



STRATEGI DAN HAMBATAN IMTV IAIN MADURA DALAM MENARIK MINAT PENONTON PADA PROGRAM MAHASISWA BERDAKWAH IAIN MADURA 2024

Anisaul Maghfiroh

IAIN Madura, Indonesia

E-mail: anisamaghfiroh222@gmail.com

Diterima tanggal: 15 Januari 2024

Selesai tanggal: 09 September 2024

ABSTRACT:

This research explores the strategies used by IMTV IAIN Madura in attracting audience interest in the IMTV IAIN Madura preaching student program, as well as the obstacles faced in its implementation. Through a qualitative approach, data was collected through in-depth interviews and observations. The results show that the strategy used includes internal factors, external factors, and the use of content production technology. However, several barriers such as limited human resources, limited technological equipment, and lack of understanding of audience preferences were also identified. The implications of this research can help in increasing the effectiveness of preaching programs in the Lampus environment.

Penelitian ini mengeksplorasi strategi yang digunakan oleh IMTV IAIN Madura dalam menarik minat penonton pada program mahasiswa berdakwah imtv IAIN Madura, serta hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Melalui pendekatan kalitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi yang digunakan meliputi faktor internal, faktor eksternal, dan penggunaan teknologi produksi konten. Namun, beberapa hambatan seperti keterbatasan sumber daya manusia, peralatan teknologi yang terbatas, dan kurangnya pemahaman akan preferensi penonton juga diidentifikasi. Implikasi penelitian ini dapat membantu dalam peningkatan efektivitas program berdakwah di lingkungan kampus.

Keywords: *IMTV IAIN Madura, Strategi dan hambatan, Minat Penonton, Program Mahasiswa Berdakwah.*

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi pilihan yang lebih mudah dan efisien dibandingkan dengan media lainnya, karena memungkinkan akses tanpa memerlukan biaya yang besar.¹ Media sosial menawarkan kemudahan dalam berbagi

informasi, berinteraksi dengan berbagai informasi, berinteraksi dengan orang lain, dan mengakses berbagai konten secara instan. Selain itu dengan perkembangan teknologi dan internet yang semakin luas, penggunaan media sosial semakin mudah diakses oleh beragam lapisan masyarakat tanpa terkendala oleh geografis atau infrastruktur.

¹Winda Kustiawan, Farah Dalilah Balqis, Latifah Wulandar dkk, Media Sosial Sebagai Media Penyiaran, Jurnal Edukasi Nonformal, Vol. 3. No. 2 (T.B, 2022): 297

Namun, dalam persaingan di dunia media sebagai bentuk pelayanan jasa kepada konsumennya kini semakin ketat. ditengah derasnya arus informasi saat ini beberapa media khususnya media elektronik atau televise mencoba untuk mempromosikan sebagai pilihan paling mengemari oleh para konsumennya.² upaya ini mencakup pengembangan konten yang menarik, inovasi dalam penyajian berita, dan peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan loyalitas para penontonnya. selain itu, media media tersebut juga aktif memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara lebih langsung dengan mereka.

Televisi adalah media yang memiliki beragam jenis siaran, mulai dari berita, hiburan, olahraga, hingga pendidikan. Setiap saluran televise menawarkan program program yang berbeda sesuai dengan target audiensnya. Ada saluran berita yang memberikan informasi terkini tentang berbagai peristiwa di dalam maupun diluar negeri. Selain itu, terdapat saluran hiburan yang menampilkan acara acar komedi, drana, dan reality show untuk menghibur penonton. Selain itu, ada juga saluran olahraga yang menyiarkan pertandingan pertandingan dari berbagai cabang olahraga secara langsung. Tak ketinggalan, ada juga siaran pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan penonton, seperti documenter dan program edukasi. Perguruan tinggi juga ikut serta dalam menyiadakan siaran televise kampus yang menghadirkan konten konten

akademis, kegiatan kampus, dan informasi penting lainnya kepada mahasiswa dan masyarakat umum.

IMTV IAIN Madura merupakan salah satu contoh TV kampus yang berfokus pada konten oment yang relevan dengan kehidupan kampus dan islam. Melalui IMTV, mahasiswa dan masyarakat dapat mengakses informasi seputar kegiatan akademis, seminar, dan diskusi yang diselenggarakan dilingkungan kampus. IMTV IAIN Madura juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengekspresikan ide dan kreativitas mereka melalui program program televise yang diproduksi oleh mahasiswa itu sendiri. Dengan adanya IMTV, IAIN Madura tidak hanya menjadi pusat pendidikan tertinggi, tetapi juga menjadi pusat penyebaran informasi dan pengetahuan yang bernuansa keagamaan bagi masyarakat luas.

Salah satu program yang bernuansa keagamaan yaitu Mahasiswa Berdakwah yang dilaksanakan setiap bulan ramadhan, yang mana pada program ini bisa diikuti oleh seluruh mahasiswa mulai dari tingkat sarjana (S1) hingga tingkat magister yang ditayangkan secara live dan tersimpan di beranda *youtube* IMTV. Dalam penayangan program Mahasiswa Berdakwah sangat dibutuhkan strategi agar bisa menarik minat penonton, dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas program mahasiswa berdakwah IAIN Madura. Dengan menarik perhatian audiens, program ini dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik dan relevan bagi mereka.

Namun, ditengah upaya media untuk menciptakan konten yang menarik, mereka juga dihadapkan pada berbagai

² Priantama Wahyu Nugroho, "Strategi Pemrograman Televisi Lokal dalam Program Acara Musik" (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2012)

hambatan yang terkadang membuat strategi yang sudah disiapkan menjadi tidak berjalan maksimal. disamping itu kepuasan para penonton menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan media, khususnya IMTV IAIN Madura yang merupakan sebuah TV kampus yang masih berproses selama 2 tahunan ini dalam menghadapi persaingan persaingan dalam mendapatkan tempat dimata penonton yang notabennya anak muda yang sebagian besar dari pengguna media sosial.³

Strategi yang dilakukan IMTV IAIN Madura yaitu dengan cara melakukan komunikasi yang efektif dan baik kepada para crew dan para undangan yang akan mengisi acara di IMTV, serta menciptakan kepercayaan dan menjaga eksistensi sebuah lembaga. karena apabila sebuah lembaga telah memiliki reputasi yang baik dimata publik, maka dengan sendirinya opini publik akan terbentuk.⁴ Selain itu, ada beberapa faktor internal ataupun eksternal yang dilakukan oleh IMTV dalam usanya menarik minat penonton khususnya pada program Mahasiswa Berdakwah 2024 ini.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan teknik observasi dan wawancara. Peneliti mengambil IMTV IAIN Madura dalam penelitiannya, karena IMTV merupakan media penyebar informasi di IAIN Madura, yang tentunya memiliki program yang perlu di pertahankan untuk mengasah kemampuan mahasiswa di IAIN Madura. Oleh karena itu, mendorong peneliti untuk

melakukan penelitian secara mendalam tentang strategi strategi yang efektif dan hambatan yang dihadapi oleh media dalam menarik minat penonton yang diungkapkan melalui penelitian akademik.

PEMBAHASAN

Dalam menarik minat penonton pada program disebuah media televisi maupun channel youtube sangat membutuhkan strategi khusus. yang mana dalam suatu media pasti mempunyai strategi yang berbeda dengan para media lain yang diksuskan pada suatu program tertentu.

A. Program Mahasiswa Berdakwah dalam chanel youtube IMTV IAIN Madura

IMTV IAIN Madura merupakan media yang berada di bawah naungan kampus Institut Agama Islam Negeri Madura. IMTV atau IAIN Madura Television didirikan dengan tujuan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa, sebagai media informasi kampus dan juga sebagai media dakwah di IAIN Madura.⁵ saat ini IMTV sudah berjalan selama 2 tahun dan memiliki beberapa program, mulai dari program harian, mingguan, hingga program khusus yang sudah diselenggarakan oleh para pengelola beserta crew di IMTV IAIN Madura untuk mewujudkan tujuan adanya IMTV ini. Salah satunya yaitu sebagai media penyebar dakwah yang sangat cocok pada slogan kampus yaitu relegius, yang mana IMTV mengadakan lomba Mahasiswa Berdakwah pada tahun 2024.

Lomba Mahasiswa berdakwah merupakan salah satu program khusus yang diadakan oleh IMTV IAIN Madura

³ Nopita Sari, Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia Jambi dalam Mempromosikan Program Acara, Jurnal Mauziroh, Vol. 4 no. 2 (Desember, 2020): 193

⁴Ibid hal, 194

⁵ Channel Youtube IMTV, Live Streaming-Launching IMTV, 7 Mei 2024.

yang mana program ini sudah berjalan 2 kali mulai dari tahun 2023 hingga 2024 ini. Program mahasiswa berdakwah merupakan lomba yang bisa diikuti oleh semua mahasiswa mulai dari tingkat sarjana (S1) hingga tingkat Magister. Program ini tayang pada akun youtube IMTV IAIN Madura secara Live dan akan tersimpan pada beranda akun youtube IMTV.



Gambar 1.1 Tanyangan Lomba Mahasiswa Berdakwah 2024 dalam akun Youtube IMTV

B. Strategi dan Hambatan dalam Menarik Minat Penonton

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sudah berkembang sangat pesat, khususnya pada media sosial, maupun youtube. akun youtube yang biasanya digunakan untuk membuat konten atau sebagai kreatifitas seseorang kini sudah beranjak menjadi ladang informasi dan tempat seseorang atau da'i menyampaikan dakwahnya.

Saat ini akun youtube menjadi salah satu sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada setiap golongan dalam berbagai betuk materi yang dikemas menurut kepentingan

Anisaul Maghfiroh:

Strategi dan Hambatan IMTV IAIN Madura dalam Menarik Minat Penonton Pada Program Mahasiswa Berdakwah IAIN Madura 2024

masing masing pengguna youtube.⁶ Tantangan dakwah di era globalisasi ini semakin kompleks karena pesan pesan melalui media massa seperti internet memberikan tawaran tawaran ide dan nilai nilai yang dikemas dalam suatu paket yang menarik.

Tentunya dalam sebuah akun media ataupun youtube harus memiliki strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas tayangan atau layak ditonton, seperti halnya yang sudah dilakukan pada akun youtube IMTV IAIN Madura yang memiliki strategi khusus untuk menarik minat penonton pada program Mahasiswa Berdakwah 2024.

Dalam program Mahasiswa Berdakwah 2024 IMTV sendiri memiliki target penonton sekitar 500 views dalam setiap vidionya⁷, target ini merupakan target yang cukup menantang dikarenakan setelah beberapa bulan akun youtube IMTV vakum. Untuk memenuhi target penonton, IMTV memiliki strategi khusus yang diharapkan dapat menambah subscriber dan penonton pada program Mahasiswa berdakwah ini.

Berikut bebrapa Strategi yang dilakukan oleh IMTV untuk menarik minat penontonnya:

1.Komunikasi Internal

Komunikasi internal ini merupakan komunikasi yang dilakukam oleh pimpinan IMTV kepada anggota atau crew, yang mana ini merupakan evaluasi di setiap kegiatan untuk mengetahui kekurangan yang ada untuk memperbaiki apa yang

sudah berjalan sejauh ini. Adapun selain hal itu, yaitu dengan cara mengadakan atau melakukan pembaruan mulai dari alat alat yang digunakan atau rencana program yang dilakukan.

Selain yang dilakukan itu ada juga yang tidak kalah pentingnya, yaitu dengan mengadakan pelatihan kepada semua crew, mulai dari bagaimana cara menjadi host, bagaimana cara mengoprasikan camera, membuat berita, belajar cara mengedit video hingga cara menjadi operator saat berlangsungnya program yang menggunakan live streaming.



Gambar 1.2 pelatihan presenter/host



Gambar 1.3 Pelatihan Kameramen

⁶Arif Rahmadi Suleman, dkk. Strategi Pemanfaatan Youtube dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh, Communication, Vol. 11 No. 1 (April,2020): 82

⁷Observasi pra-penelitian hasil wawancara dengan direktur IMTV pada tanggal 9 Mei 2024



Gambar 1.4 Pelatihan Peng operasian



Gambar 1.5 pelatihan penulisan Operator berita

Pelatihan ini diharapkan dapat menambah nilai tambah dan adanya perubahan terhadap program yang akan dilaksanakan.

2. Komunikasi Eksternal

Dengan Lomba Mahasiswa Berdakwah IMTV IAIN Madura juga dapat membuka peluang agar semakin banyak mahasiswa IAIN Madura yang menonton lomba Mahasiswa Berdakwah di channel youtube IMTV. adapun strategi komunikasi secara eksternal adalah :

- a. Dengan cara mengadakan juara favorit dengan persyaratan terbanyak like dan views, yang mana dalam hal ini

penonton Mahasiswa berdakwah bisa mencapai 1rb lebih untuk juara favorit yang di dapatkan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.



Gambar 1.7 Juara favorit lomba Mahasiswa berdakwah

- b. Setiap peserta membuat video dukungan yang akan di upload di akun media sosial instagram imtv.iainmadura dengan membawa pesan yang unik dan inspiratif. dan setiap video bisa juga enginspirasi para penonton untuk percaya pada diri sendiri dan bertindak untuk perubahkan positif.





Gambar 1.7 Vidio dukungan lomba Mahasiswa bedakwah

C. Pembaharuan Program

Pembaharuan program yang dimaksud yaitu pembaharuan dari segi peserta ataupun pembaharuan konsep yang ada sebelumnya, yang maa pada tahun 2023 dan 2024 mengalami sedikit perubahan, seperti pada tahun2024 pengambilan peserta di setiap masing prodi dengan bekerja sama dengan para dekan dan juga mengundang para magister untuk juga ikut memeriahkan acara lomba mahasiswa berdakwah ini.

A screenshot of a spreadsheet or data table. The table has multiple columns and rows of data, but the text is too small to read clearly. It appears to be a list of items or a schedule.

Gambar 1.8 Penonton pada program mahasiswa berdakwah 2024

Meskipun telah disiapkan strategi yang matang, program mahasiswa berdakwah kadang kadang juga mengalami kegalalan yang tiak terduga. kegagalan tersebut bisa terdiri dari beebropa faktor, seperti kurangnya koordinasi antar tim,

perubahan dinamika lingkungan, seperti cuaca yang tiba tiba berubah atau listrik yang tiba tiba padam. Meski begitu, kegagalan adalah bagian alami dari setiap upaya, dan penting untuk belajar dan penting untuk belajar darinya.

Salah satu penyebab kegagalan bisa jadikurangnya pemahaman teerhadap target audies atau kurangnya dukungan dari pihak terkait. Misalnya, jika program tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan masyarakat, maka kemungkinan besar akan sulit untuk mencapai tujuan dakwahnya. Selain itu, jika tidak ada dukungan dari pihak kampus atau organisasi terkait, program tersebut mungkin akan kesulitan dalam mendapatkan sumber daya dan promosi yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Selain itu hambatan yang terjadi biasanya dalam sebuah media yang ada di kampus yaitu, berbedanya jadwal kuliah antar crew yang terkadang juga membuat terhambatnya berjalannya suatu program.⁸ yang mengakibatkan kesulitan dalam mengatur pertemuan, dan bahkan juga menyebabkan absennya beberapa anggota yang penting dalam pelaksanaan program. Hal ini dapat memperlambat progress program dan mengganggu konsistensi pelaksanaanya. Oleh Karena itu, penting bagi sebuah tim menemukan ide yang kreatif, seperti menyusun jadwal yang feksibleb atau menggunakan teknologi untu komunikasi dan kolaborasi yang efektif, guna mengatasi hambatan ini, Dengan demikian, mereka dapat tetap menjalankan program dengan lancer meskipun dihadapkan pada

⁸ Priliani, Tv Kampus

tantangan jadwal kuliah yang berbeda beda.

KESIMPULAN

Strategi dan hambatan IMTV IAIN Madura dalam menarik minat penonton pada program mahasiswa berdakwah tahun 2024 merupakan gambaran yang kompleks. Meskipun telah disiapkan strategi yang matang, seperti pemilihan konten yang relevan dan promosi yang intens, namun program tersebut tetap menghadapi beberapa hambatan, salah satunya adalah berbedanya jadwal kuliah antar crew yang dapat menghambat konsisten pelaksanaan program. Selain itu, perbedaan visi antar anggota tim dan keterbatasan sumber daya juga menjadi tantangan tersendiri. Meski begitu, dengan upaya yang terus menerus untuk mencari solusi kreatif, seperti fleksibilitas dalam jadwal dan pemanfaatan teknologi komunikasi, IMTV IAIN Madura berusaha mengatasi hambatan tersebut demi menjaga kelancaran dan kesuksesan program berdakwah, meskipun mengalami beberapa hambatan atau kesulitan, IMTV IAIN Madura tetap menyajikan program yang menarik dan bermanfaat bagi penonton, serta mampu menjalankan misi dakwah dengan lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kustiawan Winda, Farah Dalilah Balqis, Latifah Wulandar dkk, Media Sosial Sebagai Media Penyiaran, Jurnal Edukasi Nonformal, Vol. 3. No. 2 (T.B, 2022)
- Priantama Wahyu Nugroho, "Strategi Pemrograman Televisi Lokal dalam Program Acara Musik"

(Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2012)

Sari Nopita, Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia jambi dalam Mempromosikan Program Acara, Jurnal Mauziah, Vol. 4 no. 2 (Desember, 2020)

Channel Youtube IMTV, Live Streaming-Launching IMTV, 7 Mei 2024.

Rahmadi Suleman Arif, dkk. Strategi Pemanfaatan Youtube dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh, Communication, Vol. 11 No. 1 (April,2020): 82

Observasi pra-penelitian hasil wawancara dengan direktur IMTV pada tanggal 9 Mei 2024. Priliani, Tv Kampus