

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi yang melibatkan pengiriman pesan dari satu pihak ke pihak lain. Tujuan utama dari komunikasi adalah agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh kedua belah pihak. Proses ini sering dilakukan secara lisan, di mana bahasa verbal menjadi media utama. Selain sekadar pengiriman informasi, komunikasi juga mencakup aspek pemahaman bersama, sehingga tercipta interaksi yang efektif dan bermakna (Ridwan, A. 2013:92).

Islam memiliki tujuan utama yaitu membentuk individu yang berakhlak mulia dan berkualitas tinggi. Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah melalui dakwah, yang dapat diartikan sebagai upaya sistematis dalam menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain. Dakwah bertujuan untuk mendorong individu agar mengimplementasikan nilai-nilai Islam, baik melalui komunikasi verbal maupun tindakan nyata (Ridwan A, 2022:72). Dengan demikian, dakwah memiliki peran penting dalam mewujudkan tatanan masyarakat yang ideal (Goni, 2016).

Di era digital, media massa seperti surat kabar, televisi, dan internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Media ini memfasilitasi interaksi dan menyediakan informasi yang diperlukan, sehingga masyarakat tetap terhubung

dan mendapatkan berita terkini. Kemajuan teknologi komunikasi telah mempercepat penyebaran informasi secara global, memungkinkan akses yang mudah dan cepat oleh siapa saja di berbagai belahan dunia.

Perkembangan ini juga mempengaruhi dakwah Islam, yang kini menghadapi tantangan baru akibat dominasi media Barat. Penting bagi para pendakwah untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana menyebarkan ajaran Islam yang positif. Dengan memanfaatkan media digital, dakwah dapat membangun dialog konstruktif dengan masyarakat dan memperkuat pemahaman serta praktik ajaran Islam di tengah arus informasi yang deras.

Dakwah di era modern harus responsif terhadap berbagai permasalahan umat (Fatoni & Hartati, 2017). Media massa, sebagai alat penyebaran informasi dengan jangkauan luas, memiliki potensi signifikan dalam mencapai tujuan dakwah. Media massa kini juga berperan penting dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan melalui program-program yang dirancang khusus.

Salah satu bentuk dakwah melalui media adalah *I'lam*, yang berarti menyebarkan risalah Islam melalui penyiaran. Dalam konteks ini, *I'lam* merujuk pada penyampaian pesan agama melalui media visual dan demonstrasi, yang bertujuan membantu mubalig memperjelas pesan agar lebih mudah dipahami (Ridwan A, 2025:163). Dakwah melalui radio, sebagai bagian dari dakwah *bil lisan*, memungkinkan penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat luas tanpa harus bertatap muka.

Radio, meskipun dianggap ketinggalan zaman, tetap diminati oleh berbagai kalangan, termasuk Generasi Z. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1995-2010, tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang pesat. Mereka memiliki kemampuan teknologi yang baik dan cenderung mencari informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dakwah melalui radio dapat menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau Generasi Z.

Di Kota Bandung, Radio MQFM Bandung hadir sebagai stasiun radio dakwah yang menawarkan program-program berkualitas. Didirikan oleh KH Abdullah Gymnastiar pada 1 Agustus 2001, radio ini menyajikan konten yang menyejukkan dan bernuansa Islam. Dengan menggunakan gelombang FM, Radio MQFM Bandung mampu menyajikan kualitas audio yang lebih baik, sehingga pendengar dapat menikmati program-program dakwah dengan nyaman.

Salah satu program unggulan di Radio MQFM Bandung adalah "Inspirasi Siang," yang menyajikan konten motivasi dan pembahasan topik relevan bagi pendengar. Program ini tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga berfungsi sebagai sahabat yang memberikan inspirasi dan dukungan bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan kehidupan. Salah satu program unggulan di Radio MQFM Bandung adalah "Inspirasi Siang," yang menyajikan konten motivasi dan pembahasan topik relevan bagi pendengar. Program ini tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga berfungsi sebagai sahabat yang memberikan inspirasi dan dukungan bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan kehidupan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan **STRATEGI DAKWAH RADIO MQFM BANDUNG DALAM PROGRAM INSPIRASI SIANG TERHADAP GENERASI Z**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berarti bagi kemajuan dakwah di masa depan, serta menjadi contoh bagi lembaga dakwah lainnya dalam menghadapi dinamika perkembangan zaman.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Perumusan Radio MQFM Bandung pada program Inspirasi Siang Terhadap Generasi Z?
2. Bagaimana Implementasi Radio MQFM Bandung pada program Inspirasi Siang Terhadap Generasi Z?
3. Bagaimana Evaluasi Radio MQFM Bandung pada program Inspirasi Siang Terhadap Generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian fokus penelitian diatas memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Perumusan Strategi Radio MQFM Bandung pada program Inspirasi Siang pada Generasi Z.
2. Untuk mengetahui Implementasi Strategi Radio MQFM Bandung pada

program Inspirasi Siang pada Generasi Z.

3. Untuk mengetahui Evaluasi Strategi Radio MQFM Bandung pada program Inspirasi Siang Generasi Z.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik secara akademis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat secara akademis

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan kontribusi akademis serta menjadi acuan bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam upaya meningkatkan keterampilan dalam Produksi Siaran Radio Dakwah. Hal ini dilakukan melalui pemahaman yang mendalam mengenai strategi dakwah melalui media radio yang ditujukan kepada Generasi Z, dengan fokus pada studi deskriptif Program Inspirasi Siang di Radio MQFM Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa menguasai teknik dan pendekatan yang efektif dalam menyusun serta menyampaikan konten dakwah yang relevan dan menarik bagi audiens muda.

- b. Manfaat secara praktis

Penelitian ini memiliki peluang besar untuk menguatkan fungsi dakwah radio dalam pembentukan kepribadian generasi muda. Melakukan pendalaman yang mendalam terhadap berbagai kesulitan dan tantangan yang dialami Generasi Z, para penyiar radio dakwah akan mampu merancang materi siaran keagamaan yang lebih

aplikatif, sesuai ngedang konteks kekinian serta responsif terhadap berbagai persoalan aktual yang kerap dipertanyakan oleh kalangan muda, baik yang berkaitan dengan masalah religius maupun problematika kehidupan kontemporer. Temuan penelitian ini diharapkan tidak hanya mampu menyempurnakan kualitas penyajian program-program dakwah di radio, melainkan juga dapat menjadikan media ini sebagai referensi yang kompetitif di tengah maraknya arus informasi dari beragam platform media, baik yang bersifat tradisional maupun modern berbasis teknologi digital

E. Tinjauan Pustaka

1. Kajian Penelitian yang Relevan

Landasan penelitian ini merujuk pada berbagai sumber kajian terdahulu sebagai bahan acuan dalam Menyusun penelitian terbaru dengan mempertimbangkan berbagai komponen terkait. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik ini meliputi :

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No	Profil	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yasriana,(2022,Skripsi) “Strategi Komunikasi penyiar	Terdapat2fokus penelitianyaitubentuk komunikasi dan stra	Persamaan dengan peneliti terletak pada pendekatan pene	Perbedaan terletak pada objek penelitiannya, yaitu radio

	Radio Dakwah Hamzanwadi dalam Meningkatkan Minat Pendengar”	tegi komunikasi penyiaran radio dakwah Hamzanwadi dalam meningkatkan minat pendengar	litian yang digunakan, yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif	Hamzanwadi, sedang penelitian penulis memilih objek penelitian di radio MQ FM Bandung
2.	Faisal Muzzammil, Umi Rojiati, dkk (2021, Jurnal) “MQ FM dan Pengembangan Dakwah (Fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai Media Dakwah Islam)”	Terdapat fokus penelitian yang menganalisis pada peran dan fungsi Radio 102.7 MQFM Bandung dalam mengembangkan dakwah Islam	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan objek penelitian yang sama, yaitu Radio 102.7 MQ FM Bandung, serta penerapan pendekatan kualitatif dalam proses penelitiannya.	Perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan teori strategi, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan teori difusi inovasi. Selain itu metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi deskriptif, sementara penelitian sebelumnya menggunakan metode studi kasus.

3.	Assyaif Nasution (2022,Skripsi) “Strategi Radio CAS 88,6 FM Melalui Program Siaran Negero Dalam Menarik Segmentasi Audiens di Kalangan Kawula Muda”	Terdapat 1 fokus penelitian yaitu bagaimana strategi Radio CAS 88,6 FM melalui program siaran dalam menarik segmentasi audiens dikalangan kawula muda	Persamaan terletak pada metode dan media yang digunakan, yaitu keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan radio sebagai media dakwah.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus pembahasan dan objek yang diteliti.
4.	Muhammad Siddiq, Winda Kustiawan, dkk (2022,Jurnal) “Eksistensi Radio Sebagai Pengembangan dakwah	Terdapat fokus penelitian yang menganalisis pada sejauh mana radio masih relevan dan efektif sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah di era kontemporer	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengkaji pemanfaatan radio sebagai media dakwah Islam dengan menggunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaan penelitian terletak pada jenis penelitiannya, dimana penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan studi kepustakaan (<i>Library Research</i>)
5.	Ulfa Yuniati, Euis	Terdapat fokus pene	Persamaan	Perbedaanpenelitia

<p>Evi Pusitasari dkk (2019, Jurnal) “Motif Pendengar Radio di Era Perkembangan Teknologi Informatika (Studi Kasus Penggunaan Media Pada Generasi Z di Bandung)”</p>	<p>litian yang menganalisis pada motivasi atau motif generasi Z di Bandung dalam masih mendeskripsikan radio di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi.</p>	<p>penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni sama-sama memakai Pendekatan penelitian, Metode</p>	<p>n ini terletak pada Objek Penelitian, Lokasi Penelitian, dan Teori penelitiannya pengumpulan data yang sama</p>
--	---	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas tentang strategi dakwah melalui media radio dan generasi z, meskipun sama-sama membahas dakwah melalui media radio namun cara penyampaiannya berbeda. Secara keseluruhan, tidak ditemukan penelitian yang sejenis dengan penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan karya orisinal yang sepenuhnya merupakan hasil pemikiran dan analisis penulis sendiri, sehingga tidak termasuk dalam kategori plagiarisme.

2. Landasan Teoritis

Teori merupakan penyederhanaan dari kenyataan yang ada di sekitar kita, yang dirumuskan dalam bentuk konsep-konsep umum untuk memudahkan pemahaman terhadap fenomena yang kompleks. Teori tidak hanya berfungsi sebagai

alat untuk menjelaskan suatu peristiwa atau keadaan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memprediksi berbagai kejadian yang mungkin terjadi dalam situasi tertentu berdasarkan pola-pola yang telah diidentifikasi.

Penelitian ini menggunakan teori yang relevan dan akan digunakan sebagai landasan konseptual adalah teori Strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David. Teori ini dinilai sesuai karena menyediakan kerangka kerja yang terstruktur secara sistematis dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi yang efektif, sehingga dapat diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk dalam pengembangan strategi dakwah melalui media radio kepada Generasi Z.

Strategi dianggap sebagai ilmu dan seni dalam merancang, melaksanakan, serta menilai Keputusan yang melibatkan berbagai fungsi dalam organisasi guna mencapai tujuannya. Strategi memusatkan perhatian pada upaya untuk memadukan pengelolaan, produksi, kajian dan pengembangan, serta sistem pengelolaan informasi (Fred R. David, 2011 : 5).

Fred R. David menjelaskan bahwa organisasi besar menggunakan tiga tahap utama dalam strategi mereka. *Pertama*, perumusan strategi meliputi penyusunan visi dan misi, analisis peluang serta ancaman dari lingkungan luar, identifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam organisasi, penetapan sasaran jangka Panjang, serta pemilihan alternatif yang paling efektif. *Kedua*, pelaksanaan strategi melibatkan penerapan strategi dan kebijakan, peningkatan motivasi karyawan, dan penyediaan sumber daya yang diperlukan. *Ketiga*, evaluasi strategi merupakan proses penilaian kinerja yang meliputi tiga tahap, yaitu meninjau faktor internal dan eksternal yang

memengaruhi strategi, menilai kinerja karyawan, serta mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Teori ini dianggap sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Dakwah Melalui Media Radio pada Generasi Z, khususnya dalam konteks studi deskriptif progra Inspirasi Siang di Radio MQ FM Bandung. Penelitian ini merujuk pada berbagai konsep manajemen media penyiaran yang mencakup Proses sebelum produksi, produksi, dan setelah produksi dalam pengelolaan program siaran. Teori ini membantu memahami bagaimana radio beradaptasi agar tetap diminati lintas generasi. Terlebih lagi, bagi Generasi Z, terdapat peluang besar untuk memperkuat identitas radio dan memperluas jangkauan siaran Radio MQ FM. Radio dapat digunakan sebagai saluran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi keagamaan melalui penerapan strategi yang tepat.

3. Kerangka Konseptual

a. Strategi

Strategi adalah suatu proses yang terencana dan tersusun secara sistematis dalam menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini mencakup serangkaian kegiatan yang melibatkan pemilihan metode yang tepat serta pemanfaatan Pemanfaatan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien. Pelaksanaan strategi dimulai dari tahap perencanaan yang matang, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan rencana kerja yang rinci dan terorganisir, meskipun pada tahap ini belum mencakup pelaksanaan atau implementasi secara langsung. Esensi utama dari perancangan strategi adalah untuk memastikan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga setiap Keputusan dan

tindakan yang diambil difokuskan sepenuhnya pada usaha untuk mencapai hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, penetapan tujuan yang jelas, spesifik, dan terukur menjadi langkah yang sangat krusial dan mendasar sebelum menyusun strategi, karena tujuan tersebut berfungsi sebagai fondasi dan panduan utama bagi seluruh proses perencanaan serta implementasi yang akan dilakukan. Adanya tujuan yang terdefinisi dengan baik, proses penyusunan strategi dapat berjalan lebih terarah dan efektif, sehingga potensi keberhasilan dalam mencapai sasaran yang diinginkan pun menjadi lebih besar.

Perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi digabungkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi harus dapat diterapkan secara praktis, dengan kemampuan beradaptasi terhadap berbagai situasi dan kondisi yang mungkin terjadi. (Effendi, 1988: 35).

b. Dakwah

Dakwah adalah upaya mengubah umat dari kondisi tertentu menuju kondisi yang lebih baik dalam berbagai aspek kehidupan, dengan tujuan mewujudkan ajaran Islam dalam realitas hidup sehari-hari, baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, maupun masyarakat secara keseluruhan sebagai suatu tatanan kehidupan bersama. (Syamsuddin, 2022: 4).

Dakwah dapat diartikan sebagai suatu proses di mana narasumber atau da'i menyampaikan ajaran, menyeru, serta mengajak komunikan atau mad'u untuk menempuh jalan yang baik dan benar sesuai dengan perintah Allah SWT yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dakwah bukan hanya sekadar penyampaian

pesan, melainkan juga merupakan upaya yang sistematis dan terencana untuk membimbing umat menuju kehidupan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Era globalisasi seperti saat ini, dakwah mengalami kemajuan yang sangat cepat, baik dari segi metode maupun media yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Sejalan dengan perkembangan teknologi dan perubahan cara komunikasi dalam masyarakat, dakwah tidak lagi terbatas pada cara-cara tradisional seperti ceramah langsung atau pengajian di masjid, melainkan telah merambah ke berbagai media modern yang lebih luas jangkauannya.

Salah satu media yang sangat efektif dan banyak dimanfaatkan untuk berdakwah di era modern ini adalah media massa yang mencakup radio, televisi, surat kabar, dan *Platform* digital seperti jaringan internet dan media sosial. Media massa memungkinkan dakwah untuk mencapai *audiens* yang lebih luas dan beragam, termasuk generasi muda yang sangat familiar dengan teknologi informasi, sehingga pesan-pesan keagamaan dapat tersampaikan dengan metode yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan zaman. Pemanfaatan media massa sebagai sarana dakwah menjadi salah satu strategi penting dalam menghadapi tantangan dakwah di era modern sekaligus menjaga keberlangsungan penyebaran ajaran Islam secara luas dan efektif.

c. Radio

Radio, sebagai salah satu jenis media komunikasi massa, mengandalkan pendengaran sebagai indra utama untuk menerima informasi. Melalui gelombang suara, radio memiliki kemampuan yang efektif untuk menyebarkan berbagai jenis

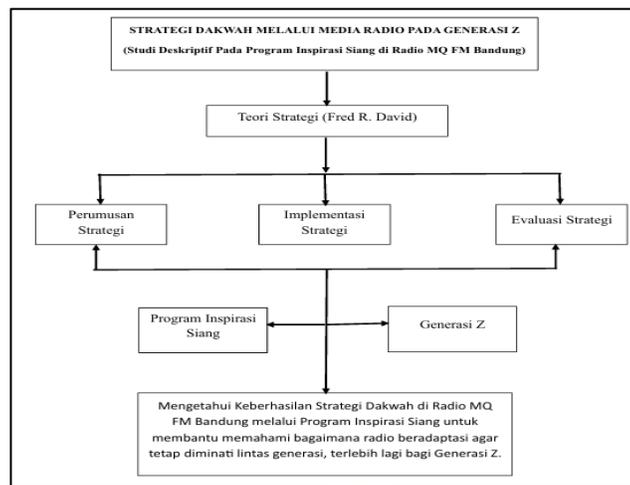
informasi, mulai dari pengetahuan, nilai-nilai, hingga keyakinan, kepada masyarakat umum dalam waktu yang cukup singkat.

Radio dipahami sebagai sarana komunikasi yang mengandalkan indra pendengaran, di mana penerima pesan memerlukan alat bantu dengar untuk menikmatinya. Radio menggunakan gelombang elektromagnetik untuk menyebarkan sinyal suara yang berisi gagasan dan informasi. Sementara itu, regulasi penyiaran di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 mendefinisikan radio sebagai aktivitas siaran yang berlangsung secara kontinu, bertujuan untuk menyebarluaskan berbagai program acara. Proses ini memanfaatkan perangkat transmisi dan penyiaran yang beroperasi di berbagai media, baik di darat, laut, maupun luar angkasa, serta memanfaatkan spektrum frekuensi udara, kabel, atau media transmisi lainnya. Tujuannya agar siaran tersebut dapat diakses secara simultan oleh masyarakat luas yang menggunakan perangkat penerima siaran (Budiarti, 2021: 9).

d. Generasi Z

Generasi Z, yang meliputi individu kelahiran antara tahun 1995 dan 2010, tumbuh dalam lanskap perkembangan teknologi yang mengalami transisi signifikan. Dikenal pula sebagai iGeneration, generasi net, atau generasi internet, kelompok demografis ini memiliki kesamaan dengan Generasi Y, namun menunjukkan kemampuan untuk mengaplikasikan beragam aktivitas secara simultan, seperti berkicau melalui telepon seluler, menjelajah internet menggunakan komputer pribadi, dan mendengarkan musik melalui perangkat headset. Dominasi aktivitas Generasi Z

cenderung terhubung dengan ranah virtual. Sejak usia dini, akrabnya Generasi Z dengan teknologi dan gadget canggih secara tidak langsung memengaruhi pembentukan karakteristik personal Generasi Z itu sendiri (Wijoyo H, Indrawan I, dkk, 2020 : 27).



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Penelitian mengenai strategi dakwah melalui media radio pada Generasi Z, khususnya pada program "Inspirasi Siang" di Radio MQ FM Bandung, peneliti menggunakan kerangka teoretis yang mengadopsi tiga tahapan strategi dari Fred R. David. Tahapan tersebut meliputi perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Ketiga tahapan ini diintegrasikan dengan konsep manajemen media penyiaran, yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengawasan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menganalisis secara komprehensif

bagaimana strategi dakwah dirumuskan, diterapkan, dan dievaluasi dalam konteks media radio yang ditujukan untuk Generasi Z.

F. Langkah-Langkah Penelitian

Penelitian ini harus terdapat langkah-langkah yang akan dijalankan oleh peneliti diantaranya :

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut dilaksanakan seperti perusahaan, entitas pemerintah, dan sebagainya (Sugiyono, 2017:399). Adapun lokasi Penelitian ini mengambil objek Radio 102.7 MQ FM Bandung merupakan salah satu lembaga penyiaran di kota Bandung yang beralamat di Graha Edukasi Pesantren Daarut Tauhiid (DT), Jalan Gegerkalong Girang Baru Nomor 11, Kota Bandung.

Peneliti memilih lokasi ini bukan hanya karena mudah dijangkau, namun juga karena menemukan fenomena-fenomena penting untuk dipelajari yang berkaitan dengan teori penelitiannya. Peneliti juga menemukan ketepatan informan di lokasi penelitian yang bisa memenuhi data penelitian secara mudah dan transparan dengan waktu yang lebih efektif.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menerapkan paradigma konstruktivisme, yaitu suatu konsep berpikir yang sebenarnya yang bertentangan dengan konsep yang mengutamakan

pengamatan dan objektivitas dalam pencarian ilmu pengetahuan atau realitas. (Hidayat, 2003:3).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis ini karena peneliti terlibat langsung dengan instrumen penelitian, sehingga peneliti mencoba untuk mengembangkan identitas tentang objek kaitannya dengan radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah untuk generasi z. Kebenaran hasil penelitian yang dihasilkan oleh seorang peneliti bersifat relatif dan mungkin berbeda dengan hasil penelitian lain yang menggunakan objek yang sama.

Sementara itu dalam penelitian kualitatif, pendekatan yang dipakai bersifat subjektif tergantung pada karakteristik paradigma (perspektif) yang dianggap paling tepat untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, pendekatan fenomenologis atau bisa juga pendekatan interpretif.

3. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 3), metode penelitian adalah suatu pendekatan ilmiah dalam pengumpulan data yang memiliki tujuan dan manfaat tertentu. Oleh karena itu, penelitian sebaiknya menggunakan metode yang memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian secara efisien. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini memakai metode deskriptif untuk mempelajari situasi atau kondisi yang melibatkan manusia, objek, gagasan, atau kejadian. Tujuannya adalah memberikan gambaran yang sistematis, tepat, dan berdasarkan fakta mengenai hubungan antar unsur, ciri-ciri, serta fenomena yang diteliti. Pendekatan ini, penulis

berharap pembaca dapat lebih mudah memahami dan menyerap informasi yang disampaikan.

Tujuannya untuk memberikan penjelasan rinci berdasarkan data dan fakta lapangan terkait Dakwah melalui media radio dan Generasi Z dalam program inspirasi siang di Radio MQFM Bandung. Pendekatan ini membantu peneliti memperoleh data yang akurat dan relevan.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini, terdapat jenis data dan sumber data yang digunakan untuk mendapatkan serta mengumpulkan data penelitian. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, data kualitatif menurut Widiawati (2020:211) di mana data yang dikumpulkan bersifat fleksibel dan diperoleh melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi langsung di Radio MQFM Bandung. Data yang dianalisis berupa kata-kata, bukan angka, untuk memahami secara mendalam proses siaran program dakwah melalui media radio. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin fokus pada pemahaman mendalam, pengembangan teori, dan realitas sosial, sehingga relevan untuk mendeskripsikan realitas yang terjadi di Radio MQFM Bandung.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi:

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data utama yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama yang terlibat dalam penelitian melalui wawancara (Hasan, 2002: 82). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan informan kunci, antara lain Direktur/HRD MQFM Bandung, Manajer Program dan Produksi, serta Penyiar MQFM.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, yaitu melalui perantara seperti orang lain atau dokumen pendukung (Sugiyono, 2016: 225). Data ini didapatkan melalui proses pengumpulan informasi dari sumber-sumber seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen lain yang relevan dengan konteks penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup konsep dakwah, konsep media radio, dan konsep generasi Z.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam memberikan solusi penelitian (Noor, 2012:138). Teknik-teknik yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi ini disebut observasi langsung subjek penelitian untuk mengetahui lebih jauh tentang kegiatan yang dilakukan (Ridwan, 2004: 104). Penelitian ini menggunakan metode observasi langsung digunakan untuk mengumpulkan data. Peneliti melakukan pengamatan terhadap beberapa aspek kunci,

yaitu ruang siaran atau studio, teknik siaran yang diterapkan oleh penyiar, pengelolaan situs web MQFM, serta berbagai observasi lain yang relevan dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Melalui observasi, peneliti dapat mengamati langsung proses. Pelaksanaan seperti Mengenal interaksi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perhatian pendengar. Juga observasi memberikan wawasan mendetail tentang konteks aktual sebuah stasiun radio dan memberi peneliti pemahaman holistik tentang dinamika yang terjadi dalam upaya meningkatkan perhatian pendengar.

b. Wawancara

Penelitian ini memakai wawancara sebagai metode pengumpulan data primer. Wawancara adalah suatu kejadian atau proses komunikasi langsung antara pewawancara dengan narasumber atau pihak yang diwawancarai (Yusuf, 2014: 372).

Peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur, di mana pertanyaan yang telah disusun sebelumnya diajukan sesuai dengan panduan wawancara. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan pemahaman untuk memperoleh informasi yang rinci dan kontekstual dari responden. Pertanyaan terbuka dapat mendorong jawaban yang lebih mendalam. Metode ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai sudut pandang, keyakinan, dan pengalaman responden dibandingkan dengan metode pengumpulan data lainnya. Proses wawancara dilakukan kepada pengelola program radio, staf radio, serta pendengar atau Generasi Z.

c. Dokumentasi

Hikmat (2011:83) menjelaskan bahwa teknik dokumentasi merupakan cara yang dipakai untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian dengan memanfaatkan data yang sudah ada sebelumnya. Konteks penelitian ini, teknik dokumentasi diterapkan untuk memperoleh informasi mengenai pencapaian yang telah diraih oleh manajemen Radio MQ FM Bandung.

Peneliti melakukan dokumentasi terhadap data-data yang ada di lokasi penelitian, yang berfungsi untuk memperkuat penjelasan mengenai strategi yang diterapkan oleh Radio MQFM dalam menyampaikan dakwah kepada seluruh lapisan masyarakat, khususnya kepada generasi Z. Sebagian dari data yang berhasil dikumpulkan berasal dari situs web resmi Radio MQFM Bandung, yang mencakup informasi penting seperti profil lembaga, visi dan misi, struktur organisasi, jadwal siaran, serta program-program siaran yang ditawarkan.

6. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Validitas dilakukan dengan menguji keabsahan data dan informasi, menunjukkan seberapa tepat data dari objek nyata dan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017: 125).

Penelitian ini digunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan proses membandingkan dan menilai tingkat keandalan data yang dikumpulkan melalui alat yang berbeda serta pada waktu yang berbeda (Moleong, 2005:330).

Penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan memeriksa informasi dan data yang diperoleh dari para informan yang diwawancarai. Peneliti mendapatkan

informasi dari HRD, Program *Director*, dan penyiar. Untuk memperoleh jawaban yang lebih jelas, peneliti akan meminta keterangan dari informan lain yang masih saling terkait.

Peneliti menggunakan triangulasi ialah untuk meningkatkan validitas data yang diperoleh peneliti dengan memotret fenomena dalam penelitian dari sudut pandang yang berbeda sehingga diperoleh tingkat kebenaran yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Melalui validitas data ini dapat menghasilkan formulasi mengenai strategi dakwah melalui media radio pada generasi z (studi deskriptif pada program inspirasi siang di radio MQ FM Bandung).

7. Teknik Analisis Data

Metode analisis data menurut Gunawan (2015: 210) secara sistematis mengatur hasil wawancara, catatan, dan bahan yang dikumpulkan untuk memperdalam pemahaman terhadap semua data yang diperoleh serta memungkinkan penyajian hasil. Metodologi penelitian ini disesuaikan dengan pendekatan kualitatif, sehingga analisis data dilakukan sejak awal hingga akhir di lokasi penelitian. Analisis data tersebut meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau validasi.