

ABSTRAK

Abdul Azid: Penerapan Manajemen Dakwah Pada Program Akademi Sahur Indonesia (Aksi) Indosiar

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen dakwah dalam program *Akademi Sahur Indonesia (AKSI)* yang ditayangkan oleh stasiun televisi Indosiar. Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek utama manajemen dakwah, yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan evaluasi. Program AKSI dipilih sebagai objek penelitian karena keberhasilannya dalam memadukan unsur hiburan dan dakwah, yang menjadi tantangan tersendiri dalam media massa modern.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan tim produksi dan pihak terkait di Indosiar, serta dokumentasi program. Peneliti juga menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data, guna memastikan validitas hasil temuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan dalam program AKSI dilakukan secara strategis, meliputi pemilihan tema dakwah, pemilihan peserta, dan desain format acara yang sesuai dengan target audiens. Pengorganisasian program melibatkan kolaborasi antara dai, juri, host, dan tim produksi untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Evaluasi dilakukan secara berkala oleh pihak penyelenggara melalui feedback penonton, rating acara, dan kualitas materi dakwah yang disampaikan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa manajemen dakwah dalam program AKSI berhasil diterapkan secara efektif. Hal ini ditandai dengan kemampuan program menyampaikan nilai-nilai Islami secara menarik tanpa mengorbankan unsur dakwah. Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan industri hiburan dan esensi dakwah itu sendiri.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori manajemen dakwah di era media modern dan dapat dijadikan referensi bagi pengelola program dakwah lainnya. Temuan ini juga menegaskan pentingnya integrasi antara strategi komunikasi modern dan nilai-nilai keagamaan untuk menjawab tantangan dakwah di tengah masyarakat yang semakin digital dan kompetitif.

Kata Kunci: Penerapan, Manajemen Dakwah, Aksi Indosiar.