

ABSTRAK

Fazrina Ruhyana: Strategi Dakwah Radio MQ FM Bandung Pada Program Inspirasi Siang Terhadap Generasi Z

Dakwah Islam menghadapi tantangan signifikan di era digital, terutama dalam menjangkau Generasi Z yang akrab dengan platform digital. Radio MQFM Bandung, sebagai radio dakwah, berupaya menyesuaikan strategi penyiarannya agar tetap relevan dengan karakteristik Generasi Z.

Penelitian ini mengkaji strategi MQFM dalam meraih keberhasilan dakwah di seluruh kalangan masyarakat, khususnya Generasi Z, serta menilai efektivitas pendekatannya di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi Radio MQFM Bandung pada program "Inspirasi Siang" dalam menjangkau Generasi Z. Fokusnya adalah menganalisis bagaimana program tersebut dirancang, dilaksanakan, dan dinilai keberhasilannya untuk menarik dan mempertahankan minat generasi muda.

Teori Penelitian ini menggunakan teori strategi Fred R. David yang meliputi tiga tahap utama: perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi. Teori ini membantu menganalisis pengelolaan program radio dalam mencapai tujuan jangka panjang, serta bagaimana radio beradaptasi agar tetap diminati lintas generasi, khususnya Generasi Z.

Metode yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis secara sistematis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program "Inspirasi Siang" dirancang terstruktur dengan tema harian bervariasi, penyiar yang sesuai, dan segmen interaktif. Konten mencakup adab Rasulullah, kisah sahabat, dan kajian Al-Qur'an. Program ini memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens lebih luas melalui artikel dan video. Implementasi program fleksibel dengan kehadiran narasumber. Untuk menjangkau Generasi Z, MQ FM mengembangkan konten di YouTube melalui kanal Muda Mulai Dakwah Lewat Qalbu (MDLQ). Evaluasi efektivitas dilakukan melalui interaksi pendengar dengan target tiga juta interaksi dalam setahun, serta rencana pengembangan konten menjadi artikel dan produk ritel. Strategi dakwah ini sangat fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik serta kebutuhan Generasi Z.

Kata Kunci : Strategi Dakwah; Radio MQ FM Bandung; Program Inspirasi Siang; Generasi Z