

ABSTRAK

Hasbi Ash Shiddiqi: Strategi Dakwah dalam Televisi Digital (Studi Deskriptif pada Program “Jejak Iman” di Inspira TV)

Fenomena meningkatnya program religi yang bernuansakan dakwah di era televisi digital merupakan suatu perkembangan signifikan yang membutuhkan strategi media dalam dunia penyiaran. Tercatat pada data KPI 2023 yang menunjukkan kenaikan indeks dalam kategori program siaran religi yang sebelumnya 3,53, menjadi 3,66, kenaikan 13 point menunjukkan adanya peningkatan konsumsi konten keagamaan pada televisi. Persoalan yang muncul meliputi bagaimana strategi dakwah di televisi digital memiliki peluang dalam penyebaran konten dakwah, teknik yang dilakukan televisi digital dalam memikat audiens program religi, serta efektivitas program dalam mencapai tujuannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis; *pertama*, Bagaimana proses perencanaan dan pengemasan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV; *kedua*, Bagaimana bentuk implementasi dakwah yang diterapkan dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV; *ketiga*, Bagaimana proses evaluasi dalam program “Jejak Iman” di Inspira TV untuk memastikan keberhasilan program; *keempat*, Apa saja elemen yang digunakan dalam pengemasan program “Jejak Iman” di Inspira TV. Teori yang digunakan mencakup strategi manajemen dari Fred R. David (2011) dan teori pemrograman televisi dari Sydney W. Head (1984).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme, yang mengacu pada pandangan bahwa pengetahuan tentang realitas dibangun secara sosial dan diperoleh melalui pengalaman individu yang berinteraksi langsung dengan lingkungan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan metode penelitian studi deskriptif. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data melalui penggunaan beberapa sumber data, metode, atau teori yang berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah dalam program “Jejak Iman” dilakukan secara sistematis mulai dari perencanaan, implementasi hingga evaluasi. Perencanaan program memperhatikan analisis lingkungan internal dan eksternal. Implementasi strategi mengedepankan efisiensi produksi, fleksibilitas narasumber, dan gaya penyampaian yang komunikatif serta kontekstual. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui umpan balik audiens dan efektivitas penyampaian pesan. Program ini juga memenuhi lima elemen strategi pemrograman televisi menurut Head, seperti *compatibility*, *habit formation*, *control of audience flow*, *conservation of resources*, dan *breadth of appeal*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah televisi digital dapat berjalan efektif apabila dirancang dengan strategi yang adaptif, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan khalayak masa kini.

Kata Kunci: Strategi Dakwah; Strategi program; Program religi; TV digital.