

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO HIDUP	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
1. Kegunaan secara Akademis.....	10
2. Kegunaan secara praktis	10
E. Kajian Penelitian yang Relevan.....	10
F. Landasan Pemikiran.....	15
1. Landasan Teoritis.....	15
2. Kerangka Konseptual.....	17
G. Langkah-Langkah Penelitian	21
1. Lokasi Penelitian.....	21
2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	22
3. Metode penelitian.....	23
4. Informan dan Unit Analisis.....	23
5. Jenis Data dan Sumber Data.....	24
6. Teknik Pengumpulan Data	25
7. Validitas Data/ Teknik Keabsahan Data.....	27
8. Teknik Analisis Data.....	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA	30
A. Tinjauan Strategi.....	30

1. Definisi Strategi	30
2. Komponen dalam Strategi.....	31
3. Tahapan-Tahapan Strategi	33
B. Tinjauan Dakwah.....	39
1. Definisi Dakwah	39
2. Jenis-Jenis Strategi Dakwah.....	41
3. Asas – Asas Strategi Dakwah	44
C. Tinjauan Radio.....	47
1. Definisi Radio	47
2. Karakteristik Radio	49
3. Kekuatan dan Kelemahan Radio.....	51
4. Faktor – Faktor Penunjang Efektivitas Siaran Radio	53
5. Jenis dan Produksi Program Siaran Radio	54
6. Radio Sebagai Media Dakwah.....	61
D. Tinjauan Konvergensi Media.....	67
1. Definisi Konvergensi Media	67
2. Dimensi-Dimensi Konvergensi.....	70
3. Konvergensi Media Radio	72
E. Teori Strategi Fred R. David.....	74
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	76
1. Sejarah Berdirinya Radio MQFM Bandung	76
2. Profil Perusahaan	77
3. Visi dan Misi Radio MQFM Bandung	79
4. Struktur Organisasi Radio MQFM Bandung	81
5. Program Acara Radio MQFM Bandung	83
B. Hasil Penelitian	86
1. Perumusan dalam Menyiarkan Pesan Dakwah di Era Konvergensi Media 86	
2. Implementasi dalam Menyiarkan Pesan Dakwah di Era Konvergensi Media	98
3. Evaluasi dalam Menyiarkan pesan dakwah di Era Konvergensi Media	111
C. Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	117
1. Perumusan dalam Menyiarkan Pesan Dakwah di Era Konvergensi Media 118	
2. Implementasi dalam Menyiarkan Pesan Dakwah di Era Konvergensi Media	124
3. Evaluasi dalam Menyiarkan Pesan Dakwah di Era Konvergensi Media	141
BAB IV PENUTUP	146

A. Kesimpulan	146
B. Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	154

