

ABSTRAK

Taufik Gilang Karisman : Strategi Program Siaran Dakwah di Televisi (Studi Deskriptif pada Tim Program MQTV Bandung)

Dunia penyiaran terutama pertelevisian berkembang pesat di Indonesia. Beragam program televisi dapat kita saksikan mulai dari program untuk anak hingga dewasa, dari *genre* komedi hingga religi. Namun ditengah perkembangan kuantitas program televisi terdapat ironi, yakni adanya penurunan kualitas program televisi, dibuktikan dengan banyak program yang kurang mengedukasi, dan cenderung mengutamakan unsur hiburannya saja demi menaikkan *rating*, menarik perhatian penonton juga pengiklan. Hal ini memacu penulis untuk meneliti MQTV karena dalam melakukan penyiaran, MQTV konsisten menyiarkan acara yang mengedepankan unsur pendidikan dan keagamaan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui *pertama*, perencanaan program dakwah, *kedua*, produksi dan pembelian program dakwah, *ketiga*, eksekusi program dakwah, *keempat* pengawasan evaluasi program dakwah yang dilakukan MQTV.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Morissan tentang strategi program yakni: perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi serta pengawasan dan evaluasi program. Sedangkan metode yang digunakannya adalah metode deskriptif, dan teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara dan analisis dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MQTV melakukan strategi program melalui tahap; *pertama*, perencanaan dilakukan dengan cara menganalisis peluang pasar berdasarkan evaluasi bukan berdasarkan riset pihak ketiga dan memanfaatkan ranah dakwah dalam membuat program, lalu bauran program dilakukan dengan membuat program produksi sendiri yang dikemas dengan format variatif dengan gaya bahasa yang mudah dipahami dan dipromosikan melalui klip video dan media sosial selain itu target audien dan pendapatan MQTV pada kelas menengah-hingga menengah keatas dan tujuan program dakwah MQTV adalah mendapatkan kuantitas audien dakwah dan keuntungan finansial. Sementara faktor program dakwah MQTV adalah konten dakwah yang disajikan secara kontinyu untuk membangun kebiasaan audien dan sumber program dakwah MQTV melalui produksi sendiri, afiliasi program dan kontribusi pemirsa serta konten youtube.

Kedua, produksi dan pembelian, MQTV melakukan produksi sendiri, afiliasi program dan kontribusi pemirsa serta konten youtube namun tidak melakukan pembelian program. *Ketiga*, eksekusi program MQTV memanfaatkan *weekend* untuk menayangkan program dakwah yang lebih bervariasi dan melakukan teknik penayangan *head to head*, *strong lead-in*, *counter* program dan *blocking* program. *Keempat*, pengawasan dan evaluasi dilakukan dengan cara melakukan rapat mingguan, bulanan dan evaluasi program per-tigabelas episode.

Kata Kunci:

(Strategi Program, Dakwah, Televisi)