ABSTAK

MUHAMMAD FACHRI RACHMAN, 105271108322, *Strategi Komunikasi Tim Media Sosial Markaz Hijrah Indonesia Dalam Pengembangan Konten Audiovisual Islami Di Makassar*, dibimbing oleh Dahlan Lama Bawa dan Ahmad Muntazar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi tim media sosial Markaz Hijrah Indonesia dalam menghadapi tantangan pengembangan konten audiovisual islami, kemudian mengetahui bagaimana tim media sosial Markaz Hijrah Indonesia mengelola konten audiovisual islami dalam menarik dan mempertahankan audiens. Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis, khususnya sebagai referensi bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam pengembangan metode dakwah digital berbasis konten audiovisual Islami. Selain itu, penelitian ini dapat mengedukasi mahasiswa KPI mengenai tantangan dan proses pengelolaan konten audiovisual yang menarik, serta mendorong keterlibatan mahasiswa dalam dakwah digital. Bagi peneliti, penelitian ini menjadi sarana untuk menambah wawasan dan meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan konten audiovisual Islami.

Penelitian ini merupukan penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang menggunakan data deskriptif beruapa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan pelaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berlokasi di UMFA Channel jl. Waduk Tunggu Pampang No.31, Antang, Kec. Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Adapun Objek Penelitiannya yaitu tim media sosial Markaz Hijrah Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan konten audiovisual Islami oleh tim media sosial Markaz Hijrah Indonesia ditentukan oleh strategi komunikasi yang adaptif dan kreatif, meliputi penyesuaian terhadap tren digital, kolaborasi dengan komunitas dakwah, penyaringan konten yang ketat, serta pemilihan platform yang tepat. Pengelolaan konten dilakukan secara sistematis melalui perancangan konsep yang relevan, konsistensi unggahan, peningkatan kualitas produksi, interaksi aktif dengan audiens, dan evaluasi performa konten secara berkala. Strategi ini menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif, luas, dan relevan bagi generasi muda di era digital.

Kata kunci: Dakwah, Komunikasi, Audiovisual, Islami