



Kisah Inspiratif dalam Kemasan Dakwah Media: Studi Kasus Program Selalu Ada Hikmah TVone

Dani Wildani¹

¹, Universitas Islam as Syafi'iah Jakarta, Indonesia

Email Penulis Koresponden: wildanitasik78@gmail.com

Volume 3 Nomor 2 2025

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat artikel:

Diterima: Agustus 2025

Direvisi: Oktober 2025

Diterima: Desember 2025

Keyword:

Digital Preaching,
Inspirational Stories,
Preaching Methods

ABSTRAK

The dissemination of Islamic preaching through mass media plays a strategic role in conveying moral and religious messages to the wider community. One approach considered effective is the use of inspirational stories containing life values and messages of wisdom that can stir the emotions of the audience. This study aims to examine how the packaging of inspirational stories is applied in the television Islamic preaching program "Selalu Ada Hikmah" on TVOne. This research approach uses a qualitative method with a case study type, through analysis of the program's content and interviews with the production team. The results show that the program successfully presents a narrative rich with Islamic messages in a style that is easily accepted, so it is hoped that it will have a positive impact on public perception of Islamic preaching on television media.

© JDSK 2025, Semua hak dilindungi undang-undang
ISSN: 2774-3152 (Online) 2355-1690 (Cetak)

PENDAHULUAN

Sejak masa Nabi Muhammad SAW, dakwah Islam telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan umat muslim sebagai sarana penyebaran ajaran agama. Pada awal perkembangannya, dakwah disampaikan melalui interaksi langsung, keteladanan, serta nasihat yang diberikan oleh para pendakwah. Seiring dengan kemajuan zaman, bentuk dan media dakwah mengalami perubahan. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi modern, terutama melalui media massa seperti televisi, internet, dan berbagai platform digital, telah membuka peluang baru dalam penyebaran pesan-pesan keislaman (Nurliana, 2020). Melalui sarana tersebut, dakwah kini dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, lintas wilayah, usia, dan latar belakang, sehingga nilai-nilai Islam dapat tersampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami (Riskha Fabriar & Muhajarah, 2021). Saat ini televisi telah berkembang menjadi salah satu media yang efektif dalam kegiatan dakwah Islam di era modern. Melalui kemampuan menyampaikan pesan secara audio dan visual, televisi memberikan peluang bagi pendakwah untuk menyebarkan ajaran Islam dengan cara yang lebih menarik, komunikatif, dan mudah

dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat (Effendy et al., 2023). Format penyajian yang interaktif membuat pesan dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu menggugah emosi dan meningkatkan ketertarikan penonton terhadap nilai-nilai keislaman (Nurliana, 2020).

Sebagai Negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, program dakwah televisi di Indonesia semakin berkembang, stasiun televisi swasta seperti TVOne salah satunya yang terus berkontribusi melalui konten-konten yang mengintegrasikan ajaran Islam dengan isu-isu sehari-hari yang dikemas dalam suatu tayangan yang bisa dinikmati oleh semua kalangan penonton, ini menunjukkan bahwa media televisi, terutama saluran televisi swasta, tidak hanya berperan sebagai wahana hiburan, tetapi juga memiliki fungsi dalam penyebaran serta pengembangan nilai-nilai ajaran Islam secara luas dan terstruktur di tengah masyarakat (Heryanto, 2017).

Program *Selalu Ada Hikmah* yang disiarkan oleh TVOne merupakan contoh nyata bagaimana dakwah digital dapat dikemas dalam bentuk kisah-kisah inspiratif yang sarat akan nilai moral serta pesan keagamaan yang mendalam. Kajian ini berfokus pada penerapan mekanisme dan strategi dakwah digital dalam program tersebut, melalui pemanfaatan televisi sebagai wadah dakwah, pesan-pesan keagamaan tidak hanya disajikan secara informatif, tetapi juga dirancang untuk menggugah, menginspirasi, dan menumbuhkan kesadaran religius di tengah masyarakat (Ahmad Yusuf Hidayat & Llah Holilah, 2025).

Meskipun demikian, penyampaian dakwah melalui media televisi menghadapi tantangan tersendiri, terutama dalam mengemas kisah-kisah inspiratif, agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif serta berpengaruh terhadap cara berpikir dan perilaku audiens. Selain itu, perlu dipahami pula bagaimana strategi naratif dan unsur visual yang digunakan untuk memperkuat daya tarik pesan dakwah (Mita et al., 2025). Untuk itu penelitian ini memusatkan perhatian pada beberapa pokok permasalahan, yakni: bagaimana proses pemilihan serta pengemasan kisah inspiratif dalam program *Selalu Ada Hikmah*? Teknik penceritaan dan visualisasi apa yang diterapkan?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan secara menyeluruh peranan televisi sebagai saluran dakwah masa kini, serta memberikan sumbangsih nyata dalam pengembangan dan pemanfaatan media massa untuk kegiatan dakwah yang lebih optimal, dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam studi dakwah media, serta menghadirkan manfaat praktis berupa saran untuk memperbaiki dan mengoptimalkan produksi konten dakwah di televisi (Irawan, 2025). Dengan begitu, penelitian ini juga bisa ikut berperan dalam mendorong peningkatan kualitas dakwah media yang berfungsi sebagai wahana edukasi keagamaan dan penggerak motivasi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan yang dilakukan untuk menelaah secara mendalam bagaimana pesan-pesan inspiratif dikemas dan disampaikan dalam program dakwah di TV One, dengan mempertimbangkan peran media sebagai sarana penyebaran dakwah. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terlibat dalam program, observasi langsung atau pengamatan alami lokasi produksi

pembuatan konten, dan melakukan dan penelaahan dokumentasi berupa rekaman tayangan dan sumber pendukung lainnya (Abdussamad, 2021). Proses analisis data dilakukan secara deskriptif-naratif melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan secara luas (Sugiyono, 2024). Keabsahan temuan dijaga dengan menerapkan triangulasi sumber dan metode, agar hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai makna dan pesan dakwah yang disampaikan (Rukajat, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kisah Inspiratif dan Ciri-Cirinya dalam Islam

Kisah-kisah yang menginspirasi dalam agama Islam merupakan narasi atau cerita yang penuh dengan ajaran moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan, yang bertujuan untuk mendorong motivasi serta memperkuat iman individu. Narasi-narasi tersebut biasanya diambil dari pengalaman hidup para nabi, sahabat Rasulullah, ulama, serta tokoh-tokoh Islam lainnya yang dikenal karena integritas mereka yang kokoh dan perilaku teladan yang pantas dijadikan panutan. Menurut Mustafa Muhammad Sulaiman, secara terminologis, kisah didefinisikan sebagai keyakinan pada kebenaran suatu peristiwa sejarah yang bebas dari unsur kebohongan atau imajinasi (Bunyanul, 2019). Kisah-kisah inspiratif dalam agama Islam didefinisikan sebagai cerita yang sarat dengan ajaran moral dan spiritual yang krusial untuk dijadikan bahan pembelajaran serta contoh teladan bagi kaum Muslim. Kisah inspiratif dalam konteks Islam merupakan narasi yang penuh dengan nilai-nilai etika dan keagamaan yang bisa berfungsi sebagai media pembelajaran, pemberi semangat, serta memperkuat keyakinan dan karakter spiritual di kalangan umat muslim.

Kehidupan adalah proses pembelajaran untuk menjadi versi terbaik dari diri kita sendiri. Standar terbaik setiap orang berbeda-beda, semua memerlukan proses, dan cara belajar untuk menjadi yang terbaik. Pembelajaran bisa berasal dari pengalaman pribadi atau pengalaman orang lain (Baznas, n.d.). Meskipun caranya berbeda, tujuan akhirnya tetap sama, yaitu menjadi pribadi yang lebih baik. Kisah inspiratif dalam Islam memiliki beberapa ciri khas yang membedakannya dari jenis cerita lain. Berikut adalah ciri-ciri utama dari kisah inspiratif Islami:

- a. Mengambarkan loyalitas, keberanian dan pengorbanan yang tulus demi suatu tujuan yang mulia.
- b. Mengajarkan kebaikan yang bisa dilakukan sehari-hari
- c. Memiliki nilai yang memberikan dorongan semangat dan pembelajaran

Kisah inspiratif dalam Islam memiliki karakteristik yang unik dibandingkan cerita lainnya, seperti menampilkan kesetiaan, keberanian, dan pengorbanan demi tujuan mulia, mengajarkan kebaikan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari; serta menyimpan nilai yang memotivasi dan memberikan pelajaran berharga (Yusiana Salsabila, et.al, 2025). Kisah-kisah ini menjadi sumber inspirasi dan pedoman moral bagi umat Islam, membantu mereka memperbaiki diri dan menghadapi tantangan hidup dengan semangat dan akhlak yang mulia (Rifda, 2021).

Manfaat Kisah Inspiratif dalam Keimanan

Kisah-kisah inspiratif di dalam Islam berperan sebagai sumber kekuatan dan motivasi untuk orang-orang yang beriman, dan fungsinya bukan hanya untuk menghibur, tapi juga untuk memperkuat iman melalui contoh nyata dari para nabi dan sahabat (Dalimunthe, 2016). Al-Qur'an, sebagai panduan utama, menyatakan bahwa kisah-kisah tersebut mengandung hikmah yang membantu umat Islam memperkokoh keyakinan dan keteguhan hati saat menghadapi berbagai tantangan hidup (Desi et al., 2024). Berikut sebagian manfaat dari kisah inspiratif dalam keimanan:

- a. Sebagai sarana untuk menguatkan dan memperkokoh keyakinan umat beriman
- b. Sebagai penyemangat psikologis dan spiritual yang memperkuat keyakinan seseorang saat diuji dalam hidup.
- c. Pendorong spiritual yang membantu memperbesar keimanan dan ketahanan hati dalam menjalani kehidupan sesuai tuntunan agama.

Keyakinan agama membantu memperkuat iman seseorang, memberi semangat dan kekuatan saat menghadapi masalah, serta membuat hati lebih kuat untuk menjalani hidup sesuai ajaran agama (Purba, 2025). Kisah inspiratif memegang peran dalam hal ini karena mampu membangkitkan motivasi, memberikan contoh nyata keteguhan iman, dan memperdalam pemahaman spiritual sehingga keimanan menjadi lebih teguh dan berdaya tahan.

Dakwah di Media Televisi

Penyiaran dakwah melalui media televisi menjadi salah satu sarana yang mampu memberikan hasil optimal dalam menyebarkan ajaran Islam kepada berbagai lapisan masyarakat (Rafik, 2019). Sebagai media berbasis audio visual, televisi memiliki kekuatan persuasif yang tinggi karena dapat menyampaikan pesan dakwah secara langsung melalui perpaduan suara dan gambar, sehingga pesan tersebut lebih mudah dipahami serta diterima oleh penonton (Riyadi, 2011). Selain itu, jangkauan televisi yang luas memungkinkan pesan dakwah tersampaikan dengan cepat dan merata, baik kepada masyarakat di wilayah perkotaan maupun pedesaan. Keunggulan itu membuat televisi menjadi media yang berperan besar dalam memperkuat keimanan dan menyebarkan ajaran Islam di masa perkembangan komunikasi sekarang ini (Salsabila et al., 2023). Selain aspek teknis yang dimiliki, dakwah melalui televisi juga memerlukan pembaruan konsep dan metode penyampaian yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan media serta kebutuhan penontonnya (Nurhaidah et al., 2024).

Seorang pendakwah yang tampil di layar televisi perlu memiliki pemahaman keislaman yang mendalam dan keterampilan dalam menyampaikan pesan dakwah secara menarik serta selaras dengan kondisi sosial masyarakat. Kualitas pribadi dai dan penerapan etika dalam berdakwah menjadi unsur penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara positif, tanpa mengandung unsur politik maupun sentimen antar agama (Muhtadi, Saeful, 2012). Prinsip ini sejalan dengan semangat dakwah yang menekankan sikap toleransi, penghargaan terhadap perbedaan, serta pembinaan akhlak dan jati diri bangsa, sehingga dakwah di televisi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan mempererat persatuan umat (Nopiansah, 2023). Kajian ilmiah mengenai dakwah melalui televisi

menyoroti perlunya penguatan yang mendalam terhadap jejaring dan kolaborasi dengan berbagai lembaga dakwah, disertai dukungan pendanaan yang memadai agar pelaksanaan program dakwah dapat berjalan secara optimal (Riskha Fabriar & Muhajarah, 2021). Peningkatan mutu dan jumlah dai, serta penerapan beragam pendekatan seperti metode penyampaian langsung, penyisipan pesan, dan metode infiltrasi, menjadi faktor penentu keberhasilan dakwah di media televisi (Abidin & Efendi, 2022).

Ciri dan Strategi Dakwah di Televisi

Program dakwah di televisi biasanya memiliki ciri khas tersendiri, seperti susunan acara yang rapi, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, dan adanya interaksi dengan penonton. Pesan dakwah juga disampaikan dengan cara yang bijak dan sesuai dengan kondisi masyarakat masa kini. Agar tetap menarik dan bisa bertahan lama, program dakwah di televisi perlu menerapkan beberapa strategi, seperti membuat isi yang lebih kreatif, bekerja sama dengan berbagai pihak, serta menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa. Selain itu, pengelolaan yang baik dan profesional juga berperan besar agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan maksimal (Fabriar & Muhajarah, 2021).

Program dakwah yang ditayangkan di televisi memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan media dakwah lainnya, yaitu:

- a. Dakwah melalui televisi menggabungkan unsur suara dan gambar, sehingga mampu menarik perhatian penonton dengan daya bujuk yang kuat. Penyampaian pesan melalui visual yang bergerak dan suara menjadikan dakwah terasa lebih hidup, mudah dimengerti, dan semakin menarik jika disertai liputan langsung atau ilustrasi yang sesuai dengan topik (Abidin & Efendi, 2022)
- b. Televisi memiliki jangkauan yang sangat luas, sehingga pesan dakwah dapat tersebar cepat dan menjangkau berbagai kalangan masyarakat.
- c. Program dakwah biasanya disajikan dalam beragam bentuk, seperti ceramah, wawancara, diskusi interaktif, maupun pertunjukan seni bernuansa islami yang memikat.

Penerapan strategi dakwah melalui televisi memerlukan perencanaan program yang kreatif dan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika persaingan antar media, serta selera dan kebutuhan audiens. Salah satu langkah utama yang perlu dilakukan adalah memilih narasumber yang memiliki kemampuan, pengetahuan, dan cara berkomunikasi yang baik agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif (Maharani Amelia Putri et al., 2023). Selain itu, pemakaian bahasa yang sederhana, mudah dimengerti, dan sesuai dengan kondisi sosial serta budaya penonton menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan penyampaian dakwah (Zahra et al., 2023). Program dakwah sebaiknya juga menghadirkan interaksi secara langsung dengan penonton, misalnya melalui sesi tanya jawab via telepon atau media sosial. Dengan cara ini, kegiatan dakwah menjadi lebih dinamis, interaktif, dan terasa dekat secara personal bagi pemirsa, penyajian konten dakwah yang menarik, didukung oleh kualitas visual dan audio yang baik serta durasi tayangan yang proporsional, menjadi hal yang berperan besar dalam menjaga minat penonton dan memastikan pesan dakwah tersampaikan dengan efektif (Ziaulhaq, 2022).

Dalam hal ini, kerja sama dengan berbagai pihak, seperti lembaga keagamaan maupun media lainnya, dapat membantu meningkatkan mutu serta memperluas jangkauan program dakwah. Selain itu, promosi melalui media sosial juga penting dilakukan agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan dapat menonton tayangan dakwah di televisi. Dengan demikian, keunggulan televisi sebagai media audiovisual berperan dalam memperkuat efektivitas penyampaian dakwah. Sementara itu, penerapan strategi yang kreatif dan interaktif menjadi kunci untuk menjaga keberlangsungan program serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pesan dakwah di tengah persaingan media yang semakin ketat (Oktaviani et al., 2024). Pendekatan ini mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan sosial masyarakat modern agar dakwah di televisi mampu memberikan pengaruh positif yang luas dan berkesinambungan (Ziaulhaq, 2022).

Tantangan Dakwah Melalui Televisi

Dakwah melalui media televisi adalah salah satu pendekatan kontemporer untuk menyebarkan ajaran Islam, program dakwah di Televisi selalu menjadi tontonan bagi jutaan keluarga di Indonesia, karena gabungan audio visual memiliki daya tarik emosional yang kuat sehingga mampu membuat kemasan dakwah lebih menarik (Nurhaidah, 2025, p. 248). Akan tetapi dakwah pada media ini dihadapkan pada berbagai hambatan yang terkait dengan perkembangan media massa, transformasi sosial, dan peraturan. Hambatan-hambatan ini berpotensi mengurangi efektivitas dakwah dalam menjangkau khalayak yang lebih luas, seperti:

- a. Biaya produksi dan untuk mendapatkan slot siaran yang mahal.
- b. Adanya resiko komodifikasi dimana substansi dakwah dikorbankan demi kepentingan rating dan sponsor.
- c. Persaingan dengan konten hiburan yang sifatnya komersil.
- d. Perubahan teknologi dan pembagian kelompok penonton.
- e. Keterbatasan sumber daya dan kualitas konten

Meskipun dihadapkan pada berbagai hambatan, media televisi tetap menawarkan kesempatan dan keunggulan khusus, yakni kepercayaan dan pengaruhnya. Ditengah banyaknya berita palsu dan data yang belum dikonfirmasi, media televisi dilengkapi dengan mekanisme penyuntingan serta pemeriksaan kebenaran yang transparan, serta sumber-sumber informasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Inovasi Dan Kreativitas Dakwah Di Media Televisi

Inovasi dan kreativitas yang digunakan dalam dakwah melalui televisi punya tujuan utama untuk menarik lebih banyak penonton, khususnya anak muda yang sedang tumbuh, seperti dengan mencampurkan tiga hal penting: hiburan yang menyenangkan, pendidikan yang berguna, dan nilai-nilai spiritual yang mendalam. bukan hanya sekedar ceramah biasa, sehingga orang-orang muda merasa tertarik dan tidak bosan (Shinta et al., 2023). Inovasi dakwah bisa menggunakan cara-cara kreatif untuk menyampaikan ajaran Islam agar lebih menarik dan cocok dengan kehidupan sehari-hari, seperti:

a. Penggunaan format hiburan

Menggunakan gaya acara seru untuk dakwah di TV adalah cara yang bisa dilakukan agar ajaran agama tetap menarik di dunia hiburan saat ini. Dengan mencampurkan kesenangan dan nilai-nilai Islam, dakwah TV bukan cuma mengajari, tapi juga menghibur, serta membangun kelompok yang lebih terbuka (Rafik, 2019).

b. Talk Show dan diskusi interaktif

Gaya acara talk show dan diskusi yang melibatkan penonton adalah cara baru yang populer dalam acara dakwah televisi (Aldama, 2025). Di sini, ajaran agama dibagikan lewat obrolan santai, percakapan, dan partisipasi pemirsa. Akibatnya, dakwah jadi lebih mudah dipahami dan menarik buat banyak orang, terutama anak muda yang sering pakai media social (Fauziah, 2025).

c. Integrasi teknologi digital.

Pemanfaatan teknologi digital telah mentransformasi dakwah televisi dari penyiaran satu arah menjadi ekosistem multimedia yang interaktif, bersifat lebih personal, dan terarah pada segmen tertentu (Sopiyan et al., 2025). Perubahan ini menghadirkan peluang untuk memperluas jangkauan audiens sekaligus mendorong lahirnya inovasi dalam penyajian konten, siaran dan platform digital telah mengubah cara dakwah di televisi, dari ceramah satu arah di studio menjadi sistem multimedia yang lebih hidup dan interaktif (Tabroni et al., 2023). Konten dakwah di media televisi yang dijadikan studi kasus pada penelitian ini yaitu, program dakwah televisi Selalu Ada Hikmah yang tayang di TV One setiap hari Sabtu dan Minggu pada pukul 14.00 WIB. sampai 14.30 WIB. Program ini menarik untuk dipelajari karena menampilkan cerita dan pengalaman inspiratif dari seseorang yang dibawakan dalam bentuk dialog dengan seorang ustadz sebagai pembawa acara selama 30 menit.

Untuk menilai kualitas tayangan tersebut, diperlukan analisis yang komprehensif dengan fokus utama pada aspek isi, visual, dan cara penyampaian materi dakwah. Analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa efisien program dalam menyajikan pesan dakwah yang jelas, menarik, sehingga mampu memberikan pengaruh positif serta inspirasi kepada penonton. Setelah melihat langsung hasil tayangan serta ikut terlibat dalam proses produksi program Selalu Ada Hikmah di TVOne, kemudian dilakukan pengamatan dan analisa mendalam terhadap program ini, diperoleh berbagai informasi mengenai bagaimana program ini disusun dan disajikan kepada penonton. Ada beberapa hal yang digunakan untuk mengukur mutu tayangan konten dakwah ini secara objektif dan menyeluruh, diantaranya:

d. Host

Ustadz Koh Denis Lim adalah host dari program Selalu Ada Hikmah, sebagai seorang ustadz muda, beliau merupakan sosok yang energik, meyakinkan, dan penuh inspirasi dalam setiap dakwahnya juga dikenal karena cara penyampaian yang hangat dan mudah dicerna oleh berbagai kalangan, dari anak muda hingga orang dewasa.

e. Narasumber

Narasumber yang diundang dalam program ini sangat beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat dan profesi yang berbeda. Mulai dari kalangan atas seperti pejabat, pengusaha, dan artis terkenal, hingga masyarakat biasa yang memiliki kisah hidup inspiratif. Mereka juga meliputi berbagai profesi seperti tentara, polisi, atlet, guru ngaji, penulis, pecinta binatang, aktivis sosial, pengusaha kecil, hingga tokoh komunitas. Keberagaman latar belakang ini memberikan warna tersendiri, karena setiap narasumber membawa pengalaman, sudut pandang, dan cerita unik yang mampu menyentuh berbagai aspek kehidupan. Meskipun berasal dari dunia yang berbeda, semua narasumber dipilih karena memiliki satu kesamaan utama, yaitu mereka memiliki kisah inspiratif dan pembelajaran berharga yang dapat dibagikan kepada penonton. Kisah-kisah tersebut tidak hanya bermakna secara pribadi, tetapi juga memberikan motivasi dan pemahaman lebih luas tentang kehidupan, nilai-nilai positif, dan semangat untuk terus berbuat baik

f. Format tayangan

Program Selalu Ada Hikmah dibuat melalui proses rekaman distudio yang telah dipersiapkan dengan matang. Dalam produksi ini, terdapat satu host yaitu ustadz Koh Denis Lim serta satu atau kadang dua narasumber yang diundang. Pengambilan gambar dilakukan didalam studio yang sudah diatur tata letak dan pencahayaannya agar kualitas visual tayangan optimal, dengan menggunakan empat kamera dan didukung set properti yang diatur sedemikian rupa untuk mendukung tata artistiknya. Kru yang terlibat langsung dalam proses produksi program Selalu Ada Hikmah terdiri dari berbagai peran yang saling mendukung demi kelancaran dan menjaga kualitas tayangan, diantaranya:

1) Produser dan Tim Kreatif

Mengarahkan konten dan format acara agar sesuai dengan visi dan misi program, serta menciptakan konsep yang menarik.

2) Program Director

Bertanggung jawab mengatur keseluruhan jalannya produksi dan memastikan visi acara terlaksana dengan baik.

3) Floor Director

Mengkoordinasi aktivitas di area studio selama proses syuting berlangsung agar semua berjalan sesuai rencana.

4) Cameraman (empat orang)

Mengoperasikan kamera dari berbagai sudut untuk menghasilkan visual yang dinamis dan menarik.

5) Audioman (dua orang)

Mengelola kualitas suara agar jelas, seimbang, dan sesuai standar siaran.

6) Lightingman (dua orang)

Menata pencahayaan studio sehingga suasana tampak terang dan estetik.

7) Tim Technical Support

Memastikan semua peralatan teknis berjalan lancar tanpa gangguan selama produksi.

8) Tim Art & Property

Bertanggung jawab atas tata artistik dan kelengkapan properti yang digunakan untuk menunjang tampilan visual program.

9) Tim Support di Belakang Layar

Meliputi staf administrasi, operator editing, personel logistik, dan lainnya yang secara tidak langsung membantu kelancaran setiap tahap produksi, mulai dari persiapan, rekaman, hingga pascaproduksi.

Karena proses produksinya berupa rekaman, sebelum tayang dilakukan proses editing, dalam tahap ini, hasil rekaman disaring secara cermat untuk menghilangkan bagian yang kurang layak, tidak pantas, atau kurang sesuai dengan standar, agar tayangan yang disajikan berkualitas dan bermakna bagi penonton. Editing juga meliputi penyempurnaan audio, penyesuaian visual, serta penambahan elemen grafis atau musik pengantar yang mendukung suasana dan daya tarik program secara keseluruhan. Proses ini memastikan bahwa setiap episode Selalu Ada Hikmah menghadirkan konten yang informatif, inspiratif.

a. Metode Penyampaian

Total durasi tayangan program ini adalah 30 menit sudah termasuk commercial break, dirancang dengan format dialog yang terbagi dalam tiga segmen, yang setiap segmennya berdurasi sekitar delapan menit. Pada segmen pertama, narasumber akan memulai dengan menceritakan kisah inspiratif yang penuh makna dari perjalanan hidup yang sudah atau sedang dijalannya. Untuk memberikan suasana interaktif dan mendalam di sela penyampaian cerita tersebut, Ustadz Koh Deni Lim selaku host akan mengajukan pertanyaan dan berdialog secara intens dengan tujuan memperdalam pemahaman serta mengkaji makna cerita tersebut dari perspektif agama Islam, kemudian menghubungkannya dengan nilai-nilai spiritual dengan pengalaman nyata yang disampaikan.

Dialog yang konstruktif ini akan berlanjut hingga pertengahan segmen ketiga, disinilah memungkinkan terjadinya diskusi yang dinamis dan berlapis antara narasumber dan Ustadz, sehingga tidak hanya menyentuh aspek personal tetapi juga menggali hikmah yang universal dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Menjelang akhir segmen ketiga, sebelum penutupan, Ustadz Koh Deni Lim selaku host dari program ini akan menyampaikan rangkuman dan kesimpulan secara komprehensif. Dalam kesimpulan tersebut, beliau akan menyampaikan pandangan keagamaan, pembelajaran moral, serta hikmah yang bisa diambil dari keseluruhan cerita dan dialog yang telah berlangsung, dengan tujuan agar audiens yang menonton program ini tidak hanya terinspirasi oleh kisah tersebut, tetapi juga mampu mengaplikasikan nilai-nilai spiritual dan pelajaran hidup dalam kehidupan mereka masing-masing.

b. Evaluasi kualitas konten

Ustadz Koh Deni Lim sebagai host menjadi pusat energi dalam program ini. Profilnya sebagai ustadz muda yang energik, inspiratif, dan penyampai dakwah yang hangat membantu menjembatani pesan keagamaan dengan audiens dari berbagai usia dan latar belakang. Yang berbeda. Keberagaman

narasumber menjadi kekayaan program ini. Dengan latar belakang yang sangat beragam mulai dari pejabat, artis, hingga masyarakat biasa dan berbagai profesi program mampu menyajikan berbagai cerita inspiratif yang menyentuh berbagai aspek kehidupan. Kesamaan narasumber adalah kisah mereka yang memberikan pembelajaran dan motivasi, sehingga program dapat menjangkau penonton luas dengan berbagai perspektif kehidupan.

Penggunaan studio yang telah terencana dengan baik, empat kamera, serta tata artistik yang mendukung, menjadikan kualitas visual dan audio program optimal. Keterlibatan berbagai kru profesional dari produser, program director, hingga tim teknis dan artistik memastikan produksi berjalan lancar dengan kualitas tinggi. Proses editing yang ketat juga menjamin bahwa tayangan yang disajikan bermutu dan sesuai standar, sehingga pesan inspiratif tersampaikan dengan baik. Format dialog yang terbagi dalam tiga segmen dengan durasi delapan menit per segmen dirasakan kurang maksimal, sehingga memungkinkan penyampaian materi kurang mendalam dan interaktif. Peran Ustadz Koh Denis Lim sebagai moderator yang aktif mengajukan pertanyaan dan mengkaji cerita narasumber menjadi terbatas karena mepetnya durasi.

KESIMPULAN

Program Selalu Ada Hikmah di TVOne menyajikan kisah inspiratif penuh nilai Islam dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Melalui dialog antara pembawa acara dan narasumber dari berbagai latar belakang, program ini bisa memotivasi penonton. Dengan kualitas gambar dan suara yang baik, mampu menyebarkan dakwah Islam secara modern, meskipun ada tantangan seperti waktu tayang terbatas dan persaingan antar media, ini membuktikan televisi tetap jadi media dakwah yang kuat dan relevan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Abidin, Z., & Efendi, E. (2022). Memahami Pesan Dakwah Dalam Siaran Radio Dan Televisi. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 141–158.
- Ahmad Yusuf Hidayat, & Llah Holilah. (2025). Peran Televisi dalam Meningkatkan Pemahaman Keislaman pada Masyarakat. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 3(2), 23–32. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v3i2.4926>
- Aldama, A. (2025). Evolusi Konten Religius Televisi di Indonesia. *Journal of Mandalika Literature*, 6(2), 395–402.
- BAZNAS, H. (n.d.). *Kisah Inspiratif Sahabat Nabi: Teladan Mulia di Setiap Langkah Hidup*.
- Bunyanul, B. (2019). Metode Kisah Dalam Al-Qur'an Dan Sunnah Dan Urgensinya Dalam Pendidikan Karakter. *Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan Tadarus Tarbawy*, 1(2), 109–123. <https://doi.org/10.31000/jkip.v1i2.1999>
- Dalimunthe, S. S. (2016). Metode kisah dalam perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Tarbiyah*, 23(2).
- Desi, E., Shofiah, V., & Rajab, K. (2024). KESEHATAN MENTAL DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI ISLAM : PERANAN IMAN SEBAGAI IMUNITAS JIWA STUDI PADA AL-QUR'AN SURAH MARYAM. *Psikologi Konseling*, 17.
- Effendy, E., Aisyah, N., Manurung, R. S., & Adelisa, W. (2023). Perkembangan dan Peranan TV Berbasis Dakwah Islam. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 934–943. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.2962>
- Fabriar, S. R., & Muhajarah, K. (2021). Strategi Dan Manajemen Dakwah Majelis Tafsir Al Qur'an Melalui MTA TV Surakarta. *Journal of Islamic Management*, 1(2), 124–135.
- Fauziah, N. (2025). Strategi Komunikasi Islam Dalam Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia:

- Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1377–1384.
- Heryanto, G. G. (2017). Ekonomi politik media penyiaran: Rivalitas idealisme nilai Islami dan mekanisme pasar. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 85–98.
- Irawan, D. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital). *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>
- Maharani Amelia Putri, Muhammad Naufal Rahmatullah, Najah Fathin Nur Afsharina, & Meity Suryandari. (2023). Strategi Program Acara Dakwah untuk Meningkatkan Eksistensi di Media Televisi. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 4(4), 126–134. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v4i4.567>
- Mita, M., Islami, F., & Hadisaputera, S. (2025). Urgensi Komunikasi Dakwah Dalam Penulisan Naskah: Kajian Terhadap Struktur, Gaya Bahasa, Dan Efektifitas Komunikatif. *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam*, 16(1), 44–56.
- MUHTADI, SAEFUL, A. (2012). *KOMUNIKASI DAKWAH Teori, Pendekatan Dan Aplikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nopiansah, M. (2023). METODE AL-QUR'AN DALAM MEMBANGUN JIWA KEBANGSAAN. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(4), 90–102.
- Nurhaidah, S. N. (2025). *Teori Komunikasi Dakwah*. Afanin Media Utama.
- Nurhaidah, S. N., Zaid, S. N., Sukroni, A., Aisyah, S., Sadari, S., & Samad, R. (2024). Metode Dakwah Islam Sebagai Objek Islam Historis. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 4(1), 36–44.
- Nurliana, N. (2020). Televisi Sebagai Media Dakwah Islam Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 3(1), 120–135.
- Oktaviani, A. E. N., Nugraha, A. A., Safitri, E., Munawaroh, S., & Sari, V. D. (2024). Strategi Komunikasi KPI (Komisi Penyiaran Informasi) dalam Mensosialisasikan TV Digital. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 79–95.
- Purba, D. J. (2025). Pendidikan Agama Islam Sebagai Bentuk Penguatan Mental Siswa. *Komprehensif*, 3(1), 129–138.
- Rafik, A. (2019). Pesan Dakwah Melalui Media Massa. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 2(1), 67–75.
- Rifda, A. (2021). *Kisah-kisah Inspiratif Islami Terbaik*.
- Riskha Fabriar, S., & Muhajarah, K. (2021). Strategi dan Manajemen Dakwah Majelis Tafsir Al Qur'an melalui MTA TV Surakarta. *Journal of Islamic Management*, 1(2), 124–135.
- Riyadi, T. (2011). Kajian Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat "Sumpah Pemuda." *Humaniora Binus*, 2(1), 583–589.
- Rukajat, A. (2018). *PENDEKATAN PENELITIAN KUALITATIF* (Edisi 1). deepublish.
- Salsabila, A. Z., Effendy, E., & Ginting, A. F. (2023). Peran Siaran Radio, Televisi dan Multimedia Dalam Pengembangan Dakwah Modern. *At-Tadris: Journal of Islamic Education*, 2(1), 69–81.
- Shinta, N., Effendy, E., & Sipayung, Z. K. (2023). Pengaruh Ide Kreatif Dalam Mengembangkan Dakwah di Masjid Jami' Nurul Ikhsan. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 563–572.
- Sopiyan, W., Ramdhani, R., & Sihabudin, D. (2025). Transformasi Komunikasi Dakwah Di Era Digital (Analisis Strategi dan Tantangan dalam Penyebaran Pesan Islami). *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 199–208.
- SUGIYONO. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (Edisi Ke-3). ALFABETA BANDUNG.
- Tabroni, R., Rifai, A., Wibawa, A. T., Malik, D. A., & Hunafa, Z. D. (2023). Mengkaji Pesan Dakwah Dalam Program Religi Di Televisi Digital. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 17(1), 12–32.
- Yusiana Salsabila Demi Susanti Dola Risma Ayu Yola Oktri Hardi Nur Royani Ahlina, D. (2025). Implementasi Metode Cerita Tentang Kisah Rasulullah Dalam Menanamkan Akhlak Menuntut Ilmu Sesuai Al-Qur'an Pada Siswa MTsN 2 Kota Bengkulu Implementation of the Storytelling Method of the Prophet's Story in Instilling the Morals of Demanding Knowledge acc. *Jurip*, 4(1), 9–18.
- Zahra, A. N., Ma'arif, B. S., & Siddiq, A. A. (2023). Strategi Dakwah pada Penyiaran Televisi Islam. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 3(2), 173–176.
- Ziaulhaq, W. (2022). Kiprah Dakwah Virtual di Masa Pandemi Covid 19 Pada Siaran Mimbar Agama Islam di Stasiun TVRI Sumatera Utara. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 5–9.