

## ABSTRAK

**Yosa Ardhi Nugraha:** Strategi Komunikasi Televisi Publik dalam Mengembangkan Program Dakwah (Studi Kasus di TVRI Jawa Barat)

Program dakwah di TVRI Jawa Barat menjadi sarana yang efektif untuk mendidik masyarakat tentang ajaran Islam dan mendorong perilaku positif. Namun, tantangan yang dihadapi oleh televisi publik seperti TVRI dalam mengembangkan program dakwah cukup kompleks. Oleh karena itu, TVRI melakukan strategi komunikasi dalam mengembangkan program dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses dalam memastikan program dakwah bisa diterima oleh masyarakat, mengupayakan pembinaan terhadap audiens melalui program dakwah dan memberikan motivasi agar menjadi suatu perubahan yang baik untuk masyarakat di TVRI Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan teori Strategi komunikasi R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett (1984) yang memiliki tiga tujuan yaitu *To secure understanding*, *To establish acceptance* dan *To motive action*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus., serta Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi ke pihak TVRI Jawa Barat. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari tiga komponen yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*display data*) dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*conclusion drawing and verification*).

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi TVRI Jawa Barat dalam mengembangkan program dakwah melibatkan beberapa langkah kunci. Pertama, untuk memastikan penerimaan masyarakat, dilakukan riset dan analisis pemirsa, kolaborasi dengan tokoh agama dan pakar dakwah, serta penyusunan konten yang relevan dan menarik. Media sosial dan platform digital dimanfaatkan secara efektif, diikuti dengan evaluasi dan pengumpulan *feedback* dari audiens. Kedua, dalam upaya pembinaan audiens, materi disampaikan melalui talk show, ceramah, dan kajian oleh penceramah kompeten. Ketiga, motivasi berperan penting dalam mendorong audiens untuk berpartisipasi aktif dan menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Survei kepada audiens, pemilihan da'i yang kompeten, serta pemantauan komentar dan masukan dari audiens terus dilakukan untuk mengembangkan program dakwah. Penelitian ini mengungkap bahwa TVRI Jawa Barat berhasil meningkatkan penerimaan dan keterlibatan audiens dalam program dakwah melalui riset pemirsa, kolaborasi dengan tokoh agama, serta pemanfaatan media sosial. Strategi komunikasi yang mencakup penyampaian materi melalui talk show dan evaluasi berkelanjutan terbukti efektif dalam memotivasi audiens untuk menerapkan ajaran agama dan menciptakan perubahan positif dalam masyarakat.

**Kata Kunci:** Program dakwah; strategi komunikasi; TVRI Jawa Barat.