

ABSTRAK

Yayuk Nurul Luthfiana, 2040210126, “Strategi Kreatif Produser Program Talkshow Islami Dalam Menarik Minat Penonton (Studi Kasus Talkshow Ngaji Online Perkara Islam MAJT TV Semarang)”. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Kudus 2024.

Program NGOPI (Ngaji Online Perkara Islam) merupakan salah satu program yang diproduksi oleh MAJT TV dengan format *talkshow*. Program *talkshow* hasil kolaborasi antara MAJT TV dengan Remaja Islam Masjid Agung Jawa Tengah (RISMAJT), berawal dari perubahan keadaan yang memaksa untuk terus berdakwah sekalipun dalam keadaan yang sangat terbatas karena pada saat itu tengah terjadi Covid-19. Sehingga dakwah Islam harus lebih kreatif dalam memilih strategi yang tepat sehingga tetap melakukan aktifitas dakwahnya. Membawa konsep muda, dengan perspektif seperti perbincangan antara murid dengan guru. MAJT TV Melakukan kerja sama dengan USM TV oleh karena itu NGOPI ditayangkan saluran USM TV. Selain ditayangkan disaluran televisi program NGOPI juga ditayangkan *channel* YouTube MAJT TV sebagai bentuk strategi untuk mendapat lebih banyak penonton. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi kreatif produser MAJT TV yang digunakan dalam program NGOPI untuk menarik minat penonton, (2) Mengetahui efektifitas strategi kreatif produser MAJT TV yang digunakan dalam program *talkshow* NGOPI untuk menarik minat penonton. Menggunakan teori dari Peter Pringle meliputi perencanaan, produksi, penayangan, dan evaluasi. Metode dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumenatsai secara langsung ke lapangan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini: (1) Setiap episodenya mengundang narasumber yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan upaya untuk menarik minat penonton agar tidak terkesan membosankan. Metode pemasaran dan promosi digunakan oleh produser NGOPI dalam menarik minat penonton, selain ditayangkan di USM TV juga di tayangkan di Youtube MAJT TV. Penayangan program NGOPI ditayangkan pada jam 18.00 di USM TV sedangkan penayangan di YouTube tayang pada jam 20.00. program ini berbeda dengan program lain yang sudah ada karena program lainnya mengkaji beberapa kitab sedangkan program NGOPI membahas yang hangat diperbincangkan dan dikaji secara perspektif Islam. Selain melalui YouTube promosi dilakukan menggunakan sosial media tiktok dan juga instagram setiap program akan ditayangkan dengan mengingatkan jadwal tayang program membuat flayer, (2) Efektivitas strategi program yang digunakan oleh produser NGOPI dianggap sudah cukup efektif dalam menarik minat penontonya, terbukti program NGOPI bisa mendapatkan interaksi penonton yang banyak dan juga dinilai mutakhir dan relevan karena mengikuti perkembangan zaman yang ada. Selain itu juga semakin banyak penonton dan juga semakin bertambah pengikut di YouTube maupun di Instagram, dibuktikan juga dengan respon dari penonton dengan

tanggapan yang positif. Jumlah penontonnya juga sudah mencapai ratusan walaupun masih ada beberapa terdapat tema dengan penonton puluhan karena wilayah jangkauannya terbatas hanya wilayah lokal.

Kata kunci : Strategi, Kreatif Produser, Talkshow, Program NGOPI

