang menyejukan hati kita semua.

**Kecederungan masyarakat dengan adanya tayangan yang bernilai islam dan contohnya.**

Kecenderungan masyarakat terhadap tayangan yang islami sangat baik, ini bisa kita lihat bulan Ramadhan ini semua televisi berlomba-lomba memanjakanmasyarakat dengan tayangan yang islam. Berarti masyarakat kita masih banyak yang menjalankan kewajibannya sebagai muslim dan pasti mereka merindukan tayangan yang bisa mengisi ruhani merena. Semoga acara-acara itu

tidak hilang setelah ramadhan tapi justru akan semakin subur labi setelah ramadhan.

Satu lagi fakta bahwa masyarakat kita senag denagn acara dakwah. Denagn bagusnya rating acara-acara dakwah yang diwakili oleh KH. Abdullah Gymnastiar dan Ust. Muhammad Arifin Ilham. Samapi acara Indahnya kebersamaan sudah berlangsung dua tahun dengan rating rata-rata 4. Ini mencerminkan acara dakwah yang dikemas baik dan menarik akan berdampak baik bagi pihak statsiundtelevisi seperti penuhnya slot iklan.

**MQTV sebagai solusi dan tanggapan masyarakat**

Kita berusaha MQTV sebagai oase di tengah padang pasir. Dimana di tengah-tengah kegersangan dunia pertelevisian kita akan acara islami kami hadir dengan format acara islami yang dikemas dengan moderen, seni, menarik, sederhana dan penuh semangat. Alhamdulillah masyarakat sangat antusias dengan acara-acara kita. Hal ini pernah kita buktikan dengan mengadakan riset di masyarakat ternyata 99% masyarakat sangat senang dengan adanya program-program televisi yang dibuat oleh MQTV.

Saat ini MQTV baru mampu memenuhi 8 jam per minggu yang ditayangkan di bebrapa statsiun televisi nasional dan untuk Ramadhan sudah mencapai 15 jam per minggu berarti kita baru memenuhi 10 % dari 10 jam prime time tiap hari. Prestasi ini bagi kami sangat bangga,minimal banyak masyarakat yang bisa berubah akhlaknya baik pribadi maupun keluarga dan tentunya akan mempunyai dampak pada perubahan akhlak bangsa ini.

**Tayangan iklan dan selektivitasnya**

Setiap kita bekerjasama dengan pihak televisi, diawal dibuat kesepakatan setiap acara yang kita kerjasamakan tidak adan iklan minuman keras, rokok, barang-barang atau lembaga tidak halal atau meragukan atau penuh kontroversi, iklan yang mempertontonkan aurat dan iklan yang mengandung unsur pemojokan.

Tentu ini sebuah tantangan karena bila dijumlah iklan dengankoridor seperti itu masih sedikit. Tapi kita harus mempertahankan ini, karena akan merusak nilai dan isi program tersebut. Tapi pada kenyataannya ada saja yang keluar iklan yang kurang baik. Hal ini terjadi karena biasanya kurang koordinasi pihak manajemen dan bagian traffik, jadi bukan disengaja melanggar kesepakatan. Insyaallah pihak Televisi juga sangat menghargai dan komit terhadap keinginan dan idalisme kita.

**Optimisme dan langkah-langkah ke depan MQTV**

Kita senantiasa optimis. Masa kita kalah dengan mereka yang habis-hbaisan membela dan memperjuangkan sesuatu yang belum berniali. Kita sudah jelas membela kebenaran dan islam, pasti Allah akan memberikanjalan selagi kita menjadi ahli dzikir, ahli fikir dan ahli ikhtiar.

Dengan demikian MQTV mempunyai strategi kedepan khususnya 2005 ini dengan:

- Mempersiapkan Televisi Lokal untuk Jawa Barat dengan mengoptimalkan inhouse production dan pengiklan bermuatan lokal.

- Membangun Brand MQTV di Indonesia dengan Berafiliasi dengan TVRI dan TV swasta (memperbanyak sistem kerjasama profit sharing dan Blocking Time) agar masyarakat dapat menikmati program kita seutuhnya.
- Membangun Televisi Internasional dengan Satelit, dengan mengefisienkan biaya produksi yaitu dengan menayangkan program yang sudah ditayangkan di TV Lokal atau TV Terresterial nasional.
- Membangun Televisi Praktis dengan Tekhnologi Internet dan sellular baik GPRS, GSM maupun CDMA kerjasama dengan seluruh operator sellular (Telkomsel, Satelindo,IM3, Esia, Mobile-8,Telkom Flexi, Exell).
- Membuat film layar lebar perdana untuk segmen anak muda sebagai awal memunculkan brand MQ film.
- Membangun Brand MQAnimation untuk Divisi Animasi sebagai Produsen Film dan Filler Animasi.
- Mengoptimalkan Produk-produk paska Produksi dalam bentuk Merchandising (Buku, Komik, komik seluller, MMS, Cindramata,dll), sebagai penguat brand MQTV.