

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Secara umum, aktivitas dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori: aktivitas yang didefinisikan berdasarkan bahasa (lughawi) dan aktivitas yang didefinisikan berdasarkan terminologi. Dari segi kebahasaan, Kata Arab "dakwah" adalah isim masdar dari kata kerja Arab "da'a", yang berarti mengajak, mengajak, atau menasehati. Definisi dakwah menurut istilah ini mencakup pemahaman dakwah dalam arti terbatas dan dakwah dalam arti luas. (Ulistiani, L. Dkk. 1986:78).

Dakwah memiliki peran krusial dalam Islam, sebagai salah satu aspek penting. Dalam menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat, peran dakwah sangatlah strategis. Dakwah juga penting dalam menyebarkan nilai-nilai agama dan mempengaruhi pemikiran dan perilaku individu dan masyarakat di era modern yang semakin kompleks ini. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih dalam tentang strategi dakwah yang efektif untuk menyampaikan risiko Islam sangatlah penting. (Sukayat, 2015: 26).

Dakwah adalah komponen yang jelas dari praktik keagamaan dan tanggung jawab yang diberikan oleh agama kepada para penganutnya. Proses dakwah Islam meliputi upaya dakwah, pesan dakwah, metode dakwah, metode, sarana, dan tujuan. Karena itu, misi tidak hanya tergantung pada individu atau kelompok tertentu, setidaknya satu kelompok harus ada yang melaksanakannya. (Ahmad. Z, 2015 : 2).

Secara mendasar, dakwah adalah pengembangan risalah Nabi Muhammad SAW melalui penyebaran ajaran Islam kepada orang-orang di seluruh dunia. Perjuangan untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara-cara tertentu yang disebut dakwah. Tidak diragukan lagi, ilmu komunikasi terkait erat dengan proses penyampaian dakwah kepada khalayak luas. Dakwah dan ilmu komunikasi serupa dalam hal cara orang menyampaikan ide dan pesan. (Suhaimi, 2013: 219).

Komunikasi adalah aktivitas manusia untuk bertukar, menyampaikan, dan memperoleh informasi. Secara harfiah, komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communis*", yang berarti "sama", dan "*communico*", "*communicare*", yang berarti "membuat sama" (Ridwan, 2013: 91). Komunikasi adalah proses berbagi informasi antara individu. Ini berarti ketika seseorang berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada orang lain, dia sebenarnya mengharapkan bahwa orang tersebut akan bertindak sesuai dengan apa yang telah dikatakannya.

Selain itu, metode teknologi dan dakwah harus disesuaikan dengan perkembangan pesat teknologi informasi di era digital ini, terutama perubahan pola budaya sosial yang semakin tidak terkendali. Perubahan-perubahan ini dapat mengarah pada kapitalisme, individualisme, hedonisme, dan konsumerisme. Semua ini menuntut lebih banyak perhatian dari praktisi dakwah. (Muktaruddin, 2017: 53).

Seiring waktu berjalan, media massa mempengaruhi masyarakat dalam mengubah sikap mereka, baik dalam pembentukan pemikiran sosial maupun norma perilaku. Tanpa disadari, media membantu mengatur struktur kehidupan kita dan memunculkan banyak kebutuhan di dalam masyarakat. (Aidin, 2021:2)

Era digital mulai dengan munculnya teknologi komputer dan teknologi lain yang memungkinkan akses elektronik ke data. Konvergensi media adalah ketika berbagai media digital saling terhubung, membentuk media baru yang lebih kompatibel, mudah diakses, dan cepat. Perkembangan ini telah mengubah cara massa menyampaikan informasi kepada masyarakat, dan bahkan media televisi telah mengalami perubahan. Komunikasi melalui media memainkan peran penting dalam penyampaian informasi, perolehan informasi, dan menjalin hubungan dengan masyarakat. Media sangat penting untuk menyebarkan berita, pendapat, dan pemahaman tentang masalah terkini kepada audiens yang luas. Televisi adalah salah satu alat yang digunakan untuk menyebarkan agama. TV, sebagai media massa, sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Televisi melakukan tiga peran utama: menyampaikan berita, memberikan pendidikan, dan menghibur. (Yusanto, 2019: 192). Sebagai umat Islam yang memiliki pengaruh besar dalam menentukan konten siaran televisi, penting bagi media massa televisi untuk diarahkan dengan cermat ke arah nilai-nilai positif. (Nurliana, 2020: 123).

Saat ini, banyak stasiun televisi bersaing ketat untuk mengembangkan media telekomunikasi untuk menghasilkan program-program terbaik dan unik untuk menarik lebih banyak pemirsa dan meningkatkan popularitas acara mereka. Inspira TV adalah salah satu jaringan televisi digital yang berbasis di Bandung, Jawa Barat, yang memberikan liputan informasi dari tingkat lokal hingga internasional. Sebagai saluran TV digital yang populer di kalangan generasi muda, stasiun ini berasal dari Bandung dan telah menarik minat masyarakat sejak awal berdirinya.

Salah satu saluran televisi swasta baru di Indonesia adalah Inspira TV. Stasiun TV ini diluncurkan pada bulan Desember 2012 sebagai bagian dari PT Global Garda Media. Pada tanggal 1 September 2013, stasiun ini mulai mengudara secara lokal di Bandung. Saluran digital 35 UHF digunakan untuk menonton TV Inspira.

Sebagian besar program di Inspira TV memiliki tema yang berkaitan dengan Islam. Program-program yang masih ditayangkan hingga saat ini termasuk D'Outlet, Flash Back, Fun Edu, Pencari Alquran, Jejak Iman, Sang Penerus, News Minute, dan Awas Setan. Hal ini disebabkan karena minat masyarakat terhadap acara-acara berunsur Islami. Oleh karena itu, tayangan-tayangan tersebut tentu saja disusun dengan menggunakan strategi dakwah yang telah dikembangkan oleh tim produksi.

Sebuah tim produser dan kreatif bertugas di belakang layar untuk secara cermat memantau program-program yang terkait dengan dakwah. Mereka menjelaskan bahwa ini adalah respon terhadap kebutuhan penonton Muslim di Indonesia, yang mayoritas lebih tertarik pada kombinasi antara pesan dakwah dan hiburan daripada sekadar instruksi tanpa elemen hiburan.

Berdakwah melalui media menghadapi masalah ini. Membuat pesan keagamaan menarik menjadi sehingga penonton dan pengguna media termotivasi untuk menyebarkan dakwah. Penting untuk mengelola kebutuhan masyarakat akan hiburan dakwah yang bertanggung jawab dengan mempertimbangkan prinsip Islam dan memasukkan gagasan media yang sesuai dengan perjalanan dakwah.

Penjelasan di atas menjadi landasan bagi penulis untuk melakukan analisis lebih mendalam terkait Strategi Televisi Digital Dalam Memproduksi Program Dakwah (Studi Deskriptif Pada Inspira TV Kota Bandung).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, fokus penelitian ini adalah strategi dakwah dalam program televisi ini. Maka fokus penelitian ini ialah:

1. Bagaimana proses perumusan strategi program dakwah di Inspira TV?
2. Bagaimana proses implementasi strategi program dakwah di Inspira TV?
3. Bagaimana proses evaluasi strategi program dakwah Inspira TV?

C. Tujuan Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut tentang strategi dakwah dalam program televisi Inspira TV:

1. Untuk mengetahui proses perumusan strategi program dakwah Inspira TV
2. Untuk mengetahui proses implementasi strategi program dakwah Inspira TV
3. Untuk mengetahui proses evaluasi strategi program dakwah Inspira TV

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang dilakukan memiliki manfaat untuk akademis dan praktis diantara manfaatnya :

a. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi pemikiran, gagasan, dan wawasan bagi fakultas Dakwah dan Komunikasi. Temuan ini juga bisa menjadi sumbangan pemikiran, gagasan, dan wawasan serta menjadi referensi bagi peneliti lain di masa depan. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber daya berharga dalam memperkaya penelitian tentang KPI, terutama dalam konteks I'lam.

b. Kegunaan Praktis

Penulis berharap dapat membantu meningkatkan kualitas siswa di bidang audiovisual Jurusan Komunikasi dan Penyuaran Islam. Oleh

karena itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian tambahan, terutama terkait dengan peningkatan popularitas program Islami di televisi.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Penulis akan memberikan ringkasan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul yang disebutkan di atas dalam makalah skripsi dan jurnal berikut:

Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Nama Peneliti	Judul dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Lathifatul Muni'mah	<i>STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM ACARA TALKSHOW RAMADHAN (TUMAN) TOP UP IMAN SIMPANG 5 TV 2019</i>	Subjek penelitian	Teori dan Objek Penelitian
2.	Muhammad Iqbal	<i>Dakwah Dalam Pendekatan Podcast (Studi Deskriptif Tentang Strategi Dakwah Pada Program Podcast Berbeda Tapi Bersama Dalam Aplikasi Noice.Id</i>	subjek penelitian	teori dan objek penelitian
3.	Syahir Badrudin, Pahlevi, R., & Sarminawati, S.	<i>Strategi Komunikasi Dakwah Televisi Komunitas An-Nur Masjid Agung Palembang</i>	Subjek penelitian	Teori dan objek penelitian

4.	Hasan Abdul Rahman, Bambang S. Ma'rif, dan N. Sausan M. Shaleh	<i>Strategi Komunikasi Dakwah Inspira TV Pada Program Awes Ada Setan</i>	Subjek dan lokasi penelitian	Teori dan objek penelitian
5.	Syintia Nurfitria	<i>Kemasan Dakwah d Televisi (Studi Terhadap Program Siaran Dakwah MQTV Bandung)</i>	Subjek Penelitian	Teori penelitian

F. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran yang digunakan untuk menyusun skripsi adalah landasan teoritis dan landasan konseptual, diantaranya :

1. Landasan Teoritis

Teori Manajemen Strategis

Untuk mendapatkan pemahaman tentang peristiwa, perilaku, atau fenomena yang dipelajari, penelitian kualitatif tekanan elemen manusia, objek, institusi, dan hubungan dan interaksi mereka (Rukajat, 2021: 54). Penting untuk diingat bahwa teori yang digunakan dalam penelitian kualitatif tidak selalu tepat. Semua data yang dikumpulkan oleh peneliti, baik primer maupun sekunder, tidak hanya berkaitan dengan teori yang digunakan.

Sebaliknya, referensi lain yang relevan digunakan selama proses pengumpulan data. Teori yang mendasari tahap penelitian ini adalah teori strategi manajemen yang ditawarkan oleh Fred R. David. David mendefinisikan strategi manajemen sebagai seni dan ilmu dalam mengenali, menerapkan, dan menanamkan setiap aspek dari berbagai disiplin ilmu yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan mereka. Berdasarkan definisi ini, strategi manajemen memusatkan perhatian pada manajemen integrasi, pemasaran, keuangan/akuntansi, dan akuntansi. Organisasi dapat menggunakan strategi manajemen untuk menciptakan peluang baru dan unik untuk masa depan, membuat rencana jangka panjang, dan berusaha mengoptimalkan tren saat ini. (Fred R. David, 2010:6)

Berdasarkan pemahaman ini, Dr. Fred David menyatakan bahwa untuk mencapai tujuan yang diinginkan, proses strategi terdiri dari beberapa langkah, di antaranya:

Pertama, Pada tahap ini, formulasi strategi adalah proses perancangan dan pemilihan berbagai strategi yang pada akhirnya akan membantu organisasi mencapai tujuan dan misinya. Dalam proses ini, aktivitas seperti merumuskan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman dari sumber luar, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, menyusun strategi alternatif, dan memilih strategi khusus yang akan digunakan.

Kedua, yang juga disebut sebagai implementasi strategi, dan juga disebut sebagai tindakan dalam strategi, karena tujuan utamanya adalah mengubah dan menerapkan strategi yang telah dirumuskan menjadi tindakan yang dapat dilakukan. Dalam tahap ini, perusahaan harus menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan memberikan sumber daya untuk menerapkan strategi. Implementasi strategi juga meliputi membangun budaya organisasi yang mendukung strategi, membangun struktur organisasi yang kuat, mengawasi upaya pemasaran, membangun dan menggunakan sistem informasi, menyusun anggaran, dan memeriksa hubungan antara pemenuhan karyawan dan kinerja organisasi.

Tahap *ketiga*, Strategi evaluasi adalah proses di mana manajer membandingkan pencapaian tujuan dengan hasil yang telah dicapai. Strategi evaluasi terdiri dari tiga langkah utama: menilai faktor internal dan eksternal yang membentuk dasar untuk implementasi strategi saat ini, memulai kinerja, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk perbaikan. Tinjauan strategi secara berkala sangat penting karena keberhasilan saat ini tidak menjamin keberhasilan di masa depan.

Penelitian ini terbagi menjadi tiga tahap: perencanaan strategi dakwah, pelaksanaan strategi dakwah, dan evaluasi pelaksanaan strategi dakwah, menurut teori manajemen strategi Fred R. David.

2. Kerangka Konseptual

Berdasarkan judul yang di ambil penulis mengemukakan kerangka konseptual sebagai berikut :

a. Dakwah

Dakwah adalah upaya dimana individu atau kelompok menyebarkan ajaran Islam, baik dalam bentuk perintah kebaikan maupun peringatan akan kejahatan. Tujuan utamanya adalah untuk membentuk individu, keluarga, dan masyarakat yang bahagia dan terbaik. Metode pelaksanaannya melibatkan penggunaan lisan, tulisan, tindakan, maupun keteladanan dalam menerapkan ajaran Islam.

Menurut Hasyim seperti yang dikutip dalam Ridwan (2022), dakwah merupakan panduan yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Dasarnya adalah Al-Quran, Hadis, riwayat hidup Nabi, atau sirah, dan pengalaman para Khulafaur Rasyidin. Dari konsep ini, dakwah melampaui sekadar memberikan ceramah atau pengajaran agama Islam. Misi dakwah melibatkan penghayatan nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Quran dan Sunnah, serta upaya menjadi teladan bagi masyarakat. (Ridwan, 2022: 72)

Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara, seperti ceramah, pelajaran, diskusi, literatur keagamaan, media sosial, dan berbagai bentuk komunikasi lainnya. Dakwah adalah ajakan kepada manusia untuk mengikuti jalan yang benar dengan bijaksana, sesuai dengan perintah Allah SWT, untuk mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. (Syarifuddin, 2022:35)

b. Strategi Dakwah

“Strategi” adalah istilah yang digunakan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia untuk Merujuk pada perencanaan yang dibuat dengan cermat untuk mencapai tujuan tertentu (KBBI, 2022). Setiap kegiatan pasti memiliki tujuan dan alasan untuk berhasil. Oleh karena itu, dibuat strategi untuk memastikan agar acara berjalan lancar. Oleh karena itu, menurut Onong Uchjana Effendy, merencanakan dan mengatur pencapaian tujuan merupakan bagian penting dari strategi. (Fitriaty, 2022: 112).

Strategi harus mampu berfungsi sebagai pedoman dan menunjukkan langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat

didefinisikan sebagai kemampuan atau keahlian dalam mengelola dan merencanakan sesuatu untuk mencapai hasil yang diharapkan, sesuai dengan definisi ini. Tanggung jawab yang melekat dalam urusan agama adalah dakwah, yang merupakan upaya untuk mengajak orang berbuat baik dan menghindari kejahatan (Sukayat, 2019:9). Dakwah bertujuan untuk membawa perubahan pada masyarakat secara sistematis dan terstruktur saat dilakukan.

Dalam konteks strategi dakwah, upaya untuk mencapai tujuan dakwah adalah proses menentukan langkah-langkah, metode, dan upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu dengan tujuan memaksimalkan pencapaian tujuan dakwah secara optimal. Menurut Syarifuddin.M, (2022:23)

c. Televisi Digital

DTV adalah perangkat yang digunakan untuk menerima siaran televisi digital. DTV adalah jenis televisi yang menggunakan sistem modulasi dan kompresi digital untuk mengirimkan sinyal gambar, suara, dan data ke perangkat televisi. Ini adalah perkembangan dari sistem Penerbitan analog menjadi sistem Penerbitan digital, yang mengubah informasi menjadi bit data, serupa dengan proses yang terjadi pada komputer

TV digital dioperasikan oleh teknologi penerima yang dapat menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan sekitarnya. Sinyal digital bisa diterima dari berbagai pemancar untuk membentuk jaringan saluran bersama, sehingga mengembangkan cakupan TV digital. Televisi digital menyertakan peralatan untuk suara dan gambar dalam format digital, mirip dengan yang digunakan oleh kamera video. (Nuryanto, 2019:30).

Saat ini, skala televisi semakin besar, dan obsesi masyarakat terhadap televisi mengubah pola kehidupan masa lalu masyarakat. Siaran-siaran yang disajikan mempunyai kemampuan untuk perlahan-lahan mengubah sikap seseorang. Televisi juga merupakan contoh bagaimana masyarakat seharusnya menjalani kehidupannya. Sebagai media hiburan, televisi berlomba-lomba menyajikan program-program menarik untuk menarik pemirsa. Budaya menonton televisi yang

tinggi juga dapat menimbulkan ketergantungan. Pasalnya televisi menjadi sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat luas.

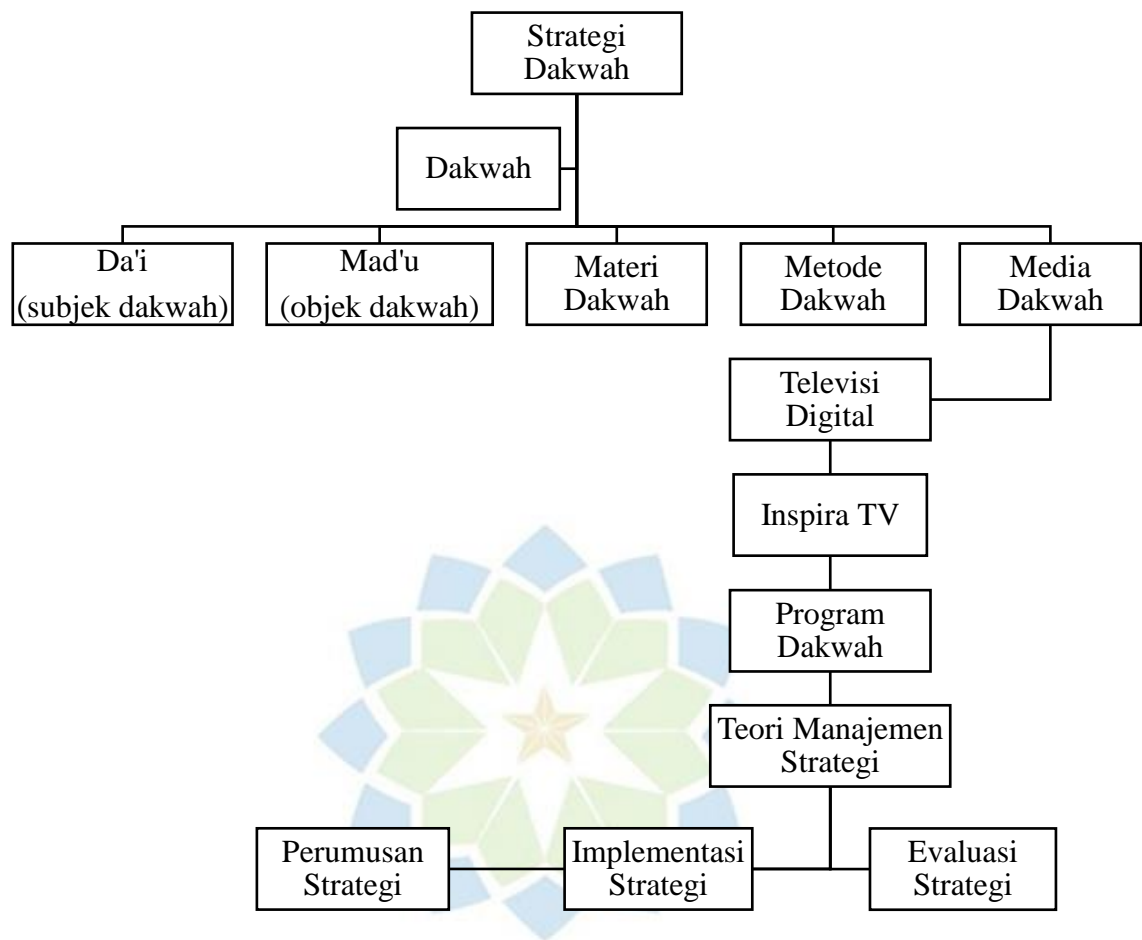
Kehadiran televisi memberi masyarakat kebebasan untuk memilih program dan informasi yang mereka inginkan dan butuhkan. Televisi adalah media *audiovisual* yang memfasilitasi penyajian beragam aspek dakwah *nonverbal*. Misi dakwah juga dapat menggunakan elemen citra visual untuk meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan pesan komunikasi dakwah.

d. Program TV

Program televisi adalah kumpulan gambar dan suara yang dikemas dalam bentuk audiovisual dan didistribusikan kepada masyarakat melalui media televisi. TV adalah media komunikasi jarak jauh yang mengirimkan gambar dan suara melalui transmisi elektromagnetik, baik melalui kabel maupun nirkabel, menurut Onong Uchjana Effendy. Prinsip radio mengontrol fungsi televisi "jauh" dan "visual" , sementara gambar mengontrol fungsi "visual". Gambar bergerak yang ditransmisikan, termasuk gambar diam, memungkinkan pemirsa melihat siaran televisi (Lathifatul, 2020:26). Tiga kategori utama acara televisi adalah drama (fiksi), non-drama (non-fiksi), dan berita dan olahraga.

e. Program Dakwah

Program dakwah adalah jenis program yang dirancang untuk mengangkat isu-isu agama Islam, mempromosikan pemahaman Islam, dan memberikan informasi serta tayangan terkait dengan agama Islam kepada pemirsa. Seperti program tayangan yang ada di Inspira TV banyak program yang mengangkat konsep berdakwah seperti Qur'an Explore, Jejak Iman, dan Awas Ada Setan.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

G. Langkah-langkah Penelitian

Untuk memastikan keakuratan dan keteraturan struktur penelitian ini, peneliti menguraikan tahapan dan beberapa langkah penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Inspira TV, yang terletak di Jl. Palakan Momen 1 No.40 , Kota Bandung. Lokasi ini dipilih karena peneliti ingin memiliki objek penelitian secara langsung. Selain itu, pengalaman magang sebelumnya di Inspira TV oleh peneliti memudahkan dalam mengidentifikasi informan yang relevan.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma adalah perspektif dasar seorang ilmuwan atau peneliti tentang topik yang harus ditanyakan, pertanyaan yang harus disampaikan, dan metode untuk menjawabnya (Bungin, 2017: 92). Paradigma konstruktivis adalah pendekatan yang dianut oleh penelitian ini. Paradigma ini berpendapat bahwa konstruksi sosial menciptakan kebenaran dalam realitas sosial, dan sifat kebenaran dalam realitas sosial adalah relatif (Bungin, 2017: 112).

Peneliti memilih paradigma konstruktivis ini karena mereka terlibat secara langsung dalam pembuatan instrumen penelitian dan memungkinkan penulis untuk membuat strategi dakwah dan penyebaran pesan yang digunakan dalam program televisi Islami Inspira TV. Hasil penelitian ini bersifat relatif, jadi mungkin tidak sama dengan penelitian peneliti lain tentang subjek yang sama.

Semua langkah dan proses penelitian, dari pertanyaan hingga penyimpulan, dimasukkan ke dalam metode ini (Bungin, 2017: 42). Pendekatan kualitatif melakukan penelitian secara menyeluruh dan menggunakan peneliti sebagai alat utama dalam pengumpulan dan analisis data (Bungin, 2017: 67).

Metode kualitatif ini sesuai dengan perspektif konstruktivis yang mendalam tentang subjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, fenomena, observasi, atau hipotesis, serta perilaku atau motivasi subjek penelitian dijelaskan secara menyeluruh, kata Lexi J. Moleong. Penggunaan bahasa dan perilaku alami, termasuk penggunaan kata-kata dalam konteks tertentu, dapat membantu memahami fenomena tersebut (Moleong, 2018: 55).

3. Metode Penelitian

Penelitian adalah proses ilmiah untuk mengumpulkan informasi dengan tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2019: 4). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang didefinisikan sebagai pendekatan yang didasarkan pada data atau sampel yang dikumpulkan dan digunakan untuk mendeskripsikan objek penelitian

(Sugiyono, 2019: 13). Semua data dikumpulkan untuk analisis tambahan, dan hasilnya menentukan kesimpulan.

Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang jelas dan menyeluruh tentang masalah yang diinginkan. Penggunaan metode ini berfokus pada mengamati perilaku subjek penelitian, baik yang disampaikan secara lisan maupun tertulis. Pilihan ini juga disebabkan oleh fakta bahwa peneliti akan melihat dan mengamati langsung fenomena yang terjadi selama program dakwah di Inspira TV, yang akan memungkinkan peneliti untuk menjelaskan strategi dakwah yang digunakan.

4. Jenis dan Sumber Data

Menurut Hardani (2020:174), kumpulan materi atau informasi yang digunakan sebagai data primer dan sekunder dalam penelitian disebut sebagai sumber data.

a. Sumber Data Primer

Menurut Hardani (2020:179), data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian, seperti melalui wawancara dengan direktur tim eksekutif program Islami dan pengurus Inspira TV.

b. Sumber Data Sekunder

Data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber primer disebut sebagai sumber data sekunder, menurut Hardani (2020:190). Contoh sumber data sekunder termasuk dokumen tertulis seperti buku, dokumen penting, arsip, jurnal, dan website resmi.

5. Informan atau Unit Analisis

Menurut Heryana (2018:73), informan merupakan individu atau kelompok yang memberikan data dan informasi terkait dengan fenomena yang diteliti dalam penelitian. Dalam konteks ini, tokoh protagonis menjadi informan utama. Dalam penelitian kualitatif, terdapat tiga jenis informan yang berperan sebagai berikut:

- a. Informan kunci, yakni individu atau pihak yang memiliki pengetahuan umum dan konseptual tentang subjek, seperti CEO atau manajemen Inspira TV.
 - b. Informan utama, yang merupakan orang penting yang memberikan informasi rinci, seperti produser utama program dakwah Inspira TV.
6. Teknik pengumpulan data

Untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian, proses pengumpulan data adalah tahapan yang teratur dan terstruktur. Hubungan antara pertanyaan penelitian dan metode pengumpulan data sangat penting (Hardani, 2020: 265). Dalam penelitian ini, wawancara digunakan, sebagai berikut:

- a. Wawancara

Peneliti dan responden terlibat dalam interaksi verbal langsung secara tatap muka atau melalui telepon selama proses pengumpulan data melalui wawancara. Sebelum melakukannya, peneliti harus membuat pertanyaan penelitian dengan cermat. Proses ini memastikan bahwa informasi yang diberikan responden dapat diterima dan diinterpretasikan dengan tepat. Selain itu, perspektif responden harus sesuai dengan tujuan peneliti (Maulida, 2020: 72). Untuk mendapatkan data langsung dari CEO dan produser Inspira TV, peneliti menggunakan wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data utama yang relevan dengan teori strategi manajemen.

7. Teknik Pengumpulan Keabsahan Data

Untuk menjamin kevalidan data, analisis data sangatlah penting. Tingkat kepercayaan, transferabilitas, reliabilitas, dan konfirmasi adalah empat standar utama yang harus dipenuhi untuk menentukan validitas data (Moleong, 2019: 154). Susan Stainback, dalam karya Sugiyono (2019: 352), menyarankan penggunaan teknik triangulasi dalam penelitian ini.

Triangulasi, yang memeriksa keakuratan data melalui perbandingan berbagai data, membantu peneliti memahami data dan fakta yang mereka peroleh (Sugiyono, 2019: 359).

Salah satu teknik triangulasi yang digunakan untuk memvalidasi data adalah triangulasi sumber, yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti informan, dokumen, atau kejadian (Moleong, 2019: 173). Langkah-langkah untuk menentukan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi adalah sebagai berikut:

- a. Membandingkan data dari observasi dan wawancara. Selain itu, perbandingan dapat dibuat antara perilaku seseorang dan pernyataannya di depan umum.
 - b. Membandingkan evaluasi masyarakat terhadap situasi saat ini dengan evaluasi di masa lalu.
 - c. Membandingkan pandangan dan pengalaman pribadi dengan pandangan orang lain, seperti masyarakat umum, kelompok terdidik, individu kaya, dan pejabat pemerintah.
 - d. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang relevan.
8. Teknik Analisis Data

Untuk memahami tentang hasil penelitian, teknik analisis data yang melibatkan pencarian dan pengorganisasian informasi dari berbagai sumber, termasuk observasi, dokumen, dan wawancara (Hartono, 2018: 40). Miles dan Huberman (2014: 78) menjelaskan tiga cara untuk menganalisis data deskriptif, misalnya:

- a. Reduksi Data

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data melibatkan identifikasi informasi yang relevan dan penekanan pada aspek penting dalam mengidentifikasi pola dan tema. Dengan demikian, pengumpulan data dilakukan secara terstruktur karena reduksi data membantu dalam menyajikan gambaran yang terperinci dan mendukung proses pengumpulan data.

- b. Penyajian Data

Informasi yang disajikan sangat penting dalam penelitian kualitatif, yang sering menghasilkan teks naratif. Tujuan penyajian informasi adalah

untuk menyusun informasi secara sistematis sehingga memungkinkan untuk merencanakan langkah-langkah penelitian berikutnya dan membuat kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Pada titik ini, fokus peneliti adalah mendapatkan informasi yang relevan. Teks naratif, tabel, diagram, dan lainnya adalah beberapa format yang dapat digunakan untuk menyajikan informasi.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Analisis data adalah langkah berikutnya, menurut Miles dan Huberman. Ini melibatkan penarikan kesimpulan atau validasi. Pada tahap awal, kesimpulan yang dibuat akan dianggap kredibel hanya jika didukung oleh bukti yang valid dan konsistensi yang dikumpulkan selama proses pengumpulan data penelitian.

