

OPTIMALISASI MEDIA DAKWAH VISUAL DI TV *ISLAMIC CENTER*

Mawar Nur Febriyanti¹, Reva Cahya Nabila², Eva Aprilia³, Galang Septian⁴, Kaisyah Amalia⁵

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris^{1,2,3,4,5}

Email : mawarnurfebriyanti123@gmail.com¹, revachya05@gmail.com²,
evaaprilial311@gmail.com³, pgalang121212@gmail.com⁴, kaisyahamalia5@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan media dakwah visual di TV *Islamic Center* Samarinda. Pengelolaan TV ini dibantu oleh jamaah dan dukungan dari UPT Perpustakaan, dimana pengurus fokus pada pengelolaan konten berbasis dakwah melalui kanal YouTube dan Facebook, sementara tim ta'mir bertanggung jawab atas pembuatan video pendek. Tantangan utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia, yang diatasi dengan dukungan anak muda, dan adaptasi terhadap perkembangan industri media. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan menggali informasi mendalam melalui wawancara dengan pengurus TV *Islamic Center* Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan potensi optimalisasi media dakwah visual melalui peningkatan kualitas produksi video, diverifikasi platform media sosial, dan pelatihan bagi tim produksi untuk meningkatkan kemampuan dalam mengikuti perkembangan teknologi terkini. TV *Islamic Center* Samarinda memiliki peran penting dalam dakwah visual, namun perlu strategi optimalisasi yang berkelanjutan untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas dakwah.

Kata Kunci: Islamic Center, Media Dakwah, Optimalisasi

Abstract

This study aims to optimize visual da'wah media on Samarinda Islamic Center TV. The management of this TV is assisted by the congregation and support from the Library UPT, where the management focuses on managing da'wah-based content through YouTube and Facebook channels, while the ta'mir team is responsible for making short videos. The main challenges include limited human resources, which are overcome with the support of young people, and adaptation to developments in the media industry. The research method used is a qualitative method with a case study approach and digging up in-depth information through interviews with the management of Samarinda Islamic Center TV. The results of the study show the potential for optimizing visual da'wah media by improving the quality of video production, diversifying social media platforms, and training for the production team to improve their ability to follow the latest technological developments. Samarinda Islamic Center TV has an important role in visual da'wah, but it needs a sustainable optimization strategy to increase the reach and effectiveness of da'wah.

Keywords: Islamic Center, Da'wah Media, Optimization

PENDAHULUAN

Dakwah memiliki beberapa nama atau istilah yang secara substansi maksudnya sama yaitu:- *Tabligh* adalah menyeru atau menyampaikan- *Amar ma'ruf nahi munkar* merupakan perintah (menyeru) kepada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran. - *Mauidhah* adalah pemberian nasehat yang baik- *Indhar* merupakan pemberian kabar buruk- *Tadzkiroh* adalah peringatan, dalam hal ini dakwah memberiperingatan kepada manusia agar senantiasa mengingat selalu akan keberadaan Allah dengan beribadah kepadanya. Wasiyat adalah memberikan pesan-pesan yang baik kepada orang lain untuk dilaksanakan.(Sakareeya: 2014)

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa dakwah pada hakekatnya adalah segala aktifitas dan kegiatan yang mengajak orang untuk berubah dari satu situasi ke situasi yang mengandung nilai kehidupan yang bukan islami kepada nilai kehidupan yang islami. Aktivitas dan kegiatan tersebut dilakukan dengan mengajak, mendorong, menyeru, tanpa tekanan, paksaan dan provokasi, dan bukan pula dengan bujukan dan rayuan pemberian sembako dan sebagainya. Jadi perubahan yang dilakukan oleh *mad'u* adalah berdasarkan kesadaran, hati nurani dan keinginannya sendiri. Dalam prakteknya dakwah memerlukan media sebagai sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah dari *da'i* kepada *mad'u*.

Menurut Mulyana (2005), dimensi isi mencerminkan muatan komunikasi, atau dengan kata lain, apa yang dikomunikasikan. Sementara itu, dimensi hubungan mengindikasikan bagaimana cara penyampaian dilakukan dan mencerminkan hubungan antara para peserta komunikasi. Dimensi hubungan juga menuntut pemahaman mengenai bagaimana hubungan tersebut seharusnya dibangun dan bagaimana pesan sebaiknya disampaikan. Oleh karena itu, interaksi sosial dalam komunikasi dakwah melalui media sosial mencakup aspek konten pesan dan kualitas hubungan antara peserta komunikasi, menjadi prinsip mendasar yang harus diperhatikan dalam upaya penyampaian pesan dakwah melalui platform ini. Keberhasilan pelaksanaan dakwah dapat diukur dari kemampuan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah untuk menerapkan ajaran agama dan menjauhi perbuatan mungkar. Untuk mencapai hal ini, perlu dilakukan aktivitas evaluasi dan penilaian terhadap materi yang disampaikan oleh dai kepada *mad'u* (objek dakwah), sehingga *mad'u* dapat memahami dan menerapkan ajaran tersebut (Rafi'udin dan Djaliel, 1997).

TV Islamic Center Samarinda merupakan lembaga penyiaran lokal yang memiliki fokus utama pada penyebaran dakwah Islam melalui media visual. Awalnya, kegiatan dakwah dilakukan dalam bentuk siaran radio konvensional, namun seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi, pengurus TV Islamic Center menyadari pentingnya adaptasi terhadap teknologi digital. Mereka kemudian

mulai beralih ke media visual dengan memanfaatkan platform YouTube dan Facebook sebagai kanal utama untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat. Transformasi ini bukan hanya bentuk inovasi teknis, tetapi juga mencerminkan keseriusan pengurus dalam menjawab tantangan zaman modern, terutama dalam hal menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan konten berbasis video. Harapan dari penerapan media massa dan media sosial dalam dakwah adalah agar pengaruh syiar Islam dapat lebih kuat terangkat. Tidak hanya mencapai audiens yang luas, tetapi juga memberikan kemudahan akses kapan saja dan meninggalkan jejak digital yang lebih sistematis jika dibandingkan dengan cara-cara tradisional yang telah digunakan sebelumnya (Khumaedi dan Fatimah, 2019). Ini mencerminkan perlunya penyesuaian dengan perkembangan teknologi.

Latar belakang berdirinya TV *Islamic Center* bermula dari program radio dakwah yang kemudian berkembang seiring kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat. Awalnya, jangkauan siaran terbatas, namun seiring waktu, TV *Islamic Center* berusaha memperluas jangkauannya dengan memanfaatkan platform digital seperti YouTube dan Facebook, serta berkolaborasi dengan berbagai instansi, menunjukkan evolusi strategi media dakwah yang responsif terhadap perkembangan zaman dan berusaha untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Tujuan utama TV *Islamic Center* adalah menyebarkan syariat Islam melalui berbagai program, tidak hanya terbatas pada kajian keagamaan, tetapi juga mencakup isu-isu sosial, kesehatan, pendidikan, dan motivasi, menunjukkan upaya untuk menciptakan program yang relevan dan menarik bagi berbagai kalangan masyarakat. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif untuk memahami secara mendalam strategi, tantangan, dan dampak dari optimalisasi media dakwah visual yang dilakukan oleh TV *Islamic Center*.

Optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* dilakukan melalui beberapa strategi. Selain menyiarkan program secara langsung dan menayangkannya kembali melalui platform digital, TV *Islamic Center* aktif mengelola akun media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih muda, meskipun konten video pendek yang menjadi tren saat ini belum sepenuhnya dimaksimalkan. Keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran menjadi tantangan utama dalam proses optimalisasi ini, sehingga pengelola TV *Islamic Center* harus memiliki multiskill untuk mengerjakan berbagai tugas, mulai dari pengambilan gambar, editing, hingga publikasi di media sosial. Hal ini menunjukkan bagaimana lembaga ini berjuang untuk memaksimalkan efektivitas dengan sumber daya yang terbatas, namun tetap berkomitmen untuk menjalankan misi dakwahnya. Meskipun terdapat keterbatasan, upaya kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti lembaga kesehatan, perguruan tinggi,

dan organisasi kemasyarakatan, menunjukkan komitmen untuk menciptakan program dakwah yang berkualitas dan relevan.

Dari wawancara ini menunjukkan bahwa optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* masih terus berupaya beradaptasi dengan perubahan lanskap media dan menghadapi tantangan signifikan dalam hal sumber daya. Kedepannya, TV *Islamic Center* diharapkan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam memanfaatkan media visual untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat, dengan perluasan produksi konten yang sesuai tren media sosial dan peningkatan kualitas produksi. Pentingnya kolaborasi dan dukungan dari berbagai pihak juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* ini.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus untuk mengkaji optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* Samarinda. Penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang praktik dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan media dakwah visual di TV *Islamic Center*. Sumber data utama penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan pengurus TV *Islamic Center* Samarinda yang terlibat langsung dalam operasional dan pengelolaan konten. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik.

Proses analisis data dilakukan secara bertahap, dimulai dengan transkripsi wawancara, kemudian identifikasi tema dan sub-tema yang muncul secara berulang dalam data. Selanjutnya, dilakukan interpretasi data untuk memahami makna dan hubungan antar tema, serta membangun kesimpulan yang komprehensif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang akurat, terpercaya, dan mendalam tentang strategi optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* Samarinda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media dakwah visual berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat akan informasi keagamaan yang mudah diakses dan relevan dengan perkembangan teknologi. Awalnya, dakwah dilakukan secara konvensional melalui ceramah langsung di masjid atau majelis taklim, namun seiring kemajuan teknologi, media visual seperti televisi dan media sosial menjadi sarana baru yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas. Media visual memungkinkan penyajian pesan yang lebih menarik melalui

kombinasi gambar, suara, dan video, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan lebih mudah dan menyenangkan.

Media dakwah visual mencakup berbagai platform, mulai dari televisi, YouTube, Facebook, hingga Instagram dan TikTok. Di TV Islamic Center, media dakwah visual awalnya hanya berupa radio, namun kemudian berkembang menjadi TV Islamic Center yang menyiarkan berbagai program keislaman, pendidikan, kesehatan, motivasi, hingga budaya. Konten yang dihasilkan tidak hanya untuk konsumsi internal, tetapi juga didistribusikan melalui media sosial agar dapat diakses oleh masyarakat luas kapan saja dan di mana saja. Program-program yang disajikan sangat beragam, mulai dari kajian rutin, tausiyah, talkshow keislaman, liputan event keagamaan, hingga program inspirasi pemuda dan pendidikan. Selain konten keislaman, sekitar 40% program juga membahas isu umum seperti kesehatan dan budaya, namun tetap dikaitkan dengan nilai-nilai Islam.

Analisis terhadap kesuksesan dan hambatan yang dihadapi oleh TV *Islamic Center* dalam memanfaatkan media visual untuk dakwah akan memberikan gambaran yang berharga bagi lembaga lain yang ingin mengembangkan strategi dakwah yang efektif di era digital. Temuan ini juga dapat memberikan rekomendasi untuk peningkatan strategi dan penggunaan teknologi yang lebih optimal serta menunjukkan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah di era modern yang terus berkembang pesat.

Latar Belakang TV *Islamic Center*

TV *Islamic Center* bermula dari sebuah program radio dakwah yang melihat kebutuhan akan perluasan jangkauan dakwah melalui media visual. Perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi media massa mendorong inisiatif ini, menunjukkan kesadaran lembaga akan pentingnya beradaptasi dengan perkembangan zaman dalam menyampaikan pesan dakwah. Hal ini merupakan langkah strategis dalam merespon dinamika masyarakat yang semakin terhubung dengan media digital.

Awalnya, jangkauan siaran TV *Islamic Center* terbatas, namun seiring berjalannya waktu, lembaga ini secara progresif mengembangkan strategi untuk memperluas jangkauan siarannya. Implementasi platform digital seperti YouTube dan Facebook menjadi bukti nyata dari upaya adaptasi dan inovasi yang dilakukan oleh TV *Islamic Center* dalam menyebarkan pesan dakwahnya kepada khalayak yang lebih luas. Perkembangan ini menunjukkan kecakapan lembaga dalam memanfaatkan teknologi untuk mencapai tujuan dakwahnya.

Optimalisasi yang Dilakukan TV *Islamic Center*

TV *Islamic Center* tidak hanya menyiarkan program secara langsung, melainkan juga memanfaatkan platform digital seperti YouTube dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pemanfaatan platform digital ini menandakan pemahaman lembaga terhadap perilaku konsumsi media masyarakat modern, yang semakin bergantung pada platform digital untuk mengakses informasi. Meskipun demikian, integrasi konten video pendek yang menjadi tren saat ini belum maksimal. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara upaya optimalisasi media dakwah visual dengan tren konsumsi media terkini. Analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mengakibatkan hal ini.

Penggunaan media sosial seperti Youtube dan Facebook menunjukkan upaya TV *Islamic Center* untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan muda. Strategi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih relevan dan menarik bagi generasi muda. Akan tetapi, efektivitas strategi ini perlu dievaluasi lebih lanjut. Tujuan utama TV *Islamic Center* adalah menyebarkan syariat Islam, tidak hanya melalui kajian keagamaan semata, melainkan juga mencakup isu sosial, kesehatan, pendidikan, dan motivasi. Hal ini mencerminkan komitmen lembaga untuk menyampaikan pesan dakwah yang komprehensif dan relevan bagi berbagai aspek kehidupan. Upaya ini bertujuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Keterbatasan sumber daya manusia menjadi tantangan signifikan. Satu orang seringkali harus mengerjakan beberapa tugas sekaligus, mulai dari pengambilan gambar, editing, hingga penyiaran. Keterbatasan ini menunjukkan adanya kebutuhan peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk mendukung optimalisasi media dakwah visual. Hal ini membutuhkan perencanaan yang matang untuk mengatasi keterbatasan tersebut. Keterbatasan anggaran juga menjadi kendala utama. Perawatan peralatan elektronik yang mahal menjadi beban tambahan. Keterbatasan ini mengharuskan pengelolaan keuangan yang efisien dan efektif, serta mencari pendanaan tambahan untuk mendukung operasional TV *Islamic Center*. Strategi penggalangan dana yang efektif perlu dipertimbangkan.

Dalam wawancara mendalam bersama para pengurus, terungkap bahwa proses pengelolaan media ini tidaklah mudah. TV *Islamic Center* tidak memiliki struktur organisasi besar atau anggaran tetap seperti lembaga penyiaran formal lainnya. Seluruh kegiatan dilakukan oleh tim kecil yang terdiri dari relawan jamaah masjid dan dibantu oleh pihak UPT Perpustakaan. Setiap orang dalam tim memiliki tugas ganda. Ada yang bertindak sebagai kameramen sekaligus editor, ada juga yang harus merangkap sebagai penulis naskah, pengisi

suara, dan pengelola akun media sosial. Kondisi ini menimbulkan beban kerja yang cukup berat karena setiap konten dakwah yang diunggah harus melewati proses produksi yang cukup panjang, dan semuanya dilakukan oleh sumber daya yang sangat terbatas.

Pengurus TV Islamic Kaltim menganggap bahwa kurangnya tenaga pengelola adalah salah satu hambatan utama dalam pengembangan dan peningkatan media dakwah, sehingga peneliti menyimpulkan beberapa sebab:

1. Beban kerja yang berat

Dengan jumlah pengurus yang sedikit, tanggung jawab yang harus diemban menjadi sangat besar, mulai dari penciptaan konten, manajemen siaran, hingga berinteraksi dengan masyarakat dan pihak lainnya. Ini dapat menurunkan mutu serta kuantitas program dakwah yang ditayangkan.

2. Terbatasnya inovasi dan pengembangan konten

Kurangnya sumber daya manusia menghalangi kemampuan TV Islamic Kaltim yang dapat menciptakan dan mengembangkan program-program yang menarik dan sesuai dengan tuntutan masyarakat modern, terutama para remaja yang menjadi target utama dakwah digital.

3. Pengelolaan teknis dan administratif yang kurang optimal

Manajemen teknis siaran dan administrasi operasional membutuhkan tenaga ahli yang cukup. Kekurangan pengurus mengakibatkan proses ini tidak berjalan efisien, yang berdampak pada kelancaran siaran dan layanan bagi pemirsa. Peningkatan media dakwah visual di TV Islamic Kaltim sangat ditentukan oleh kemampuan para pengurus dalam mengelola dan memajukan media tersebut dengan cara yang profesional dan inovatif.

Apabila program tidak diperbarui dan dikembangkan secara teratur, daya tarik dan jumlah penonton akan menurun, terutama di masa digital saat persaingan antar media sangat ketat. TV Islamic Kaltim perlu memperkuat posisinya di platform digital seperti media sosial dan layanan streaming. Kekurangan pengurus menghambat usaha kolaborasi dengan para ulama, pencipta konten, dan komunitas Muslim yang inovatif.

Media dakwah yang efektif harus mampu berinteraksi dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan pengurus yang sedikit, layanan interaktif seperti kolom komentar dan pusat layanan menjadi kurang maksimal. Peneliti menyimpulkan beberapa hal untuk mengatasi masalah kekurangan pengurus ini, beberapa langkah strategis bisa diambil: meningkatkan jumlah pengurus dengan mencari individu muda yang kreatif dan kompeten serta memberikan pelatihan intensif agar mampu mengelola media dakwah dengan cara profesional, memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah proses pembuatan dan penyebaran konten, sehingga beban kerja pengurus bisa berkurang dan efisiensi meningkat. mengajak

mahasiswa, pelajar, dan komunitas Islam dalam pembuatan program dakwah agar jumlah sumber daya manusia bertambah sekaligus meningkatkan partisipasi Masyarakat, dan mendapatkan bantuan dari pemerintah daerah dan lembaga Islam untuk menyediakan sumber daya dan fasilitas yang cukup guna mendukung operasional TV Islamic Kaltim.

Secara dasar, TV Islamic Kaltim memiliki peran penting sebagai penjaga utama dalam menyebarluaskan ajaran Islam lewat media visual yang sesuai dan mutakhir. Keberadaannya berfungsi tidak hanya sebagai saluran berita, tetapi juga sebagai media pendidikan dan pencerahan bagi masyarakat umum di Kalimantan Timur. Meskipun begitu, pengoptimalan peran media dakwah ini terhalang oleh tantangan besar, terutama yang berasal dari kekurangan sumber daya manusia, yaitu hilangnya lima anggota inti pengurus. Kondisi ini langsung membatasi kemampuan TV Islamic Kaltim untuk berinovasi, memperluas jangkauan, serta memaksimalkan potensi dakwahnya dengan efisien.

Dengan menerapkan pendekatan-pendekatan tersebut, TV Islamic Kaltim tidak hanya dapat mengatasi masalah internal, tetapi juga akan terus berkembang sebagai sumber inspirasi, pencerahan, dan teladan bagi umat Islam di Kalimantan Timur serta sekitarnya, sekaligus menjamin kelangsungan misi dakwahnya di zaman digital.

Selain kekurangan tenaga kerja, tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan peralatan. Beberapa kamera dan perangkat editing yang digunakan sudah cukup tua dan sering mengalami kendala teknis. Perbaikan maupun penggantian alat tidak bisa segera dilakukan karena anggaran yang tersedia sangat terbatas. TV Islamic Center tidak mendapatkan dana rutin dari pemerintah maupun sponsor tetap. Sebagian besar biaya operasional berasal dari donasi sukarela, itupun sering kali tidak mencukupi untuk menutupi seluruh kebutuhan, terutama untuk hal-hal teknis seperti langganan internet cepat, penyimpanan data cloud, dan promosi konten. Meski begitu, para pengurus tetap menunjukkan semangat yang tinggi dalam mengelola media ini karena mereka percaya bahwa dakwah harus terus berjalan, meskipun dengan segala keterbatasan yang ada.

Pengurus juga menyadari bahwa tren konsumsi media di kalangan masyarakat, khususnya anak muda, telah berubah drastis. Konten panjang yang bersifat ceramah formal sudah mulai ditinggalkan. Masyarakat lebih menyukai tayangan singkat yang informatif, ringan, dan menarik secara visual. Sayangnya, TV Islamic Center belum sepenuhnya mampu memproduksi konten-konten video pendek dengan intensitas tinggi karena kekurangan tenaga kreatif. Mereka juga belum memiliki divisi khusus untuk memproduksi konten yang disesuaikan dengan tren TikTok, Reels, maupun Shorts. Hal ini menjadi salah satu fokus ke depan, di mana mereka berupaya melibatkan lebih banyak anak muda kreatif, baik dari

lingkungan kampus maupun komunitas dakwah digital, untuk ikut serta dalam proses produksi. Melalui kolaborasi ini, diharapkan konten dakwah yang dihasilkan bisa lebih segar, relevan, dan menjangkau lebih banyak audiens.

Dalam hal pengelolaan, para pengurus mengaku tidak memiliki latar belakang profesional di bidang media atau broadcasting. Namun, mereka belajar secara otodidak melalui pengalaman, tutorial daring, dan berbagi pengetahuan satu sama lain. Beberapa di antaranya bahkan baru mengenal teknik dasar pengambilan gambar dan penyuntingan setelah bergabung dalam tim ini. Keterbatasan ini justru menjadi motivasi untuk terus belajar dan beradaptasi. Mereka berharap ke depannya bisa mendapatkan pelatihan atau workshop dari pihak kampus atau lembaga profesional agar kualitas konten yang diproduksi semakin baik dan layak bersaing dengan media dakwah digital lainnya yang lebih besar dan mapan.

Lebih jauh, wawancara ini juga menyingkap bahwa TV Islamic Center sebenarnya memiliki visi yang cukup besar. Mereka tidak hanya ingin menjadi saluran dakwah lokal, tetapi juga menjadi pusat konten keislaman yang bersifat edukatif dan inspiratif untuk masyarakat Kalimantan Timur dan sekitarnya. Untuk itu, mereka mencoba membangun jaringan kerja sama dengan lembaga pendidikan, organisasi kemasyarakatan, dan institusi keagamaan agar konten yang dihasilkan tidak monoton dan bisa merespons isu-isu aktual di masyarakat. Beberapa program yang sudah dirintis melibatkan tokoh-tokoh lokal, ahli kesehatan, pendidik, dan dai muda yang membahas tema-tema keislaman dari berbagai sudut pandang yang lebih kontekstual.

Namun, semua rencana tersebut tidak bisa berjalan optimal tanpa dukungan nyata dari banyak pihak. Oleh karena itu, pengurus berharap agar ada perhatian khusus dari pemerintah daerah terhadap media dakwah semacam ini. Dukungan bisa dalam bentuk bantuan teknis, pelatihan, fasilitas studio, hingga promosi. Mereka juga berharap agar masyarakat, khususnya generasi muda, bisa lebih terlibat, bukan hanya sebagai penonton, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar konten dakwah. TV Islamic Center membuka ruang seluas-luasnya bagi siapa saja yang ingin belajar, berbagi ide, dan berkontribusi dalam misi dakwah digital ini.

Tantangan lainnya berkaitan dengan perkembangan teknologi media yang sangat cepat. TV *Islamic Center* harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap relevan. Hal ini membutuhkan peningkatan kapasitas dalam memanfaatkan teknologi terkini.

Strategi yang Digunakan TV Islamic Center dalam optimalisasi Media Visual Dakwah

TV *Islamic Center* berkolaborasi dengan berbagai instansi, seperti lembaga kesehatan, perguruan tinggi, dan organisasi kemasyarakatan. Kolaborasi ini merupakan strategi

efektif untuk memperluas jangkauan dakwah dan menciptakan program yang berkualitas. Pendekatan kolaboratif ini menunjukkan fleksibilitas dan kemampuan lembaga untuk bermitra dengan pihak lain. Pendekatan yang digunakan menunjukkan upaya untuk menyesuaikan konten dakwah dengan kebutuhan dan minat audiens yang beragam. Hal ini merupakan langkah strategis untuk menciptakan program dakwah yang efektif dan menarik. Evaluasi terus-menerus terhadap respon audiens perlu dilakukan untuk memperbaiki kualitas program.

Pemanfaatan platform digital menunjukkan strategi inovatif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan media sosial juga mendukung interaksi yang lebih efektif dengan audiens. Pengembangan strategi digital marketing yang terarah perlu diperhatikan. Optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* masih terus berupaya beradaptasi dengan perubahan lanskap media dan menghadapi tantangan signifikan, terutama dalam hal sumber daya manusia dan anggaran. Upaya lembaga untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi perlu diapresiasi, namun perlu ada upaya untuk memperbaiki strategi yang telah dilakukan.

Integrasi konten video pendek yang sesuai tren saat ini perlu ditingkatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Pemanfaatan teknologi digital marketing juga perlu diperkuat untuk meningkatkan efektivitas penyiaran. Evaluasi terus-menerus perlu dilakukan untuk memperbaiki kualitas program. Keberhasilan TV *Islamic Center* dalam optimalisasi media dakwah visual sangat bergantung pada kemampuan lembaga untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren media dan teknologi. Hal ini memerlukan komitmen yang kuat dari pengurus dan tenaga kerja dalam memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka.

Pentingnya kualitas konten dakwah tidak dapat diabaikan. Konten yang berkualitas dan menarik akan lebih efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi audiens. Kreativitas dan inovasi dalam penciptaan konten merupakan kunci kesuksesan dakwah melalui media visual. Upaya untuk meningkatkan kualitas produksi video juga sangat penting. Hal ini meliputi penggunaan peralatan yang lebih baik, pelatihan bagi tenaga kerja, serta peningkatan kualitas editing dan penyuntingan video.

Meskipun inti dari TV *Islamic* adalah penyiaran dakwah, lembaga ini tidak membatasi diri pada satu jenis konten saja. TV *Islamic* memperluas cakupannya dengan menyajikan berbagai program penyiaran kesehatan, budaya, dan lain-lain. Diversifikasi ini menunjukkan komitmen untuk menjadi media yang komprehensif, tidak hanya berfokus pada aspek spiritual,

tetapi juga memberikan informasi dan edukasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.

Sebagai lembaga penyiaran dakwah, TV Islamic sangat berkomitmen untuk menyiarkan konten-konten yang mendidik dan mencerahkan para audiens. Untuk mencapai tujuan ini, TV Islamic menghadirkan ulama dan penceramah terkemuka yang menyampaikan materi keagamaan dengan tema-tema yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat. Pendekatan ini memastikan bahwa konten yang disajikan tetap relevan dan menarik, sehingga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan spiritual serta intelektual mereka.

PENUTUP

Upaya TV *Islamic Center* dalam mengoptimalkan media dakwah visual, berawal dari latar belakang sebagai perluasan jangkauan dakwah dari program radio yang sudah ada sebelumnya. Lembaga ini secara sadar merespon perubahan perilaku konsumsi media masyarakat yang semakin bergantung pada platform digital, sehingga memanfaatkan YouTube dan Facebook sebagai media pendukung siaran langsung. Tujuan utama TV *Islamic Center* adalah menyebarkan syariat Islam secara komprehensif, tidak hanya terbatas pada kajian keagamaan, melainkan juga meliputi berbagai aspek kehidupan seperti kesehatan, pendidikan, dan motivasi, dengan fokus utama pada penciptaan program yang relevan dan menarik bagi berbagai kalangan masyarakat dan beragam usia. Namun, upaya ini dihadapkan pada tantangan signifikan terkait keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, yang mengakibatkan beban kerja yang berat bagi tim pengelola serta keterbatasan dalam memperbarui peralatan dan memanfaatkan tren konten media sosial yang berkembang pesat.

Optimalisasi media dakwah visual di TV *Islamic Center* dilakukan melalui strategi kolaborasi dengan berbagai instansi, seperti lembaga kesehatan, perguruan tinggi, dan organisasi kemasyarakatan, untuk memperluas jangkauan dan kualitas program. Meskipun platform digital dipakai, integrasi konten video pendek yang sesuai tren saat ini belum maksimal. Strategi ini berupaya menyesuaikan isi dakwah dengan kebutuhan dan minat audiens yang beragam dan memanfaatkan media sosial untuk interaksi yang lebih efektif. Namun, hambatan terbesar tetap berada pada keterbatasan sumber daya yang mengakibatkan kualitas produksi dan inovasi konten belum maksimal sehingga membutuhkan perencanaan strategi yang lebih efisien dan efektif dalam penggunaan sumber daya yang ada.

Media dakwah visual merupakan inovasi penting dalam penyebaran pesan Islam di era digital. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan SDM, dana, dan adaptasi tren, media ini mampu memberikan dampak luas dalam penyebaran dakwah, edukasi, dan penguatan identitas lembaga keagamaan. Kelebihan utama media dakwah visual terletak pada kemampuannya memvisualisasikan pesan secara menarik, fleksibel, dan interaktif, sehingga menjadi sarana dakwah yang sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

REFERENSI

- Ali, A. A. (2019). *Digital Da'wah: The Role of Social Media in Spreading Islamic Messages*. Journal of Islamic Studies.
- Anderson, K. E. (2017) *Getting Acquainted with Social Networks and Apps: The Current State of Digital Media*. Journal of Communication and Media Research.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). *Laporan Survei Internet APJII 2020-2021*. Retrieved from APJII website.
- Baroya, Mochamad Vesfairo (2024). *Optimalisasi Media Dakwah di Masjid Agung Jawa Tengah*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Fandy, T. (2014). *Dakwah dan Perubahan Sosial: Studi Dakwah Digital di Indonesia*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Habibi M. 2018. *Optimalisasi dakwah melalui media sosial di era milenial*. Al-Hikmah: Jurnal Dakwah, 12(1)
- Islamy, Mohammad Rindu Fajar (2021). *Optimalisasi Dakwah Media Sosial di Kalangan Mahasiswa di Masa Pandemi Dalam Dimensi Globalisasi*. Bengkulu: Jurnal Dakwah dan Komunikasi.
- Kamilah, S., Ibdalsyah, I., & Rivani, F. (2024). *Pengaruh Komunikasi Visual Dalam Konten Dakwah Terhadap Kepuasan Informasi Followers Instagram*. Arkana : Jurnal Komunikasi Dan Media, 3(1)
- Khairullah, Rachmi, Recha Mardianty (2024). *Utilisasi Media Dan Komunikasi Visual Dalam Dakwah di Era 5.0*. Lampung: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam
- Khumaedi T., dan S. Fatimah. (2019). *Urgensi dakwah melalui media sosial*. Jurnal Al-Mubin, 2(2)
- Mulyana D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya
- Nasrullah, R. *Komunikasi Antarbudaya di Era Digital*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017).
- Rafi'udin, dan M.A. Djaliel. (1997). *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia
- Sakareeya Bungo. (2014). *Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural*. Jurnal Dakwah Tabligh. 15 (2).
- Saputra W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press
- Syifa Aulia Rahmadhani, Dhamar Indra Pratama, Rifada Nur Az Zahra Putri, Ziana Nur Rochimah, & Ahmad Rahman Ludiansyah. (2024). *Potensi Dakwah Di Media Sosial Tiktok: Peluang Tantangan Islam Di Era Digital*. Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan, 3(2).