
Manajemen Produksi Channel Youtube LDII TV dalam Penguatan Dakwah Digital

Sri Wulandari¹, Fakhrrur Rozi²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: ¹wulandari0603211009@uinsu.ac.id, ²fakhrrurozi@uinsu.ac.id

Abstract

LDII TV is a Youtube Channel managed by the Indonesian Islamic Propagation Institute (LDII). In the increasingly advanced development of technology, preaching is carried out digitally through a digital platform, namely Youtube. This study aims to understand the media production management used by LDII TV, explain the programs, obstacles, and opportunities and hopes in LDII TV's digital preaching. This study uses a qualitative approach with a case study research method. The method in this study was collected through interviews with LDII TV policy makers and LDII congregations, as well as observations on the LDII TV Youtube Channel account. Additional data was obtained from books, documents, journal articles, and other sources. The results of this study indicate that LDII TV's production management uses the POAC theory (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling) proposed by George R. Terry. In addition, this study also found obstacles and solutions in every production process that runs such as technical errors and lack of Human Resources (HR), as well as opportunities and hopes in improving content and HR for the existence of LDII TV in strengthening digital preaching.

Keywords: *Production Management, Digital Da'wah, LDII TV*

Abstrak

LDII TV merupakan Channel Youtube yang dikelola oleh Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII). Dalam perkembangan teknologi yang semakin maju, dakwah dilakukan secara digital melalui platform digital yaitu Youtube. Penelitian ini bertujuan memahami manajemen produksi media yang digunakan oleh LDII TV, menjelaskan program, hambatan, dan peluang serta harapan dalam dakwah digital LDII TV. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Metode pada penelitian ini dikumpulkan dengan melalui wawancara pada pemangku kebijakan LDII TV dan jamaah LDII, serta observasi pada akun Channel Youtube LDII TV. Data tambahan diperoleh dari buku, dokumen, artikel jurnal, dan sumber lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen produksi LDII TV menggunakan teori POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling) yang dikemukakan oleh George R. Terry. Selain itu, penelitian ini juga mendapatkan adanya hambatan, dan solusi dalam setiap proses produksi yang berjalan seperti kesalahan teknis dan kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM), serta peluang dan harapan dalam peningkatan konten dan SDM demi eksistensi LDII TV dalam memperkuat dakwah digital.

Kata Kunci: *Manajemen Produksi, Dakwah Digital, LDII TV*

PENDAHULUAN

Perkembangan dakwah digital di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya melalui platform media sosial. YouTube, sebagai salah satu media berbagi video terbesar di dunia, memiliki peran strategis dalam penyebaran konten keagamaan secara digital. Data terbaru menunjukkan bahwa pada awal 2025, Indonesia menempati posisi keempat dunia dengan 143 juta pengguna aktif YouTube, yang mencakup sekitar 67,3% pengguna internet di Indonesia. Hal ini menegaskan bahwa YouTube bukan hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sarana efektif untuk dakwah digital yang dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat secara luas. (Efendi et al., 2024)

Channel Youtube LDII TV terbitan 15 Maret 2012 yang diproduksi Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) yang dapat diakses melalui gawai atau perangkat elektronik komunikasi berbasis audio visual. Pengikut pada saluran YouTube LDII TV memiliki sekitar 275.000 pengikut dengan 3.200 video telah terunggah dan total penonton mencapai 29.078.588. Kurang lebih channel Youtube LDII TV mencapai 123.262 kali ditonton dengan 52 video yang berhasil terunggah selama bulan Januari 2025 hingga 15 Maret 2025, dengan artian saluran Youtube ini telah memiliki basis audiens penonton yang sedang bertumbuh besar, bahkan bisa berkali-kali lipat melebihi jumlah penonton rata-ratanya, seperti pada kontennya yang tayang pada Sabtu, 8 Februari 2025 dengan judul “Padamu Negeri: Pernah Ketipu 700 Juta Hingga Trauma Ke Pasar 6 Bulan,” tembus sekitar 14.000 penonton.

LDII TV sendiri berfokus pada produksi konten video dan live, walaupun juga aktif dalam produksi konten short dan podcast. Konten podcast pada channel Youtube LDII TV terbagi kedalam tiga kategori, yaitu: Oase Hikmah dengan 273 episode; Murotal Al-Quran dengan 21 episode; dan Lines Talk dengan 83 episode. Sedangkan konten video yang sebagiannya terbagi dalam 22 kategori yang ada pada daftar playlist Youtube LDII TV. Berdirinya organisasi LDII pada tanggal 3 Januari 1972 di Surabaya, Jawa Timur, dengan nama Yayasan Lembaga Karyawan Islam (YAKARI), yang kemudian berganti nama menjadi Lembaga Karyawan Indonesia (LEMKARI) pada General Conference tahun 1981 dan Lembaga Dakwah Islam Indonesia pada General Conference tahun 1990, juga memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan signifikan saluran TV LDII. (Yusnita. 2022. h 19)

Oleh karena itu, menjadi alasan tersendiri bagi penulis untuk mengadakan penelitian channel Youtube LDII TV dengan berbagai ciri dan karakteristik yang dimilikinya. Terlebih lagi, sosok organisasi yang menerbitkannya adalah Lembaga Dakwah Islam Indonesia yang sebelumnya sempat mendapatkan label negatif dari masyarakat karena dianggap berseberangan dengan pokok-pokok ajaran Islam. Latar belakang sosial LDII mempengaruhi arah pembuatan dan pengaturan konten yang dimilikinya, sehingga mengikuti dan membawa visi misi serta ide-ide LDII secara tidak langsung. Tidak hanya sampai disini, Youtube LDII TV sama halnya seperti saluran bertema lembaga dakwah lainnya, juga menghadapi berbagai tantangan dakwah di era teknologi informasi yang bercakupan luas.

LDII TV sebagai channel Youtube yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman dan kebangsaan atau pancasila, harus memastikan segala informasi dan berita yang mereka sebarakan tidak menyimpang dari pada syariat Islam dan bukan berita palsu. Kendati demikian, hadirnya LDII TV sebaagai channel Youtube bernafaskan Islam juga dapat berpotensi untuk membawa transformasi pada praktik-praktik keislaman yang bisa memberikan informasi terkait Islam secara cepat dan akurat di era teknologi informasi

pada saat ini. Formulasi dari Youtube dapat dengan segera menyebarkan transformasi dalam artian praktis, seperti pemahaman nilai, keyakinan, dan doktrin untuk mengubah kondisi umat manusia yang awalnya munkar dan menjadi ma'ruf.

Dakwah kini sangat meluas dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta didukung dengan digitalisasi. Setiap Lembaga Dakwah tentu mempunyai wadah atau media digital untuk mendukung dalam penyiaran agama islam. Aktivitas dakwah dengan menggunakan media digital sangat penting dan juga efisien. Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau bisa disebut APJII mengumumkan dalam Press Conference pada Januari 2024 tentang hasil survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang mencapai 221.563.479 jiwa dari total 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia 2023. Hal tersebut menyatakan bahwa peningkatan penggunaan internet di Indonesia naik hingga angka 79,5% dibandingkan periode sebelumnya. Prediksi APJII pada tahun 2025, jumlah pengguna internet akan naik 1-2% dengan menambah 6 juta pengguna yang mencapai 271 juta lebih jiwa.

Berdasarkan fenomena ini, YouTube berperan dalam penyebaran ajaran Islam di masyarakat. Berdakwah dengan menggunakan media digital akan berjalan dengan baik apabila media tersebut dapat menyesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan. Berdakwah sangat dianjurkan bagi semua umat muslim yang mempunyai banyak cara atau bentuknya yang menunjukkan bahwa syariat islam bukan mewajibkan pada hasil yang maksimal namun usahanya yang diwajibkan untuk semaksimal mungkin. (Gyta. 2020, h 8).

Bagi setiap umat pemeluk agama islam memiliki kewajiban dalam menyeru serta mengajak manusia untuk menunaikan syariat islam. Setiap umat muslim mempunyai suatu amanah untuk menyampaikan satu atau dua ayat Al-Qur'an untuk mengajak orang lain pada kebaikan. Dengan populasi Muslim terbesar di seluruh dunia, yang mewakili beragam kebangsaan dan budaya, Islam merupakan salah satu agama yang paling umum di Indonesia. (Limbong, 2023, h 1).

Penelitian Rhafidilla Vebrynda tentang Manajemen Produksi Konten "Sketsamu" pada Channel Muhammadiyah di YouTube menjadi penelitian berikutnya. Penelitian ini menemukan tiga poin strategi pengurangan risiko, pengembangan produk, dan struktur organisasi dalam konten "Sketsamu" dengan menggunakan metode studi kasus, pendekatan kualitatif, dan konsep Eli M. Noam tentang faktor-faktor penting bagi keberhasilan produksi media. Penelitian sebelumnya tentang manajemen konten YouTube "Salam Television" dilakukan oleh ST Fery Wahyudi S. Untuk mengetahui Manajemen Konten Dakwah YouTube Salam Television, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metodologi pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian pada artikel ini yang berjudul Manajemen Produksi Channel Youtube LDII TV Dalam Penguatan Dakwah Digital berbeda dengan penelitian sebelumnya. Fokus penelitian ini terdapat pada manajemen yang dilakukan LDII dalam meningkatkan dan memperkuat dakwah digital di era modern melalui platform media sosial Youtube dengan mengikuti perkembangan teknologi. Selain itu, memperkenalkan LDII sebagai lembaga dakwah yang mempunyai integritas tinggi dalam mempertahankan ekosistem digital dalam menyiarkan agama islam di tengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan mengenai manajemen produksi media dari channel Youtube LDII TV untuk Penguatan Dakwah Digital.

Rumusan masalah dalam penelitian ini perlu difokuskan pada bagaimana manajemen produksi Channel YouTube LDII TV dapat memperkuat dakwah digital melalui pengelolaan konten yang efektif dan inovatif. Dengan demikian, pertanyaan utama yang diajukan adalah: Bagaimana penerapan manajemen produksi pada Channel YouTube

LDII TV dalam mendukung penguatan dakwah digital di Indonesia? Rumusan masalah ini menitikberatkan pada aspek manajemen produksi sebagai kunci keberhasilan penyampaian pesan dakwah melalui media digital yang sangat dinamis dan kompetitif. Tujuan penelitian selanjutnya harus konsisten dengan rumusan masalah tersebut, yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan manajemen produksi pada Channel YouTube LDII TV dalam rangka memperkuat dakwah digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan produksi konten dakwah yang dilakukan oleh LDII TV, sekaligus menilai sejauh mana strategi tersebut mampu meningkatkan efektivitas penyebaran dakwah melalui platform YouTube yang memiliki penetrasi pengguna sangat besar di Indonesia.

Lebih jauh, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana LDII TV memanfaatkan tren dan fitur-fitur terbaru YouTube dalam menghasilkan konten dakwah yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya fokus pada aspek manajerial, tetapi juga pada adaptasi konten dakwah digital terhadap perkembangan teknologi dan preferensi audiens yang terus berubah. Hal ini penting agar dakwah digital LDII dapat tetap eksis dan berdaya saing di era media sosial yang sangat kompetitif.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan strategi manajemen produksi dakwah digital di Indonesia, khususnya melalui platform YouTube. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga dakwah lain dalam mengoptimalkan penggunaan media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan efisien, mengingat besarnya potensi audiens digital yang terus berkembang di Indonesia pada tahun 2025.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini berfokus pada Teori Manajemen POAC dalam konten Channel Youtube LDII TV dalam penguatan dakwah digital. Teori Manajemen POAC George R. Terry diterapkan untuk memahami ide-ide mendasar manajemen dalam penelitian ini.

Kajian Teori POAC

Penelitian mengenai manajemen produksi media, khususnya pada Channel YouTube LDII TV dalam konteks penguatan dakwah digital, dapat dipahami lebih komprehensif dengan mengkaji teori manajemen POAC yang dikemukakan oleh George R. Terry. Menurut Terry, manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari empat fungsi utama, yaitu perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pengarahan atau pelaksanaan (*Actuating*), dan pengendalian (*Controlling*).

Dalam konteks manajemen produksi media, fungsi-fungsi ini diaplikasikan secara terpadu untuk mengelola sumber daya manusia, teknologi, dan kreativitas dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan organisasi. Perencanaan melibatkan penentuan tujuan dan strategi produksi konten, pengorganisasian mengatur pembagian tugas dan sumber daya, pengarahan memotivasi dan mengawasi pelaksanaan produksi, sedangkan pengendalian berfungsi untuk mengevaluasi hasil dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Manajemen produksi media penyiaran, seperti televisi dan platform digital, memiliki karakteristik khusus karena menggabungkan unsur seni, teknologi, dan komunikasi sehingga pengelolaannya harus memperhatikan aspek kreativitas, teknis, dan kebutuhan audiens secara simultan.

Dalam ranah dakwah digital, manajemen produksi media memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan keagamaan secara efektif dan menarik bagi masyarakat modern. Dakwah digital menuntut inovasi konten yang mengikuti perkembangan teknologi dan tren komunikasi digital, sehingga pengelolaan produksi harus adaptif dan

responsif terhadap dinamika audiens serta media yang digunakan. Kajian terkini menunjukkan bahwa dakwah melalui media digital tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana interaksi dan pembentukan komunitas virtual yang mendukung penguatan nilai-nilai keagamaan secara inklusif dan kontekstual. (Artin, 2022)

Selain itu, kajian pustaka mengenai LDII (Lembaga Dakwah Islam Indonesia) dan penerimaan masyarakat terhadapnya penting untuk memahami konteks sosial dan budaya di mana Channel YouTube LDII TV beroperasi. LDII dikenal sebagai organisasi dakwah yang mengusung filosofi kebangsaan dan moderasi Islam, sehingga konten dakwah yang diproduksi tidak hanya berorientasi pada aspek religius, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai kebangsaan dan sosial yang diterima oleh masyarakat Indonesia secara luas. Penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa penerimaan masyarakat terhadap LDII dipengaruhi oleh kredibilitas dakwah, relevansi pesan, serta kemampuan organisasi dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dakwah yang efektif. Oleh karena itu, pengelolaan Channel YouTube LDII TV harus mempertimbangkan aspek-aspek tersebut agar dakwah digital yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memberikan dampak positif dalam masyarakat.

Dengan demikian, ini menegaskan bahwa penerapan teori manajemen POAC dalam manajemen produksi media sangat relevan untuk mengelola Channel YouTube LDII TV secara efektif. Pengelolaan tersebut harus memperhatikan karakteristik produksi media penyiaran, kebutuhan inovasi dalam dakwah digital, serta konteks sosial budaya LDII dan penerimaan masyarakat terhadap organisasi tersebut, agar tujuan dakwah digital dapat tercapai secara optimal.

Pada buku *Principles of Management* tahun 1958, POAC merupakan singkatan dari Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Actuating (Aktuasi), dan Controlling (Pengendalian), menurut George R. Terry. Teori Manajemen POAC dijelaskan lebih lanjut (St Feri, 2024, h. 90), yaitu:

- a. *Planning* (Perencanaan): Tahap ini melibatkan penetapan tujuan dari media lembaga dakwah dan penyusunan strategi untuk mencapainya, terkhusus pada sasaran konten Channel Youtube LDII TV guna memperkuat dakwah digital. Mencakup identifikasi sumber daya yang dibutuhkan, perkiraan risiko, evaluasi konten sebelumnya, dan pengembangan rencana tindakan, serta perencanaan produksi konten.
- b. *Organizing* (Pengorganisasian): Untuk mencapai tujuan tersebut, langkah ini mencakup pengalokasian sumber daya material, keuangan, dan manusia tim media LDII TV. Ini mencakup penugasan tugas, pembagian kerja, dan pembuatan kerangka kerja untuk melangkah ke tahap berikutnya.
- c. *Actuating* (Pelaksanaan): Tahap ini melibatkan pelaksanaan rencana yang telah disusun dan disepakati serta memotivasi tim media LDII TV untuk bekerja secara efektif. Mencakup beberapa hal yaitu komunikasi, kepemimpinan, pengambilan keputusan, dan memproduksi konten yang telah direncanakan, Pada tahap ini seorang pemimpin menjadi poin penting untuk menggerakkan tim media serta menghimbau dan mengingatkan agar tetap konsisten pada tujuan dari manajemen konten Channel Youyube LDII TV.
- d. *Controlling* (Pengendalian): Selama fase ini, kinerja tim dipantau, dan tindakan perbaikan apa pun yang diperlukan diambil. Ini mencakup pengukuran hasil, evaluasi terhadap tolok ukur, dan deteksi penyimpangan. Tujuan pemantauan ini adalah untuk memastikan bahwa program Saluran YouTube LDII TV sejalan dengan tujuan yang ditetapkan.

Manajemen Produksi Media

Manajemen media merupakan proses mengelola media, baik itu media penyiaran maupun media cetak serta media online. Pengelolaan media dapat dilihat dari bentuk mediana yang terbagi menjadi dua yaitu institusi bisnis atau komersial dan institusi sosial. Media atau institusi bisnis lebih mengarah pada kepentingan pasar untuk mencari keuntungan. Dengan mempelajari ekonomi media, seperti usaha mencari pendapatan ekonomi untuk memperoleh keuntungan atau profit. Produksi konten yang dibuat oleh media bisnis menjadi pemanfaatan dalam meraup banyak iklan untuk menjalankan keberlangsungan perusahaan atau institusi.

Sedangkan media dalam bentuk institusi sosial bertujuan untuk kepentingan masyarakat seperti lembaga penyiaran publik dan komunitas. Lembaga penyiaran publik contohnya seperti TVRI dan RRI. Institusi sosial ada bukan semata-mata mencari keuntungan ekonomi namun untuk kebutuhan publik. Manajemen media ialah ilmu yang menjelaskan proses pengelolaan media dengan prinsip dan konsep manajemen yang dilakukan, baik dalam bentuk institusi bisnis maupun sosial.

Menurut Eli M.Noam, ruang lingkup manajemen media dibuat dalam istilah segitiga media atau *the three legs of media* yaitu seperti pembuatan konten, platform distribusi, dan perangkat teknologi. Distribusi platform melakukan pengiriman konten yang telah diproduksi oleh produsen ke pengguna. Perangkat teknologi ialah alat teknis untuk proses produksi dan pendistribusian konten. Biasanya termasuk televisi, komputer, ponsel, kamera, microchip, dan lainnya. (Ikhwan, 2022)

Youtube

Secara umum, Youtube dalam konteks media sosial merupakan sebuah platform digital yang memanfaatkan web untuk mengoperasikan highlightnya. Youtube adalah aplikasi audio visual berbasis online dengan tujuan mekanismenya dalam meninjau dan membagikan rekaman pada seluruh penggunanya. Platform satu ini tidak sulit dalam penggunaannya dengan tidak menggunakan biaya besar dan dapat diakses dimana saja dan kapanpun.

Karakteristik pada Youtube tentunya membuat masyarakat lebih memilih menggunakan youtube daripada media sosial dalam penyebaran informasi yang lebih meluas dan dalam ukuran yang lebih besar. Beberapa karakteristiknya diantara lain, tidak ada batasan durasi dalam unggahan video, sistem dalam pengamanan cukup akurat, adanya batasan umur dalam mengakses konten dewasa, sistem video offline yang memudahkan audiens dalam menonton youtube. (Dhela, 2020, h 18)

Dakwah Digital

Pelaksanaan dakwah yang di dalam prosesnya dilakukan melalui internet yang memunculkan wacana *cyberdakwah* atau dakwah digital. Secara umum, umat Islam menggunakan teknologi internet untuk melakukan dakwah digital. Kajian daring, pembuatan konten narasi dan dakwah, video dan animasi dakwah, serta produk konten lainnya merupakan contoh kegiatan dakwah daring. Istilah dakwah digital bermakna sebagai aktivitas penyampaian pesan atau informasi dakwah dengan teknologi cyber atau internet. (Effendy, Lukman, & Rustandi, 2022, h 31)

Aktivitas yang ditampilkan pada dakwah digital tetap berfokus pada *amar ma'ruf nahi munkar* melalui platform media digital atau media sosial. Berbagai bentuk produksi dalam dakwah digital menjadi ruang kreatif dalam mengikuti perkembangan zaman teknologi saat ini seperti, animasi, teks dengan teknik grafis, simbol, audio maupun video menarik. Upaya ini dilakukan tentunya guna membangun wajah islam dalam ruang virtual. Pengemasan dan penyampaian dengan inovasi baru mengikuti logika

media internet menjadikan islam mudah untuk berkembang di seluruh lingkup masyarakat. (Nasution, & Zen, 2023, h 205)

Penyebaran ajaran Islam yang disertai dengan berbagai inovasi baru terlihat jelas di dunia maya atau virtual. Berbagai aplikasi tersedia untuk memudahkan penyebaran ajaran Islam. Dakwah digital dapat berjalan di lingkungan virtual apabila terdapat konektivitas berbasis internet untuk menciptakan jaringan dan apabila terdapat interaksi melalui tindakan dalam mengkomunikasikan pesan melalui koneksi yang berkesinambungan, seperti menghimpun dan menganalisis gagasan, mengemas pesan, dan menyebarkan kisah. (Nurrohman, & Mujahidin, 2022, h 29)

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam metodologinya. Karena tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang konsep manajemen produksi pada Channel YouTube LDII TV dalam rangka penguatan dakwah digital, maka pendekatan kualitatif digunakan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data: Menyeleksi dan merangkum data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar fokus pada rumusan masalah penelitian.
2. Penyajian Data: Menyusun data dalam bentuk narasi tematik dan tabel agar mudah dianalisis dan dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Menginterpretasi data yang telah disajikan untuk menemukan pola dan tema utama, serta melakukan triangulasi data dari berbagai sumber untuk memastikan validitas temuan.
4. Triangulasi: Menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik untuk menguji keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan. Karena penelitian ini berfokus pada satu unit analisis, yakni Channel YouTube LDII TV sebagai media dakwah digital, maka studi kasus dipilih. Peneliti dapat mengungkap detail yang lebih komprehensif dan mendalam terkait pengelolaan konten pada akun Channel LDII TV dengan menggunakan studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) dengan narasumber dari pihak LDII, baik jamaah maupun tim LDII TV, untuk memperoleh informasi detail terkait proses manajemen produksi dan pengelolaan konten dakwah digital. Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media komunikasi jarak jauh sesuai kondisi dan ketersediaan narasumber.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas produksi konten di Channel YouTube LDII TV, baik secara partisipatif maupun non-partisipatif. Peneliti mengamati proses kerja tim, interaksi antar kru, serta dinamika produksi konten untuk mendapatkan data faktual yang tidak selalu terungkap dalam wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi meliputi pengumpulan dan analisis dokumen terkait seperti rekaman video konten, notulen rapat redaksi, arsip produksi, serta data statistik tayangan YouTube. Dokumen ini berfungsi sebagai sumber data tambahan untuk memvalidasi dan melengkapi data hasil wawancara dan observasi.

Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dari Maret 2025 hingga Mei 2025. Dalam rentang waktu tersebut, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyesuaikan jadwal dan ketersediaan narasumber dari LDII, serta melakukan observasi dan dokumentasi secara berkelanjutan pada Channel YouTube LDII TV.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Manajemen Produksi Channel Youtube LDII TV

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Channel YouTube LDII TV menerapkan tahap perencanaan produksi konten melalui Rapat Redaksi Total. Dalam rapat ini, seluruh tim berdiskusi untuk memusyawarahkan ide konten yang akan dibuat, sekaligus melakukan evaluasi dan memaksimalkan rencana produksi. Tahap ini menjadi fondasi penting untuk memastikan konten yang dihasilkan relevan dengan tujuan dakwah digital dan sesuai dengan filosofi LDII sebagai institusi sosial berbasis kebangsaan.

Manajemen produksi dalam tahap perencanaan merupakan suatu hal yang sangat krusial dan wajib dilakukan. Dengan adanya, perencanaan maka suatu hal terkhususnya media dapat mengelola dengan baik produksi yang sedang dijalankan guna mempertimbangkan dan mengukur segala aspek yang diperlukan, serta mengatur dan menjadwalkan pekerjaan atau jobdesk dalam memproduksi sebuah konten. (Purqan & Dewi, 2023)

“Pada tahap perencanaan dimulai dengan *“Rapat Redaksi Total”* untuk mengumpulkan Script Writer, Tim Kreatif dan Editor. Dalam pembuatan konten, kita rapatkan scriptnya, temanya, dan angle nya seperti apa, setelah itu nanti script writer menuliskan scriptnya, setelah itu voice over, kemudian diedit oleh editor, dan tim kreatif membuat Backsound” Hasil wawancara dengan Bapak Fachrizal Wicaksono

Tim produksi dari Channel Youtube LDII TV melakukan perencanaan manajemen produksi yang mereka sebut dengan *“Rapat Redaksi Total”*. Pada tahap rapat ini mereka mengumpulkan dan melakukan musyawarah dalam pengambilan keputusan untuk melakukan tahap selanjutnya.

“Perencanaan produksi di kita menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang sering digunakan di TV atau Production House. Jadi sekitar 60% praproduksi, karena disitu kita risetnya sangat detail, mulai dari alatnya, anglenya, shootlist nya seperti apa, itu direncanakan di pra produksi, 20% produksi, dan 20% pasca produksi. Karena kalau pra produksinya sudah matang, produksi dan pasca produksinya itu tidak akan terlalu rumit” Hasil wawancara dengan Bapak Galant Prabajati selaku Koordinator Sosial Media LDII TV.

Pada saat perencanaan tentu LDII TV melakukan rapat praproduksi layaknya instansi lain, yang berisikan musyawarah atas ide yang sebelumnya sudah dipersiapkan oleh para produser dari setiap konten yang ada di Channel Youtube LDII TV, lalu dikembangkan dan diambil keputusannya dengan para pemangku kebijakan atau biasa disebut *Decision Maker*.

Perkiraan resiko praproduksi juga menjadi hal penting yang dimusyawarahkan LDII TV, melihat dari trouble shooting yang pernah terjadi menjadi pelajaran atau evaluasi penting untuk terus memastikan kesiapan dan kesanggupan dari tim produksi, baik alat maupun sumber daya manusianya.

Pengorganisasian Manajemen Produksi Channel Youtube LDII TV

Pada tahap pengorganisasian, LDII TV membagi tugas kepada kru berdasarkan ketersediaan waktu dan kemampuan masing-masing anggota. Penyesuaian ini memungkinkan tim bekerja secara efektif dan efisien dalam proses produksi konten. Pengorganisasian ini juga mencerminkan struktur yang fleksibel namun tetap terarah, sesuai dengan karakter media dakwah yang tidak berorientasi pada keuntungan.

Penanggung jawab LDII TV ialah Bapak Prima Putra Tia. Bapak Fachrizal Wicaksono, S.Ak sebagai Penanggung Jawab Umum LINES (LDII News Network), Bapak Ludhy Cahyana, S.Sos sebagai Pembina LINES dan Ketua Departemen Komunikasi, Informasi dan Media di DPP LDII (Dewan Pimpinan Pusat Lembaga Dakwah Islam Indonesia), Bapak H. Rulli Kuswahyudi, S.Sos sebagai Pembina LINES DPP, Bapak Galant Prabajati, S.Tr.I.Kom sebagai Penanggung Jawab Media Sosial LDII TV.

Pembagian atau pengalokasian sumber daya manusia, keuangan, dan material yang dilakukan LDII TV bersifat pada institusi sosial yang merupakan bentuk dari manajemen media. LDII TV mempunyai sekitar 147 anggota, terdiri dari sekitar 45 orang anggota atau kru utama, dan 98 orang merupakan anggota relawan.

“Tim kita 147 orang dan sudah membagi kan siapa yang menjadi produser dan mana yang bisa di weekday dan weekend. Kebanyakan anggota di LDII TV itu kebanyakan relawan yang tidak bekerja setiap hari, shootingnya disesuaikan dengan keadaan waktu para tim”.

Penjelasan yang diberikan oleh Bapak Galant menyatakan bahwa pembagian tugas atau kerja sudah dirancang dalam struktur atau kerangka kerja di LDII TV. Penugasan dan pembagian kerja dibagi saat perencanaan dan memastikan siapa yang dapat bersedia untuk melakukan produksi konten. Anggota yang terdiri lebih besar bentuk relawan daripada anggota utama menjadi suatu hal pembeda dari instansi lainnya. Namun demikian, kinerja yang dilakukan tidak kalah saing dengan instansi besar dan memiliki eksistensi tersendiri di kalangan masyarakat.

Pengarahan Manajemen Produksi Channel Youtube LDII TV

Menggerakkan dan melaksanakan proses produksi tentu diperlukan arahan dan bimbingan dari pemimpin. Berjalannya suatu rencana demi tujuan yang disepakati atau hasil yang dicapai pasti didukung dengan adanya kepemimpinan yang baik. LDII TV memiliki beberapa pemangku kebijakan. Pada saat produksi para pemangku kebijakan di LDII TV bersifat Amal Sholeh atau biasa disebut oleh jamaah LDII yang mempunyai kesanggupan waktu, materi ataupun tenaga untuk dapat membantu sesuatu hal.

Diantara kelima orang tersebut siapapun dapat memantau progres dan memimpin produksi suatu program, baik secara langsung dan secara virtual dari jarak jauh, namun tetap berkoordinasi dengan produsernya dan menginformasikan setiap progresnya. Produksi konten yang telah direncanakan dapat dilaksanakan ketika sudah disetujui atau di approve oleh Decision Maker atau pemangku kebijakan.

“Kamu beramal sholeh lah, bekerja dengan ikhlas dan cara yang terbaik, atau dalam jamaah biasa disebut *sak pol kemampuan*, ibaratnya gelas dituang sampai tumpah semua airnya bukan *sak pol kemampuan* ya sudah setengah saja airnya. Ini yang selalu saya motivasikan kepada teman-teman, kalau kamu kerja memberikan yang terbaik buat LDII pasti kamu dimanapun akan berguna.”

Bentuk nasihat dan arahan serta motivasi yang selalu diberikan kepada tim produksi LDII TV baik dari pemangku kebijakan dan pengurus umum Dewan Pimpinan Pusat (DPP LDII) merupakan bentuk kerja ikhlas mengharap ridho dan berkah dari Allah. Di pertegas dengan slogan yang LDII TV miliki yaitu “*Amal Sholeh Riang Gembira*” memiliki arti bahwa amal sholeh di LDII TV itu menyenangkan dengan pengerjaan tugas atau produksi tidak menggunakan tekanan atau beban, di dukung dengan tujuan dari LDII TV yaitu memberikan manfaat kepada masyarakat Indonesia.

Dukungan yang diberikan LDII TV kepada para tim produksi juga dalam bentuk pelatihan, melakukan audiensi dengan media eksternal guna memperluas relasi dan menambah ilmu serta skill para anggota. Selain itu tim LDII TV juga menerapkan kekeluargaan satu sama lain untuk saling merangkul dan membantu setiap kendala yang ada, baik saat produksi maupun non produksi.

Pengawasan Manajemen Produksi Channel Youtube LDII TV

Pasca Produksi tentunya menjadi tahap pengawasan dalam manajemen media. Konten yang sudah diproduksi masih dipantau dan dikontrol oleh pihak pemangku kebijakan. Tentunya pengawasan tersebut dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan, baik dari hasil output produksi, hingga respon audiens.

“Pertama kami menggunakan *Youtube Analysis*, untuk melihat konten apa saja yang menarik dan dibutuhkan audiens, biasanya kami petakan dalam perkiraan konten yang dibuat disukai atau tidak oleh audiens. Kami menjadikan analisis dari Youtube untuk evaluasi konten. Selain itu, kami menerima masukan dari beberapa pemangku kebijakan di DPP LDII. Sebenarnya keberhasilan LDII TV itu bisa diukur dari seberapa banyak orang mengenal LDII dan menyadari serta mengerti LDII TV itu tidak seperti yang diisu-isukan di media. Inti indikatornya adalah selama LDII eksis dan bersanding dengan masyarakat merupakan keberhasilan dari produksi LDII TV” Bapak Galant Prabajati.

“Setiap bulan LDII TV melaporkan ke Ketua DPP hingga Ketua Umum terkait jumlah share Youtube LDII TV, engagement atau interaksi, jumlah subscribe, dan memberitahu tentang pemasukan yang diberikan jamaah LDII dan non jamaah LDII mengenai konten yang diupload” Bapak Fachrizal Wicaksono.

Seperti yang telah dijelaskan dari proses perencanaan hingga pengawasan baik dari praproduksi sampai pasca produksi LDII TV terus melakukan pemantauan kinerja tim. Jika dalam proses produksi terjadi penyimpangan ataupun ditemukan ketidaklayakan konten, maka konten tersebut tidak akan ditayangkan. Tranding bukan menjadi tujuan utama dari manajemen produksi LDII TV, melainkan pesan yang disampaikan layak dan dapat diterima oleh publik.

Produksi Program Konten LDII TV Terkait Dakwah Digital

Konten yang diproduksi mengandung unsur dakwah yang inovatif dan mengikuti tren digital terkini, dengan tetap berpegang pada aturan dan nilai LDII. Hal ini berhasil memperkuat dakwah digital LDII dengan menyampaikan pesan agama Islam yang moderat dan dapat diterima masyarakat Indonesia. Inovasi konten yang mengikuti tren digital terkini mendukung teori adaptasi media digital dalam dakwah yang menekankan pentingnya relevansi konten untuk menarik perhatian audiens muda (Hoover, 2017). Pendekatan ini efektif dalam memperkuat peran LDII TV sebagai media dakwah yang modern dan responsif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.(Effendi et al., 2023)

Channel Youtube LDII TV memiliki beragam video konten yang telah diproduksi. Menurut penjelasan dari Bapak Galant Prabajati, S.Tr.I.Kom pembagian konten pada Youtube LDII TV terbagi menjadi dua, yaitu Feature dan News (berita).

“News berbentuk berita dan tidak memiliki planning karena ini bentuk liputan dari setiap daerah yang mengirimkan berita dan kami olah. Daerah mengirimkan narasi pendek, satu artikel, dan konten youtube serta video lainnya yang akan diolah oleh Scrip Writer menjadi konten narasi 1 sampai 2 menit, lalu dimasukkan ke dalam Noisen yaitu aplikasi yang digunakan untuk mengelola dan mengetahui progres kerja. Setelah Scrip Writer selesai, akan diberi ke Supervisi yang biasanya Mas Wicak atau atasannya lagi pimpinan dari Decision Maker, mereka yang menyeleksi layak atau tidaknya konten tersebut. Hal itu dilakukan sebelum Voicer Over (VO) dan nanti ada koordinatornya sendiri. Sebelum ditayangkan, nanti akan di preview di grup bersama Decision Maker dan pemangku kebijakan di LDII TV, seperti Bapak Fachrizal Wicaksono, S.Ak, Saya (Bapak Galant), Bapak Ludhy Cahyana, S.Sos, dan Bapak H. Rulli Kuswahyudi, S.Sos, dan Bapak Prima Putra Tia, kemudian di approve dan ditayangkan di LDII TV”.

Konten Feature terbagi lagi menjadi tiga yaitu Podcast, Dokumenter, dan Film. Feature dalam bentuk konten documenter dan lainnya selain Podcast dan Film tayang 2 kali dalam sebulan, Podcast tayang 4 kali dalam sebulan, dan Film tayang setahun sekali. Alur sistem pada program produksi Feature tidak jauh berbeda dengan News, namun selain konten News perlu ditentukan terlebih dahulu dalam 1 bulan mau memproduksi konten apa saja.

Menurut jamaah LDII konten yang diharapkan untuk menambah kualitas Channel Youtube LDII TV mengenai pembahasan ilmu agama dan sosial dalam bentuk hiburan seperti konten yang sedang dikembangkan yaitu Film Pendek. Perilaku interaksi yang dibangun oleh netizen atau audiens berbentuk komentar membangun sangat memberikan motivasi kepada tim LDII TV dalam meningkatkan kualitas konten yang ada. Komentar yang bersifat negatif atau menjatuhkan akan dihiraukan, dan terkadang diangkat menjadi tema konten selanjutnya guna menjelaskan kebenaran yang ada. Jamaah LDII pun mengharapkan keaktifan dalam responsif dalam interaksi kepada para subscriber atau audiens LDII TV.

Hambatan dan Kendala Produksi LDII TV

Penelitian mengidentifikasi beberapa hambatan utama dalam produksi konten LDII TV, yaitu keterbatasan sumber daya manusia yang mampu mengelola konten secara profesional, keterbatasan waktu kru yang bersifat sukarela, serta tantangan dalam mengikuti perkembangan teknologi dan tren digital yang cepat berubah.

Hambatan keterbatasan sumber daya manusia dan waktu sukarela sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyoroti tantangan media dakwah digital dalam menjaga kontinuitas produksi konten (Sari, 2022). Solusi yang dapat diterapkan adalah peningkatan pelatihan teknis dan manajemen waktu bagi kru, serta penguatan kolaborasi dengan komunitas dakwah lain untuk memperluas sumber daya dan ide kreatif. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital yang lebih optimal, seperti penggunaan software editing yang user-friendly dan platform kolaborasi daring, dapat mengatasi hambatan teknis dan mempercepat proses produksi.

Sehubungan dengan program kerja produksi LDII TV mendapatkan beberapa hambatan saat proses produksi dan harus segera mengusahakan solusi atau tindakan yang akan dilakukan, seperti yang dikatakan oleh Bapak Wicaksono dan Bapak Galant berikut.

“Ketika ada kendala, kami pasti akan melakukan trouble shooting teknis tentang apa kendalanya. Pernah kendala wawancara Bapak Ketua Umum di DPP LDII tidak ada suaranya. Kami tanggung jawab akan hal tersebut dan meminta maaf yaitu tim previewers atau tim penanggungjawab, dan kami juga menegur tim teknis yang bertugas, dan setelah itu dievaluasi. Dan Alhamdulillah tidak pernah terjadi lagi trouble suara hilang” Bapak Wicaksono.

“Ada sesuatu hal yang melanggar kebijakan pada akhirnya konten ditakedown. Ketika sudah diproduksi, diedit ternyata tidak layak tayang dan akhirnya tidak ditayangkan juga pernah” Bapak Galant. Tantangan yang dialami LDII TV adalah keterbatasan anggota tim dengan waktu yang disesuaikan untuk kesediaannya dalam membuat produksi konten.

Strategi Channel Youtube LDII TV

LDII TV merupakan institusi sosial yang tidak mengaharapkan profit atau keuntungan dalam produksinya dengan menonjolkan kehumasan dengan filosofi Kebangsaan tanpa entertainment. Tujuan LDII TV bukan komersial atau industri tetapi kebangsaan.

“Sesuai dengan statement Ir. H. Chriswanto Santoso, M.Sc (Ketua Umum LDII), kalau kita tidak menanjakkan kebangsaan, dan kalau bangsa kita tidak aman dan tidak

memberikan basis kebangsaan, gimana kita bisa bernegara dan lancar ibadahnya, karena dengan Negara kita aman dan baik maka ibadah dan ngaji kita bisa lancar dan aman.” Strategi yang dilakukan dalam youtube LDII TV biasanya sering mengubah judul dan thumbnail dari video konten untuk menarik audiens. Trand yang sedang viral juga sering diangkat menjadi tema untuk dibahas dalam suatu konten yang dibuat. Tetapi tetap memperhatikan aturan dan batasan yang menjadi ciri khas dari LDII TV dengan arahan dan bimbingan dari para Demicison Maker LINES (LDII News Network). Karena ada beberapa trand yang terjadi di Indonesia tidak sesuai dengan *Point Of View* (POV) dari kehumasan yang dibentuk LDII.

Peluang yang dilihat LDII TV kedepan demi mempertahankan eksistensi LDII TV seperti dapat mengembangkan trand yang sesuai dengan kehumasan, mengupgrade sumber daya manusia, menciptakan karya yang lebih kreatif dari yang sudah ada, dengan mengharapkan generasi terkhusus dari jamaah LDII yang bisa mengakses dunia lewat digital. Pemanfaatan kecanggihan *Artificial Intelligence* (AI) juga menjadi bentuk strategi LDII TV dalam melakukan riset pasca produksi, namun dalam teknis tidak menggunakan AI. Pemberdayaan tim produksi juga dilakukan seperti melakukan pelatihan dan sejenisnya untuk menambah skill atau kemampuan dalam mewujudkan strategi yang direncanakan.

Analisis Manajemen Media dan Program Konten LDII TV dalam Penguatan Dakwah Digital

Temuan penelitian ini konsisten dengan teori manajemen produksi POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) oleh George R. Terry. Tahap perencanaan melalui rapat redaksi merupakan implementasi fungsi planning yang strategis, mengarahkan produksi konten agar sesuai visi dakwah digital LDII. Pengorganisasian yang adaptif terhadap ketersediaan kru mencerminkan fungsi organizing yang efektif dalam manajemen sumber daya terbatas. Tahap pengarahan dan pengawasan yang dilakukan secara berjenjang memperlihatkan fungsi actuating dan controlling yang berjalan dengan baik untuk menjaga kualitas konten (Terry, 1998).

Pengelolaan LDII TV sebagai institusi sosial tanpa orientasi keuntungan sejalan dengan konsep media dakwah yang menekankan pelayanan masyarakat dan nilai kebangsaan. Hal ini mendukung teori komunikasi organisasi sosial yang menyatakan bahwa media dakwah harus berfungsi sebagai agen perubahan sosial dengan basis nilai-nilai kultural dan keagamaan (McQuail, 2010).

Seperti yang dikatakan Bapak Wicaksono bahwa semua konten yang diproduksi oleh LDII TV mengacu pada keislaman dan kebangsaan. Walaupun ada konten yang tidak mengandung keislaman namun terdapat unsur dakwah di dalamnya, seperti konten Padamu Negeri yang berisikan dokumenter tentang seorang tokoh masyarakat yang tekun dan semangat dalam usaha hingga sukses, mengajarkan bahwa dalam islam manusia ketika ingin sukses maka harus berusaha dibarengi do’a atau ibadah. Walaupun berlandaskan kebangsaan LDII TV tetap memberikan asupan dakwah untuk masyarakat. Tidak hanya berisikan video konten ceramah LDII TV mengemas produk konten dengan konten yang berbeda, seperti mengikuti zaman yang ada yaitu Podcast yang mengundang beberapa tokoh influencer atau artis. Manajemen produksi media institusi sosial menjadi wadah bagi LDII TV dalam memberikan penguatan dakwah digital serta mempertahankan eksistensi LDII di masyarakat. Konten dakwah LDII TV bersifat umum yang berprinsip pada kunci kehumasan LDII yaitu kebangsaan dan masyarakat, sehingga tidak memiliki pengkategorian khusus dalam pesan dakwah yang ada di Youtube LDII TV seperti akhlak, aqidah, fiqih, dan lainnya.

Konten yang terpusat dalam dakwah dan paling unggul ialah “Oase Hikmah” yang berisikan nasihat dan juga ilmu berlandaskan Al-Qur’an dan Hadist. Produksi konten Oase Hikmah dilakukan setahun sekali selama bulan Ramadhan dengan tujuan mendukung dan menambah keimanan dibulan suci Ramadhan. Jamaah LDII mengakui bahwa ilmu yang disampaikan semua mengandung keislaman atau dakwah yang berinovasi mengikuti zaman modern. Secara keseluruhan, manajemen produksi di Channel YouTube LDII TV telah berjalan sesuai dengan prinsip manajemen POAC dan karakteristik lembaga sosial dakwah. Meskipun terdapat hambatan berupa keterbatasan sumber daya dan tantangan teknologi, LDII TV berhasil menghasilkan konten dakwah digital yang inovatif dan relevan, yang mampu memperkuat dakwah di era digital. Hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan peningkatan pelatihan, kolaborasi, dan pemanfaatan teknologi yang lebih optimal.

PENUTUP

Manajemen produksi Channel YouTube LDII TV dalam penguatan dakwah digital menunjukkan penerapan konsep POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) secara sistematis dan terstruktur. Tahap perencanaan dilakukan melalui Rapat Redaksi Total yang bertujuan memusyawarahkan ide konten dan mengoptimalkan rencana produksi. Pengorganisasian menyesuaikan pembagian tugas kepada kru berdasarkan ketersediaan waktu dan tenaga, sedangkan pengarahan diberikan oleh produser konten yang dibimbing oleh pemangku kebijakan. Tahap pengawasan dilakukan secara ketat dengan preview oleh Decision Maker untuk memastikan kualitas dan relevansi konten sebelum ditayangkan.

Pengelolaan LDII TV sebagai institusi sosial yang tidak berorientasi keuntungan melandasi seluruh proses produksi konten dakwah digital. Filosofi kebangsaan dan prinsip kehumasan LDII menjadi dasar dalam menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menguatkan nilai-nilai keagamaan dan kebangsaan. Hal ini menjadikan LDII TV sebagai media dakwah yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi digital.

Konten yang dihasilkan LDII TV mengandung inovasi yang mengikuti tren terkini namun tetap sesuai dengan aturan dan nilai-nilai LDII. Pendekatan ini berhasil memperkuat dakwah digital dengan menyajikan materi yang mudah diterima oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda. Dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat edukatif tetapi juga mengajak masyarakat untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam secara moderat dan kontekstual di era digital.

Berdasarkan penelitian tersebut, disarankan agar LDII TV meningkatkan kompetensi tim produksi melalui pelatihan rutin terkait teknik produksi digital dan strategi pemasaran konten. Selain itu, evaluasi konten hendaknya melibatkan feedback audiens secara aktif untuk menyesuaikan materi dengan kebutuhan dan preferensi penonton. Diversifikasi format konten seperti podcast, animasi, dan live streaming juga perlu dikembangkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi.

Selanjutnya, LDII TV disarankan memperkuat kolaborasi dengan lembaga dakwah lain dan influencer muslim guna memperluas jangkauan dakwah digital. Pemanfaatan data analytics dari platform YouTube juga penting untuk memantau performa konten dan merumuskan strategi produksi yang lebih efektif. Dengan langkah-langkah tersebut, manajemen produksi LDII TV dapat semakin profesional dan berkontribusi optimal dalam penguatan dakwah digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputo, S. E., & Sutamaji. (2021). Strategi dakwah dalam Media Sosial. *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)*, 6(1), 1–11.
- Albantani, IM (2024). ANALISIS WACANA PESAN DAKWAH MODERASI BERAGAMA DALAM KONTEKS DIGITAL PADA KANAL YOUTUBE “KEMENAG RI”. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Penyiaran*
- Aldin, dkk (2023) PENGGUNAAN YOUTUBE DALAM MEDIA PEMBELAJARAN. *Jurnal Pendidikan dan sains*
- Artin, E. S. (2022). *Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap Kasus Catcalling FUAD IAIN Kendari*. 06(01), 1–17. <https://digilib.iainkendari.ac.id/4073/>
- Dhela. G.R (2020) PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung). *Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi*
- Dyah, K. N. (2021). Manajemen Produksi Program Shihab & Shihab di Narasi.tv (Vol. 3). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Effendi, D. I., Lukman. D, Rustandi. R (2022) DAKWAH DIGITAL BERBASIS MODERASI BERAGAMA (FOR MILLENIAL GENERATION).
- Efriadi, dkk (2022) SEJARAH DAKWAH LEMBAGA DAKWAH ISLAM INDONESIA (LDII) DI KOTA JAMBI 1995-2022. *Jurnal of Islamic Studies: Vol.2 No.2, Hlm. 96-114*
- Efendi, E., Larasati, D., & Hasibuan, S. (2024). *Sistem Informasi Sebagai Peluang dan Tantangan Dakwah*. 5(3), 809–815.
- Effendi, E., Widiowati, N., Agung, M., Asyari, F., Dakwah, J. M., Dakwah, F., & Komunikasi, D. (2023). *Studi Literatur : Konsep Sistem Informasi Manajemen Dakwah*. 7, 1917–1925.
- Erfiana, E. (2022). Etika Komunikasi Dakwah Najwa Shihab dalam Acara Talkshow Shihab & Shihab (Analisis Isi) (UIN Antasari Banjarmasin). UIN Antasari Banjarmasin. Retrieved from <https://idr.uin-antasari.ac.id/20245/>
- Fatihah, A. C., & Utomo, A. P. Y (2020). ANALISIS TINDAK TUTUR PERLOKUSI DALAM KONPERS PRESIDEN SOAL COVID-19 PADA SALURAN YOUTUBE CNN INDONESIA. *Metamorfosis: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.55222/metamorfosis.v13i1.298>
- Fijanati, N. U., Nashihin, H., Hafidz, & Sukadi. (2023). ETIKA DAKWAH MENURUT PANDANGAN HABIB HUSEIN JAFAR AL HADAR DALAM CHANNEL YOUTUBE JEDANULIS. *Attractive : Innovative Education Journal*, 5(2), 548–561. <https://doi.org/doi.org/10.51278/aj.v5i2.768>
- Harahap, M. R. & Ritonga, E. Y (2024) MANAJEMEN MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KEGIATAN DAKWAH LEWAT DAKWAH VIRTUAL MUI TV KOTA MEDAN, *Jurnal Kajian Riset Multidisiplin*. Vol. 8 No.4

- Hidayatullah (2023) MANAJEMEN PRODUKSI KONTEN PROGRAM DAKWAH NGALAH TV MELALUI YOU TUBE DI PONDOK PESANTREN NGALAH. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam: Vol 4 No. 1 tahun 2023*
- Ikhwan, M (2022). MANAJEMEN MEDIA KONTEMPORER. Jakarta: Kencana.
- Limbong,S (2023). AKTIVITAS DAKWAH LEMBAGA DAKWAH ISLAM INDONESIA (LDII) KOTA PEKANBARU. *Jurnal Studi Manajemen Dakwah*
- Nasution, A. M., & Zen, M. (2023). TANTANGAN LEMBAGA DAKWAH PENGURUS BESAR NAHDLATUL ULAMA DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI: FORMULASI MATERI DI YOUTUBE. *Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 17(2), 201–218. <https://doi.org/10.24952/hik.v17i2.8100>
- Nurrohman, A. S. & Mujahidin, A (2022). STRATEGI DAKWAH DIGITAL DALAM MENINGKATKAN VIEWERS DI CHANNEL YOUTUBE JEDA NULIS. *JUSMA : Jurnal Studi Islam dan Masyarakat. Vol. 01 No. 01*
- Purqan, A., & Dewi, D. (2023). MANAJEMEN DAKWAH DIGITAL DALAM MEMBANGUN MODERASI BERAGAMA (Studi Kasus di Komunitas Pendakwah Keren Sulawsi Tengah). *Manajemen Dakwah Digital Dalam Membangun Moderasi Beragama*, 0, 412–417. <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/kiiies50/issue/archive>