

ABSTRAK

Nasrudin Abdul Matin 2210100025. Strategi Penggunaan Radio Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus di *RadioQU 92,9 FM* LPD Al-Bahjah Cirebon)

Suatu kemajuan perkembangan zaman yang signifikan dari media massa, khususnya media dakwah ini memiliki transformasi dari beberapa fenomena yang terjadi yang memberikan perubahan yang terbaik terhadap media radionya. Fenomena tersebut menjadi tolak ukur berkembangnya dakwah ini melalui media massa radio, dengan hadirnya diberbagai daerah sebagai bentuk berjalannya dakwah dengan berbagai elemen yang hadir mendukungnya. Oleh sebab itu maka kajian dan penelitian mengenai RadioQU dalam pengembangan dakwah di LPD Al-Bahjah Cirebon dan beberapa wilayah jangkauan dakwah medianya, tentunya memiliki nilai strategi. Sejatinya apapun jenis media yang digunakan untuk berdakwah pasti akan berjalan, tetapi kemasan seperti apa dulu manajemen strategi untuk mengembangkan dakwah tersebut.

Penelitian ini bertujuan: Untuk menganalisis penggunaan radio di RadioQU 92.9 FM LPD Al-Bahjah dalam perencanaan strategi pengembangan dakwahnya, mengetahui pengelolaan dan pelaksanaan strategi pengembangan dakwah di RadioQU 92.9 FM di LPD Al-Bahjah, dan mengetahui hasil evaluasi yang dilakukan RadioQU 92.9 FM terkait strategi pengembangan dakwahnya.

Kerangka teori dalam penelitian ini dengan teori G.R Terry (1978), merupakan teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*). Serta pengembangan teori yang diterapkan sebagai *grand theory* menggunakan teori strategi dakwah menurut Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuni.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yakni menjelaskan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi atau dengan pendekatan studi kasus, dimana prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun tulisan dari perilaku yang dapat diamati.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Perencanaan yang dilakukan lembaga dalam mengembangkan media dakwah, ialah dengan empat tahapan, diantaranya : *Pertama* mempersiapkan SDM dari Kader di lembaga tersebut atau pejuang dari luar, *Kedua* relasi atau partner yang bisa menghubungkan siaran media ini sehingga bisa mengembangkan media dakwah ini, *Ketiga* mengemas program siaran radio sehingga bisa memperkuat ciri khasnya dari RadioQU, *Keempat* memiliki rambu-rambu khusus dalam menggunakan media dakwah RadioQU ini dengan tetap menjalankan ketentuan-ketentuan yang ada dalam manhajiah lembaga. (2) Pengelolaan dan Pelaksanaan, setiap unsur di lembaga media dakwah RadioQU secara bertahap dalam mewujudkan dan menjalankan perencanaan, yang akan dikedepankan konsep dari rencana yang pokok terlebih dahulu. Hal ini menjadi proses perjalanan menuju visi dan misi media dakwah RadioQU 92,9 FM Cirebon. (3) Evaluasi, secara keseluruhan merupakan poin yang dibahas dalam tanggung jawab seorang pimpinan atau direktur. Pada dasarnya dalam strategi ini instansi atau perusahaan media melakukan riset dari berbagai dampak yang terjadi dari perencanaan dan pelaksanaan. Secara umum strategi pada lembaga tersebut yang diterapkan melalui teori yang digunakan berhasil.

Kata Kunci: Strategi, Media & Dakwah, Radio

ABSTRACT

Nasrudin Abdul Matin 2210100025. Radio Usage Strategy As Media Dakwah (Case Study at RadioQU 92.9 FM the LPD Al-Bahjah Cirebon)

A significant progress in the development of the times from the mass media, specifically this da'wah media has a transformation of several phenomena that occur which provides the best changes to the radio media. This phenomenon has become a benchmark for the development of this da'wah through radio mass media, with its presence in various regions as a form of ongoing da'wah with various elements present to support it. Therefore, studies and research on RadioQU in the development of da'wah at LPD Al-Bahjah Cirebon and several areas of its media da'wah coverage, of course, have strategic value. In fact, whatever type of media is used for preaching, it will definitely work, but what kind of packaging constituted the strategic management for developing the da'wah.

This study aims: To analyze the use of radio at RadioQU 92.9 FM LPD Al-Bahjah in planning its da'wah development strategy, to find out the management and implementation of da'wah development strategies at RadioQU 92.9 FM and LPD Al-Bahjah, and to find out the results of the evaluation carried out by RadioQU 92.9 FM regarding the strategy development of its preaching.

The theoretical framework in this study is the theory of G.R Terry (1978), which is the theory of POAC (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling). Additionally, developing the theory which is applied as a grand theory using the da'wah strategy theory according to Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuni.

The research method used is a type of qualitative research with a descriptive approach, namely explaining and describing the phenomena that occur or with a case study approach, where the research procedure produces descriptive data in the form of written words or writing from observable behavior.

The results of the study show: (1) The planning carried out by the institution in developing da'wah media is in four stages, including: First preparing HR from Cadres in the institution or fighters from outside, Second, relations or partners who can connect this media broadcast so that they can develop this da'wah media, Third is to package the radio broadcast program so that it can strengthen its distinctive characteristics from RadioQU, Fourth to have special guidelines for using RadioQU's da'wah media while continuing to carry out the provisions in the manhajiah of this institution. (2) Management and Implementation, each element in the RadioQU da'wah media institution gradually realizes and carries out the plan, which will put forward the concept of the main plan first. This is a journey process towards the vision and mission of RadioQU 92.9 FM Cirebon's da'wah media. (3) Evaluation as a whole is a point discussed in the responsibility of a leader or director. Basically in this strategy, media agencies or companies conduct research on the various impacts that occur from planning and implementation. In general, the strategy at the institution which was implemented through the theory used was successful.

Keywords: Strategy, Media and Da'wah, Radio

ملخص

نصر الدين عبد المتين ٢٥٠٠٠١٠٠٠٢١٠٢١ . الإستراتيجية باستخدام راديو لوسائل الدعوة الإسلامية (دراسة حالة في راديو ٩٢،٩ بهجة شيربون)

تقدم كبير في تطور العصر من وسائل الإعلام ، وتحديدًا هذا الإعلام الدعوي لديه تحول في العديد من الظواهر التي تحدث والتي توفر أفضل التغييرات لوسائل الإعلام الإذاعية. وقد أصبحت هذه الظاهرة معيارًا لتطور هذه الدعوة من خلال وسائل الإعلام الإذاعية، مع وجودها في مختلف المناطق كشكل من أشكال الدعوة المستمرة مع وجود عناصر مختلفة لدعوتها. لذلك ، فإن الدراسات والبحوث حول راديو ٩٢،٩ في تطوير الدعوة في بهجة شيربون والعديد من مجالات تغطيتها الإعلامية الدعوية ، بالطبع ، لها قيمة إستراتيجية. في الواقع ، مهما كان نوع الوسائط المستخدمة في الوعظ ، فإنها ستعمل بالتأكيد ، ولكن أي نوع من التعبئة كان الإدارة الاستراتيجية لتطوير الدعوة.

تهدف هذه الدراسة إلى: تحليل استخدام الراديو في إذاعة قطر ٩٢،٩ بهجة في التخطيط لاستراتيجية التنمية الدعوية، ومعرفة إدارة وتنفيذ استراتيجيات التنمية الدعوية في إذاعة قطر ٩٢،٩ في إذاعة قطر البيضاء بهجة، ومعرفة نتائج التقييم الذي أجراه راديو قطر ٩٢،٩ فيما يتعلق بتطوير استراتيجية دعوته.

الإطار النظري في هذه الدراسة هو نظرية ، (١٩٧٨) G.R Terry وهي نظرية (POAC) التخطيط والتنظيم والتشغيل (والتحكم). وكذلك تطوير النظرية التي يتم تطبيقها كنظرية كبرى باستخدام نظرية استراتيجية الدعوة عند محمد أبو الفتح البيانوني.

طريقة البحث المستخدمة هي نوع من البحث النوعي ذو المنهج الوصفي ، أي شرح ووصف الظواهر التي تحدث أو بمنهج دراسة الحالة ، حيث ينتج إجراء البحث بيانات وصفية في شكل كلمات مكتوبة أو كتابة من سلوك يمكن ملاحظته.

وأظهرت نتائج الدراسة: (١) إن التخطيط الذي تقوم به المؤسسة في تطوير الإعلام الدعوي، يتم على أربع مراحل، منها: أولاً إعداد الموارد البشرية من كوادر في المؤسسة أو مقاتلين من خارجها، سواء العلاقات أو الشركاء الذين يمكنهم ربط هذا البث الإعلامي حتى يتمكنوا من تطوير الإعلام بهذه الدعوة، ثالثاً، تعبئة برنامج البث الإذاعي بحيث يمكن تعزيز خصائصه المميزة من إذاعة جامعة قطر ، رابعاً، وضع إرشادات خاصة لاستخدام وسائل الإعلام الدعوية التابعة لإذاعة جامعة قطر مع الاستمرار في تنفيذ الأحكام الواردة في مناهج هذه المؤسسة. (٢) الإدارة والتنفيذ، كل عنصر في المؤسسة الإعلامية الدعوية في إذاعة جامعة قطر تدريجياً في تحقيق وتنفيذ الخطة، مما يطرح مفهوم الخطة الرئيسية أولاً. هذه عملية رحلة نحو رؤية ورسالة راديو قطر ٩٢،٩ الدعوة الإعلامية شيربون. (٣) التقييم ككل هو نقطة تناقش في مسؤولية القائد أو المدير. أساساً في هذه الاستراتيجية وكالات الإعلام أو الشركات إجراء البحوث على مختلف الآثار التي تحدث من التخطيط والتنفيذ. بشكل عام ، كانت الاستراتيجية في المؤسسة التي تم تنفيذها من خلال النظرية المستخدمة ناجحة.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، الإعلام والدعوة، الإذاعة