

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena meningkatnya program televisi religi merupakan suatu perkembangan yang signifikan dalam dunia penyiaran. Tercatat pada data yang menunjukkan kenaikan indeks dalam kategori program siaran religi yang sebelumnya 3,53, menjadi 3,66, kenaikan 13 point tersebut menunjukkan adanya peningkatan pada konsumsi konten keagamaan pada media televisi (KPI, 2023).

Salah satu contohnya adalah program "Jejak Iman" yang ditayangkan oleh Inspira TV merupakan salah satu contoh program keagamaan yang mencoba menggabungkan unsur edukasi dan inspiratif dalam penyajiannya. Program ini bertujuan untuk menarik pemirsa melalui pendekatan yang inovatif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap program-program keagamaan di televisi menunjukkan adanya kebutuhan akan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan edukasi dan nilai tambah yang positif (Risti, 2019).

Menurut Angga Adithya selaku CEO Inspira TV, Jejak iman di Inspira TV sejak tahun 2014 menjadi sebuah langkah penting yang menandai sebuah perjalanan dalam stasiun televisi ini, terbentuknya program jejak iman ini yang menjadikan salah satu identitas kuat Inspira TV menjadi salah satu televisi digital yang bercirikan konten islami, sesuai juga dengan tag line yang dimiliki Inspira TV yaitu inspiratif dan inovatif.

Salah satu daya tarik utama dalam program Jejak Iman terletak pada berbagai narasumber yang memiliki ciri khas berbeda-beda dalam menyampaikan dakwah di tiap episode nya, dan juga memberikan sudut pandang tersendiri terhadap apa yang di sampaikan di setiap episode, sehingga dapat memperkaya wawasan pemirsa terhadap berbagai aspek ajaran islam, hal itu yang menjadikan program dapat dengan mudah di terima khalayak luas dan menjadikan Inspira TV sebagai salah satu saluran TV religi yang mudah diterima dengan mudah.

Selain dari visual yang menarik dan narasumber yang beragam, pemilihan tema yang di sampaikan pun menjadi nilai tambah, topik-topik yang ringan dan mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadikan jejak iman salah satu program yang mudah diterima di berbagai kalangan, pembahasan mengenai akidah dan pokok-pokok agama yang dikemas dengan ringkas namun tetap tersirat makna yang luas membuat apa yang disampaikan mudah dipahami oleh masyarakat awam, selain itu pendekatan ini yang membuat ajaran islam dipandang terasa dekat dan terasa efektif mampu memberikan manfaat untuk khalayak.

Inspira TV sebagai salah satu contoh stasiun televisi yang berusaha menarik pemirsa melalui program-program yang inspiratif dan positif. Salah satu jenis program yang kerap mendapatkan perhatian khusus adalah program keagamaan seperti program “Jejak Iman”. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana dakwah, tetapi juga sebagai media untuk memperdalam pemahaman agama dan memberikan nilai positif dalam kehidupan.

Sebagai media massa, televisi memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku sosial. Program televisi sebagai bagian dari media massa, memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi, mendidik, dan menghibur pemirsa. Perkembangan industri media massa sangat memengaruhi pola pikir masyarakat, oleh karena itu program yang disajikan harus berkualitas dan bermanfaat bukan hanya bertujuan untuk hiburan akan tetapi memberikan dampak yang positif bagi audiens. Selain itu di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, televisi digital membuka peluang baru dalam penyebaran dakwah terdapat dalam beberapa faktor diantaranya, jangkauan pemirsa yang lebih luas yang di mana media dakwah dapat di akses dimana saja, Selain itu kualitas gambar dan suara yang terdapat pada televisi dapat meningkatkan kualitas pada penyampaian pesan dakwah, dengan tampilan visual yang menarik dan konten yang mudah dipahami akan mudah diterima di berbagai kalangan masyarakat bahkan lebih di minati oleh generasi muda saat ini (Atabik, 2013).

Peluang dakwah di era modern ini semakin kompleks karena pesan melalui media, khususnya televisi menjadi inovasi baru yang dikemas dalam suatu paket yang menarik, hal itu yang menyebabkan terjadinya gesekan antara masyarakat yang jauh dari norma-norma islam, namun sebaliknya peluang dakwah dalam memanfaatkan media massa itu untuk identifikasi dakwah, Pengembangan strategi dakwah dengan mengembangkan nilai-nilai islam dengan cara interpretasi terhadap nilai-nilai agama secara inovatif dan dikaitkan pada kehidupan masyarakat menjadi solusi yang populer dalam pemanfaatan televisi

digital sebagai media dakwah yang lebih luas,berkualitas dan efisien, Televisi sebagai media dakwah juga memiliki tantangan yang dihadapi seperti persaingan pada program hiburan yang diminati, hal itu yang membuat tayangan program religi harus menghadirkan konten yang inklusif dan dapat diterima di semua kalangan (Sirajuddin, 2014)

Media penyiaran konvensional seperti televisi dan radio analog memiliki peran penting dalam menyebarkan dakwah, terutama bagi masyarakat tradisional yang masih terbiasa mengonsumsi informasi melalui siaran terjadwal. media penyiaran digital seperti televisi digital, radio streaming, dan kanal berbasis internet menawarkan peluang dakwah yang lebih luas dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Aksesibilitasnya mampu menembus batas geografis karena dapat diakses lintas wilayah bahkan lintas negara melalui jaringan internet. Dari segi interaktivitas, media digital memberikan ruang komunikasi dua arah antara dai dan audiens melalui fitur komentar, live chat, maupun integrasi dengan media sosial. Biaya produksi juga lebih efisien karena cukup menggunakan perangkat sederhana seperti gawai, kamera digital, atau aplikasi editing, tanpa harus bergantung pada infrastruktur studio besar. Fleksibilitas konten jauh lebih tinggi, karena program dakwah dapat dikemas secara variatif, kreatif, serta menyesuaikan dengan tren masyarakat modern (Wahyudi & Tasruddin, 2024)

Relevansi dakwah di era digitalisasi yang memerlukan adanya pendekatan strategis terhadap perkembangan teknologi media yang mengharuskan adanya inovasi dan teknik penyampaian pesan dakwah (Jaya & Pratama, 2025).Dari yang sebelumnya di dominasi dengan cara konvensional seperti ceramah langsung dan

pengajian tatap muka, kini harus beradaptasi dengan adanya media digital yang lebih fleksibel dan komunikatif, kehadiran teknologi bukan hanya mengubah gaya penyampaian dakwah, tetapi juga cara berinteraksi dan jaungkauan penyebaran pesan dakwah yang lebih luas tidak terbatas oleh batasan geografis.

Persoalan yang terkait dengan fenomena ini meliputi bagaimana strategi dakwah di televisi digital memiliki peluang yang signifikan dalam penyebaran konten dakwah, berupa teknik apa saja yang dilakukan televisi digital dalam memikat audiens pada program religi, dan efektivitas program dalam mencapai tujuannya. Penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi apa saja faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan Program "Jejak Iman" dalam menyampaikan pesan dakwah. Hal ini juga menarik perhatian peneliti untuk mengkaji Program "Jejak Iman" yang ada di Inspira TV dalam hal bagaimana peranan tim produksi merancang dan menyajikan program, bagaimana strategi dakwah yang dilakukan agar bisa meningkatkan daya tarik dan dapat diminati serta diterima di khalayak umum.

Topik penelitian ini berkaitan erat dengan bidang kajian komunikasi, khususnya komunikasi massa dan komunikasi keagamaan. Dalam konteks komunikasi massa, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana media televisi dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Sementara itu, dari perspektif komunikasi keagamaan, penelitian ini akan membantu memahami dinamika penyajian konten keagamaan yang efektif dalam konteks media di era perkembangan teknologi.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti “STRATEGI DAKWAH DALAM TELEVISI DIGITAL (Studi Dekriptif Dalam Program “Jejak Iman” Di INSPIRA TV)”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan yang telah disebutkan pada latar belakang penelitian mengenai “strategi dakwah dalam televisi digital (studi deksriptif dalam program “jejak iman” di inspira tv)” maka fokus penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses perencanaan dan pengemasan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV?
- 2) Bagaimana bentuk implementasi dakwah yang diterapkan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV?
- 3) Bagaimana proses evaluasi dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV untuk memastikan keberhasilan program?
- 4) Apa saja elemen program yang digunakan dalam pengemasan program “Jejak Iman” di Inspira TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang sesuai mengenai permasalahan yang akan diteliti, sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui proses perencanaan dan pengemasan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV
- 2) Untuk menganalisis bentuk implementasi dakwah yang diterapkan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV

- 3) Untuk mengetahui proses evaluasi dalam program Jejak Iman” di Inspira TV untuk memastikan keberhasilan program
- 4) Untuk mengetahui apa saja elemen program yang digunakan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan mendalam tentang strategi tim produksi dan penyajian program keagamaan di media televisi, yang dapat menjadi bahan studi kasus bagi mahasiswa dan peneliti dalam memahami dinamika produksi media. Serta bermanfaat juga bagi program studi/Jurusan untuk Menyediakan informasi tentang strategi efektif dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan melalui media massa, terutama bagi jurusan KPI dalam konteks i'lam, yang memberikan pemahaman relevan dengan pendalaman studi keagamaan dan dakwah di era digital.

1.4.2 Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan tim produksi televisi untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas program serta mempertimbangkan elemen elemen yang diperlukan dalam keberhasilan program, dan memperoleh perspektif bagi mahasiswa KPI dalam pengembangan keterampilan produksi program dakwah digital yang efektif yang sesuai dengan kaidah penyiaran islam, dan tentu untuk peneliti sendiri

untuk menambah wawasan dalam strategi program yang dilakukan di media penyiar.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

1.5.1.1 Teori manajemen strategis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dasar teori sebagai acuan untuk mengurangi kemungkinan penyimpangan selama proses penelitian serta memberikan arah yang jelas. Namun, penting untuk dipahami bahwa dalam pendekatan kualitatif, teori tidak selalu sepenuhnya sesuai atau relevan. Informasi yang diperoleh, baik dari data primer maupun sekunder, seringkali memiliki ruang lingkup yang lebih luas daripada batasan yang ditetapkan oleh teori yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Manajemen strategis yang dikembangkan oleh Fred R. David. David yang menyatakan bahwa Manajemen strategi dapat diartikan sebagai suatu pemahaman dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya. Seperti yang tercantum di dalam definisi, manajemen strategi berfokus pada upaya untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, akuntansi, dan produksi dalam upaya untuk mencapai keberhasilan suatu organisasi.

Pada pemahaman diatas untuk mencapai tujuan yang diinginkan berdasarkan yang dikemukakan oleh Fred R. David. David

proses dari manajemen strategi mencakup dalam beberapa tahapan diantaranya:

Pertama, formulasi strategi, pada proses ini mencakup serangkaian langkah yang meliputi visi misi, mengidentifikasi terhadap peluang dan ancaman, pemilihan potensi dan keterbatasan di dalam organisasi itu sendiri, menciptakan sasaran strategis jangka panjang yang ingin dicapai, mengembangkan berbagai alternatif strategi, serta memilih strategi yang akan diimplementasikan untuk tujuan tersebut.

Kedua, implementasi strategi, untuk melaksanakan strategi yang sudah dirancang diperlukannya sebuah tujuan tahunan serta menetapkan kebijakan yang berguna untuk memotivasi karyawan, serta mengatur sumber daya dengan baik agar strategi yang telah direncanakan dapat dijalankan sesuai dengan tujuan organisasi.

Ketiga, evaluasi pada tahapan ini manajer harus mampu mengidentifikasi jika ada strategi yang tidak berfungsi dengan baik, mengevaluasi tahapan tahapan yang sudah dilalui serta menganalisis faktor faktor yang terlibat baik itu internal ataupun eksternal yang mendasari semua strategi yang ada, menilai kinerja, mengambil tindakan perbaikan yang di perlukan untuk menjamin keberhasilan suatu tujuan dalam jangka panjang(Rahmawati dkk., 2022).

Menurut Fred R. David. Dalam suatu rencana tentu memerlukan sebuah strategi, yang memiliki peran krusial untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan, strategi ini memberikan

panduan dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mewujudkan suatu tujuan tersebut.

Penelitian ini terbagi dalam beberapa tahapan, yaitu: proses perencanaan dan pengemasan, implementasi dakwah, serta evaluasi program, sebagaimana yang dijelaskan dalam teori manajemen strategis menurut Fred R. David.

Oleh karena itu, untuk memahami bagaimana strategi dakwah Pada televisi digital peneliti memilih menggunakan teori dari Fred R. David dalam penelitian ini dan membagi menjadi tiga tahapan: proses perencanaan dan pengemasan, efektivitas program, bentuk inovasi, monitoring, menurut Fred R. David dalam teori manajemen strategis.

1.5.1.2 Strategi Programming

Pada penelitian ini juga menggunakan teori strategi *programming*. Untuk memperkuat pemahaman tentang strategi program yang dilakukan pada media penyiaran, Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (KBBI, 2024), *programming* bisa diartikan juga sebagai pengelolaan yang biasa dilakukan secara teratur atau bisa disebut juga *Scheduling*, merancang ulang program untuk tetap menjaga kualitas program untuk menciptakan daya tarik khalayak (pemirsa)(Dewi, 2014).

Program acara yang ditayangkan tidak bisa lepas dari *programming*, oleh karena itu strategi dibutuhkan untuk menentukan

arah program yang dibuat akan bagaimana dan akan berjalan seperti apa, program yang dibuat dirancang sedemikian rupa dan disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai suatu media penyiaran.

Audiens merupakan fokus utama dalam Pemrograman acara TV bahkan menjadi penentu keberhasilan dari penyajian program, untuk memahami dan mengidentifikasi kebutuhan *audiens* riset menjadi hal yang sangat dibutuhkan dalam menentukan keberhasilan suatu program, maka strategi program dibutuhkan dalam menetapkan arah program, dan menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan program, Sydney W. Head memaparkan lima elemen yang perlu digaris bawahi dalam strategi *programming* yaitu:

1. *Compability* (Kesesuaian)

Media televisi perlu memahami mengenai rutinitas pemirsa (*Audiens*) termasuk jam kerja, istirahat, serta waktu luang mereka, hal ini menjadi penting dalam perancangan program karena informasi ini menjadikan acuan utama bagi televisi untuk melakukan perancangan suatu program.

2. *Habit Formation* (Membangun kebiasaan)

Program acara televisi yang ditayangkan dapat membentuk *Habit* (kebiasaan) dalam lingkup pemirsa, proses pembentukan kebiasaan ini dapat menumbuhkannya rasa antusiasme pemirsa pada suatu program, sehingga cenderung tidak ingin melewatkan program tersebut.

3. *Control of audience flow* (Mengontrol pemirsa)

Transisi antar program dengan program berikutnya perlu diperhitungkan agar jumlah pemirsa tetap stabil, tujuannya adalah mempertahankan konsistensi pemirsa agar tidak berpindah pada saluran yang lain, bahkan harus bisa berpotensi menambah penonton baru.

4. *conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program)

Program acara yang tidak mendapatkan repair program cenderung akan membuat kualitas dari program menurun, bahkan akan ditinggalkan karena membosankan, hal ini yang mengharuskan media produksi program penyiaran dituntut untuk lebih kreatif dan membuat inovasi baru dalam menyajikan sebuah program.

5. *Breadth of appeal* (jangkauan yang luas)

Program acara televisi memiliki potensi untuk menjangkau pemirsa yang luas, serta mengoptimalkan jadwal tayangan program, namun itu semua bergantung pada televisi itu sendiri dan tujuan apa yang ingin mereka capai melalui program tersebut.

Elemen-elemen tersebut sangat membantu media penyiaran dalam merancang sebuah program, program seperti apa yang ideal ditayangkan, bisa juga menyesuaikan kebutuhan audiens, hal ini sangat

membantu tim program untuk menyesuaikan kebutuhan audiens, menentukan target pemirsa yang spesifik dalam rancangan program, serta meningkatkan daya tarik pemirsa dan promotor iklan, tanpa adanya strategi program yang jelas media penyiar dapat kehilangan pemirsa dan promotor iklan (Triyana, 2021)

Oleh karena itu, strategi *programming* sangat dibutuhkan dalam sebuah rancangan program untuk menjadi acuan yang jelas dalam merancang sebuah program terutama untuk media penyiaran televisi, program yang baik secara konsep cenderung akan lebih banyak diminati audiens (Ingratubun, 2021). Maka Strategi *programming* relevan dengan penelitian ini untuk memahami bagaimana dinamika yang dihadapi media penyiaran dan bagaimana strategi yang dibuat dalam merancang suatu program dakwah.

1.5.2 Landasan Konseptual

Berdasarkan judul yang diambil peneliti mengemukakan kerangka konseptual sebagai berikut:

1.5.2.1 Media Dakwah

Media dakwah memiliki arti sebagai sebuah media yang menjadi penghubung antara gagasan kepada umat. Dalam konteks media dakwah, berperan penting dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dengan memanfaatkan media-media masa kini, seperti televisi, radio maupun platform media sosial. Yang berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas dan akurat.

Dalam era digitalisasi, media dakwah telah berkembang menjadi sebuah strategi komprehensif yang menggunakan berbagai pendekatan dalam aspek komunikasi, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek keagamaan saja, tetapi juga mencakup upaya peningkatan kualitas kehidupan sosial.

“Media dakwah, menurut M. Quraish Shihab, merupakan bentuk komunikasi yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan Islam kepada khalayak. Media dakwah dapat hadir dalam berbagai format audio, visual, dan digital. Selain itu, media tulis seperti buku, artikel, dan brosur berperan penting dalam menyampaikan pesan dakwah secara lebih mendalam dan terstruktur.”

1.5.2.2 Strategi Dakwah

Strategi merupakan pendekatan yang tepat untuk mengimplementasikan ide, perencanaan pelaksanaan dalam suatu proses kegiatan. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*Stratego*” yang berarti merencanakan sebuah pemusnahan musuh melalui sumber-sumber yang efektif (Hazin, 2024). Strategi juga memiliki makna lain yaitu upaya terencana untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan. Menurut Chandler, strategi berperan sebagai instrumen bagi perusahaan maupun organisasi dalam mengoptimalkan alokasi sumber daya dan mewujudkan tujuan yang diinginkan dalam jangka panjang.

Menurut M. Natsir (1983), strategi dakwah adalah seni dalam mengarahkan dan menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang bijaksana, penuh pertimbangan, serta sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat. Dengan demikian, strategi dakwah tidak hanya bersifat normatif tetapi juga aplikatif, karena menuntut kreativitas dalam menghubungkan nilai-nilai agama dengan konteks kehidupan nyata.

Strategi dakwah di era digital, khususnya melalui televisi digital, menjadi sangat penting sebagai siasat untuk menyebarkan pesan Islam secara efektif. Dengan memahami konsep komunikasi yang tepat, pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami dan diterima khalayak luas. Strategi yang baik juga membangun koneksi dengan audiens untuk menumbuhkan kepercayaan, sekaligus mempersiapkan dakwah menghadapi berbagai tantangan teknis maupun sosial di era modern (Sirajuddin, 2014).

1.5.2.3 Televisi digital

Televisi adalah sebuah perangkat komunikasi yang dapat menampilkan gambar bergerak dan menghasilkan suara, baik dalam format hitam putih maupun berwarna, televisi berasal dari istilah yunani “*Tele*” (jauh) dan bahasa latin “*visio*” (penglihatan) yang secara harfiah berarti “alat yang digunakan untuk melihat dari jarak jauh”. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia “Televisi memiliki makna sebagai sistem penyiaran audio visual melalui kabel atau udara yang mengkonversi cahaya dari suatu gelombang listrik, kemudian

mengubahnya kembali menjadi gambar dan suara yang dapat dinikmati” (KBBI.2024).

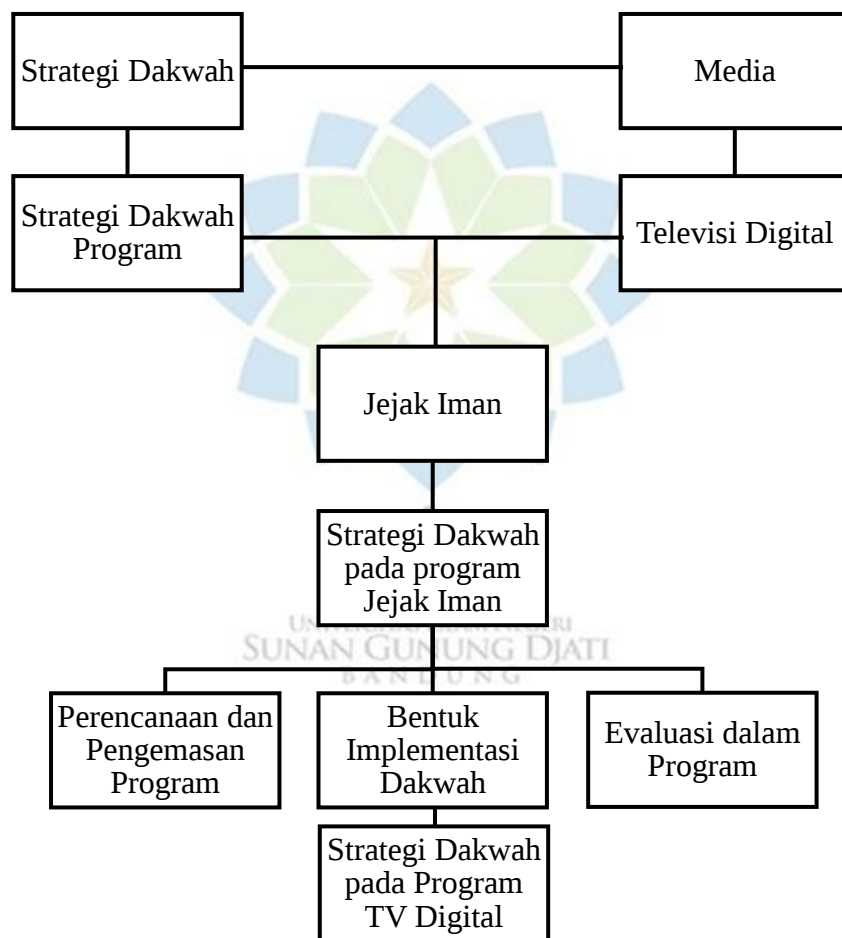
Pada saat ini televisi merupakan salah satu media komunikasi yang baik dan dibutuhkan oleh masyarakat karena televisi merupakan media yang berbasis media pandang dengar (audio-visual) sifat ini menjadikan keunggulan dari media televisi karena terkesan hidup dan menarik dan mampu menyampaikan pesan dengan segala informasi dan di tayangkan dengan beragam kreasi program dalam pengemasannya untuk menarik minat khalayak(Hamid, 2021).

1.5.2.4 Program TV

Program dapat diartikan sebagai segala bentuk tayangan yang disajikan oleh stasiun penyiaran yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan minat khalayaknya, di mana acara yang ditawarkan menjadi elemen kunci yang mampu menarik perhatian audiens untuk mengikuti siaran yang disajikan, baik melalui media radio maupun televisi. Dalam konteks ini, program dapat dianalogikan sebagai produk atau sebuah layanan yang dipasarkan kepada pihak lain, yaitu khalayak dan pemasang iklan, sehingga dapat dipahami bahwa program tersebut berfungsi sebagai produk yang ditawarkan kepada audiens dengan harapan mereka bersedia untuk menyaksikannya. Di dalam dunia penyiaran, terdapat suatu prinsip yang menyatakan bahwa program yang memiliki kualitas baik cenderung akan menarik lebih banyak peminat atau audiens, sementara program yang dianggap

kurang baik tidak akan mampu menarik perhatian khalayak, yang pada gilirannya akan mempengaruhi tingkat keberhasilan stasiun penyiaran dalam menjangkau dan mempertahankan audiensnya (Arsha & Misnawati, 2017).

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Observasi Peneliti, 2025

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk studi ini adalah Inspira TV, yang terletak di Jalan Momen 1 No.40, sebuah stasiun televisi yang menghasilkan dan menyiarkan program "Jejak Iman". Pemilihan Inspira TV sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa alasan utama. Pertama, Inspira TV merupakan salah satu media televisi yang khusus menghadirkan program-program keagamaan, termasuk "Jejak Iman", yang menjadi fokus penelitian ini. Selain itu, pengalaman peneliti sebelumnya magang di Inspira TV sehingga memudahkan peneliti dalam mendapatkan informan yang relevan. Dengan demikian, lokasi penelitian yang dipilih akan memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana strategi dakwah dalam televisi digital melalui program "jejak iman" di Inspira TV.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma adalah suatu perangkat kepercayaan, nilai-nilai atau suatu pandangan terhadap dunia sekitar (Nasution; 1988:2). Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang digunakan pada penelitian ini, paradigma ini menyatakan perspektif realitas sosial tercipta melalui interaksi dan ketetapan bersama dalam masyarakat (Bungin, 2017: 112).

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. Konstruktivisme dalam konteks ini mengacu pada pandangan bahwa pengetahuan tentang realitas dibangun secara sosial dan diperoleh melalui pengalaman individu yang berinteraksi langsung dengan lingkungan.

sosial dan budaya mereka. Paradigma ini relevan karena memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana strategi dakwah melalui televisi digital dalam program "Jejak Iman" tidak hanya mencerminkan realitas objektif, tetapi juga interpretasi dan konstruksi subjektif dari para produser dan kru produksi.(Hidayah, 2024).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan fokus fenomenologis. Pendekatan ini dipilih karena tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh produser, kru produksi, dan juga terkait dengan produksi dan penyajian program "Jejak Iman".

Melalui pendekatan ini, peneliti akan mengeksplorasi bagaimana proses-proses tersebut memengaruhi persepsi dan interpretasi terhadap konten keagamaan yang disampaikan.

1.6.3 Metode Penelitian

Menurut *The New Horizon Ladder Dictionary*, penelitian adalah sebuah proses ilmiah yang dilakukan secara sistematis dan hati-hati untuk memperoleh informasi yang akurat. Sementara itu, Sugiyono (2019:4) mendefinisikan penelitian sebagai proses ilmiah untuk mengumpulkan informasi dengan alasan dan tujuan tertentu.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi deksriptif. Pemilihan metode ini didasarkan pada beberapa alasan yang relevan dengan fokus dan tujuan penelitian mengenai Strategi dakwah dalam televisi digital melalui Program "Jejak Iman" di Inspira TV dan akan

memudahkan peneliti dalam menjelaskan strategi dakwah televisi digital.(Hidayah, 2024)

Inspira TV sebagai kasus spesifik memberikan kesempatan untuk meneliti secara mendalam bagaimana keputusan-keputusan dalam produksi Program "Jejak Iman" dibuat, serta memungkinkan untuk memperoleh data dari berbagai sumber, termasuk wawancara dengan produser, sutradara, penulis skenario, dan anggota kru produksi lainnya, sehingga dapat memperoleh sudut pandang yang kaya dan beragam terhadap proses produksi.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Menurut Hardani (2020:174) data primer adalah kumpulan informasi yang digunakan sebagai data primer ataupun sekunder didalam penelitian adalah sumber data. Dalam penelitian ini, jenis data yang akan dikumpulkan adalah data kualitatif. Yang dilakukan melalui proses wawancara kepada tim produksi program sehingga data yang didapatkan kredible. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuannya untuk memahami secara mendalam strategi dakwah dalam televisi digital.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dan data aktual dan melalui beberapa proses bersumber langsung dari produser dan tim program jejak iman di Inspira TV.

1.6.4.2 Sumber Data

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer untuk mendapatkan data yang akurat melalui beberapa tahapan wawancara mendalam melalui Produser dan Kru Produksi, Responden yang terlibat langsung dalam proses produksi program "Jejak Iman" di Inspira TV, seperti produser, sutradara, penulis skenario, editor, dan kru produksi lainnya. Bertujuan untuk memahami bagaimana strategi yang dilakukan tim program Inspira TV dalam

2. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2018) Data Sekunder adalah data yang dapat diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung dengan cara melalui dokumen seperti *Term of Reference* (TOR) program, buku dan sumber lainnya. Data sekunder ini akan mendukung analisis mendalam tentang konteks dan strategi dakwah program "Jejak Iman" serta memberikan landasan teoritis yang kuat untuk interpretasi hasil penelitian.

Diantaranya dokumen dan laporan internal: Dokumen produksi seperti catatan produksi, laporan evaluasi, dan dokumen internal Inspira TV yang relevan dengan produksi dan penyiaran program "Jejak Iman". Dapat juga berupa Literatur dan Artikel, Referensi dari literatur akademis, artikel jurnal, buku, dan sumber lain yang membahas tentang strategi program dakwah, strategi penyiaran.

1.6.5 Informan dan Unit analisis

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Informan diartikan sebagai orang yang memberikan sumber data didalam penelitian (narasumber) (KBBI. 2024). Informan adalah narasumber yang memiliki peran penting dalam memberikan data penting yang relevan dan wawasan yang mendalam terkait hal yang sedang diteliti sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, selain itu juga orang yang membantu memberikan dan memastikan akurasi dan relevansi data yang dikumpulkan (Bungin, 2010).

Menurut Robert K. Yin, dalam pemilihan informan harus didasari dengan pandangan strategis untuk memastikan gambaran yang tepat dari populasi yang relevan dan akurat dengan topik penelitian.

Dalam penelitian kualitatif ini, informan dan unit analisis memiliki peran penting dalam memperoleh data yang relevan dan mendalam mengenai strategi dakwah yang dilakukan pada program "Jejak Iman" di Inspira TV.

Informan yang di maksud di dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki pengetahuan langsung dan pengalaman yang relevan terkait dengan produksi dan penyajian program "Jejak Iman". Mereka termasuk produser, sutradara, penulis skenario, editor, dan anggota kru produksi lainnya di Inspira TV yang terlibat langsung dalam pembuatan program tersebut. Unit analisis dalam penelitian ini adalah segmen-segmen tertentu dari proses produksi dan penyajian program "Jejak Iman". Misalnya, unit analisis dapat mencakup

tahapan-tahapan dalam produksi seperti perencanaan konten, pengambilan gambar, editing, dan strategi penyiaran program.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Observasi

Adler&Adler (1987:389) menyebutkan bahwa observasi adalah hal yang paling mendasar dari semua metode pengumpulan data penelitian kualitatif, lebih tepatnya pada hal-hal yang berkaitan dengan ilmu-ilmu sosial, intinya observasi merupakan hal-hal yang menyangkut dengan proses penelitian sistematis dari sebuah aktivitas yang dilakukan secara berkelanjutan yang bersifat alami untuk menghasilkan sebuah data.(Hasanah, 2017).

Observasi akan digunakan pada penelitian ini untuk mengamati secara langsung proses produksi program dakwah "Jejak Iman". Peneliti akan terlibat dalam kegiatan sehari-hari kru produksi, seperti sesi pengambilan gambar, dan proses editing. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang dinamika internal dan interaksi antara anggota tim produksi, serta bagaimana keputusan-keputusan dibuat dalam konteks nyata produksi televisi.

1.6.6.2 Wawancara

Esterbeg (2002) berpendapat bahwa wawancara adalah pertemuan antara individu untuk memberikan informasi atau ide melalui proses tanya jawab agar mendapatkan informasi yang di

perluan dari suatu bahasan atau tema yang diperlukan, adapun menurut Herdiansyah (2013:31) Menyatakan wawancara adalah suatu proses interaksi komunikasi yang di lakukan sekurang-kurangnya dua orang yang didasari dengan adanya pembicaraan/topik yang mengarah kepada tujuan utama.(Mappasere & Suyuti, 2019)

Metode wawancara ini dipilih peneliti untuk melengkapi data hasil observasi, jika hasil observasi tidak lengkap maka proses wawancara dapat dijadikan sebagai data kedua wawancara juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dari sudut pandang informan yang terlibat langsung dalam produksi program. Wawancara akan berfokus pada produser, sutradara, penulis skenario, dan anggota kru produksi lainnya di Inspira TV. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengeksplorasi proses pengambilan keputusan, tantangan yang dihadapi, strategi yang digunakan dalam produksi, serta tujuan dan efek yang diharapkan dari program "Jejak Iman".

1.6.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu catatan sebuah kejadian yang telah terjadi Bungin (2005:144-145). Metode dokumentasi juga dipakai untuk menjelajahi data histori, pada metode ini peneliti juga menelusuri data pada objek penelitian yang sedang diteliti sampai proses yang berjalan di dokumentasikan dengan baik (Sugiono, 2012:224).

Metode dokumentasi dapat dipakai jika, pada data hasil dari data sebelumnya berupa observasi dan wawancara masih belum memenuhi prosedur yang ada maka untuk opsi dokumentasi dapat dipakai untuk melengkapinya.

Dokumentasi yang dimaksud akan melibatkan pemeriksaan dokumen-dokumen internal seperti laporan evaluasi, dan catatan produksi dari Inspira TV. Dokumen-dokumen ini memberikan data tambahan yang penting untuk memahami konteks dan strategi di balik produksi program "Jejak Iman". Analisis dokumen akan memberikan pandangan tentang bagaimana program ini dirancang, dieksekusi, dan dievaluasi dari perspektif yang lebih formal dan tertulis.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk memaksimalkan keabsahan data yang diperoleh peneliti. Untuk menjamin dalam Keabsahan data penelitian kualitatif mengenai strategi dakwah pada televisi digital. Teknik ini dipilih mengingat banyak dan beragamnya data yang didapatkan. Teknik ini menguji validitas suatu data dengan melibatkan perbandingan serta pengecekan ulang terhadap informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya.

Triangulasi yang memeriksa keabsahan data melalui proses perbandingan data hal ini membantu peneliti dalam memperoleh dan memahami data (Sugiyono,2019:359). Triangulasi data juga dapat diartikan dengan pengumpulan data dengan menggabungkan dengan data yang sebelumnya atau

data yang sudah ada (Sugiyono 2015:83). Triangulasi juga merupakan sebuah teknik pengumpulan data dari berbagai sumber dan berbagai cara menurut Wijaya (2018:120-121)

Triangulasi akan digunakan untuk memastikan keabsahan data melalui penggunaan beberapa sumber data, metode, atau teori yang berbeda. Dalam penelitian ini, triangulasi akan diterapkan dengan menggabungkan data dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi . Penggunaan lebih dari satu teknik pengumpulan data akan membantu mengonfirmasi temuan dan memperkuat validitas interpretasi terhadap penelitian ini.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan untuk menguasai hasil dari penelitian, Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono, proses pengumpulan data secara sistematis dengan data yang sudah dikumpulkan sebelumnya melalui observasi, wawancara dan dokumentasi sehingga dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti dan dapat diinformasikan kembali kepada khalayak. Didalam proses analisis melibatkan beberapa langkah-langkah sebagai berikut:

1.6.8.1 Reduksi Data

Tujuan dari Reduksi data dilakukan untuk mengorganisir dan mereduksi data mentah yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan untuk mengidentifikasi pola-pola utama dan tema-tema yang muncul terkait dengan penelitian. Data dari wawancara, observasi, dan analisis dokumen akan direduksi dengan menghapus

informasi yang tidak relevan atau duplikat, Pemilihan kutipan-kutipan yang representatif dan signifikan yang mewakili variasi pandangan dan pengalaman yang berbeda dari informan.

1.6.8.2 Penyajian Display Data

Pada tahap ini peneliti akan menyusun dan menampilkan data yang telah direduksi secara sistematis. Hal ini memungkinkan untuk mengidentifikasi pola atau hubungan yang lebih dalam antara data yang dikumpulkan, serta juga Penggunaan teknik visualisasi seperti diagram, grafik, atau peta konsep untuk mengilustrasikan hubungan antara konsep-konsep yang berbeda.

1.6.8.3 Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap ini bertujuan untuk menarik kesimpulan yang valid dan dapat dipercaya dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan ini akan mempertimbangkan temuan utama dan implikasi penelitian terhadap strategi dakwah dalam televisi digital melalui program "Jejak Iman" di Inspira TV.