

ABSTRAK

Nisa Fadhilah. Strategi Radio MQFM Bandung dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media.

Seiring kemajuan sistem teknologi informasi dan komunikasi, sejumlah media massa terrestrial seperti radio dan televisi mengalami transformasi ke format digital yang di kenal dengan format *streaming*. Radio MQFM Bandung menjadi oase di era konvergensi media dengan membawa nuansa siaran keislaman yang berbeda dikemas dengan konten dakwah modern dan inovatif sebagai media perubahan yang menyejukkan hati, penuh hikmah, dan membawa kedamaian bagi pendengarnya. Sebagai radio islami, sejumlah program radio MQFM Bandung identik dengan dialog keislaman dan lagu nasyid serta produksi iklannya pun tidak diperkenankan bertentangan dengan syari'ah nilai-nilai Islam.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi yang dilakukan radio MQFM Bandung di era konvergensi media dalam mencapai keberhasilan siaran dakwah di tengah persaingan media baru melalui pemanfaatan sistem digital dalam mengefektifkan rangkaian produksi siaran.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori strategi Fred R. David untuk menganalisis pengelolaan produksi siaran melalui tahapan-tahapan strategi yang digunakan oleh suatu lembaga dalam mencapai tujuan jangka panjang. Adapun tahapan-tahapan strategi tersebut meliputi perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif untuk mengungkap peristiwa atau fakta berdasarkan keadaan dan kondisi di lokasi penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, perumusan strategi radio MQFM Bandung dimulai dengan menentukan tujuan program dakwah, sasaran pendengar, kekuatan dan kelemahan program dakwah, serta mengidentifikasi efektivitas siaran dakwah di era konvergensi media. Kedua, implementasi strategi berupa pelaksanaan siaran dakwah meliputi tiga tahap : pra produksi (*planning, collecting, writing*) , produksi : (*on air dan streaming, vocal recording, mixing*) , dan pasca produksi berupa *air check*. Ketiga, evaluasi strategi dengan menetapkan standar dan tolak ukur keberhasilan siaran berdasarkan analisis capaian program, kendala program, dan pemutusan tindakan korektif.

Kata Kunci : Strategi, Radio, Dakwah, Konvergensi Media