

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang begitu pesat mempengaruhi kebutuhan masyarakat terhadap hiburan dan informasi. Hal ini tentu membuat media penyiaran merasa terancam oleh dampak yang ditimbulkan perkembangan teknologi. Media penyiaran karenanya harus merespon perubahan teknologi tersebut untuk mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat melalui penggabungan media terrestrial dengan teknologi internet dan perluasan jaringan bagi media penyiaran lokal, terutama radio yang memiliki frekuensi pendek.

Fenomena konvergensi di industri media telah terjadi secara konsisten. Bermula dari surat kabar sebagai media massa pertama yang menyebarkan informasi, diikuti radio, TV, dan sekarang internet. Industri media tentu saja tidak bisa menghindari konvergensi media karena tanpanya, sebuah industri media tidak akan dapat bertahan atau gulung tikar. Meskipun realitanya masih terdapat media seperti radio yang bertahan dengan memadukan siaran pada dua platform (frekuensi dan internet). Karena sejatinya internet tidak menjadikan identitas suatu media semakin pudar, akan tetapi membawa inovasi baru pada perkembangan industri media tersebut. (Sulvinajayanti, 2018: 182)

Konvergensi media tidak hanya berupa penyatuan media massa dengan media baru, tetapi juga perubahan dalam sisi manajemen terhadap

pengelolaan produksi industri media melalui penerapan strategi yang tepat. Sederhananya, konvergensi media merupakan penggabungan konsep 3C, yakni *computing* (teknologi informasi), *communication* (komunikasi), dan *content* (konten media) sehingga menimbulkan perubahan dari segi jenis dan konten media, penggunaan media, distribusi media, audiens, dan sebagainya. (Sulvinajayanti, 2018:163)

Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa konvergensi media terjadi ketika teknologi komunikasi konvensional digabungkan dengan komputer atau internet, yang menghasilkan transformasi besar dalam cara mengolah, menyediakan, mengirimkan, dan memproses berbagai jenis informasi, termasuk data, visual, dan suara (Preston dalam Romli, 2016 : 132).). Oleh karena itu, media massa menjadi lebih kuat dan beragam dalam menyajikan informasi kepada khalayak untuk mempertahankan loyalitas khalayak di tengah persaingan media baru.

Ditengah persaingan banyaknya media populer dalam satu dekade terakhir, jumlah peminat radio semakin menurun. Hal ini ditunjukkan oleh hasil riset dari wearesocial.com pada Januari tahun 2024, didapatkan hasil bahwa sebanyak 66,48% dari total populasi masyarakat Indonesia adalah pengguna internet, dengan total pengguna sosial media mencapai 50%. Itu artinya, posisi radio tampaknya bukan lagi jadi favorit khalayak untuk mendapatkan informasi. Meskipun saat ini banyak radio yang mulai menyajikan konten melalui adaptasi dengan kemajuan teknologi, namun hal tersebut tidak dapat mengembalikan pamor dan kepopuleran radio pada saat itu. Hal ini dapat dilihat dari total

pengguna internet di Indonesia di tahun 2023 pada rentang usia 16-46 tahun mencapai 96,2% , sementara sebanyak 84,6 % orang masih menonton TV, 71,0% pengguna musik berbasis streaming, lalu sebanyak 65,9% orang yang mendengarkan podcast, kemudian terdapat 54,7% orang yang masih membaca surat kabar, dan posisi terakhir sebanyak 51,1% orang masih mendengarkan radio.

Faktanya, kependengeran radio menunjukkan angka positif. Sebagai hasil dari temuan kuartal ketiga 2017 Nielsen Radio Audience Measurement, 57% pendengar radio berasal dari generasi Z dan millennial, yang juga dikenal sebagai konsumen masa depan. Menurutnya, meskipun pertumbuhan internet yang cepat pada kuartal ini, tidak menunjukkan bahwa jangkauan pendengar radio menjadi lebih pendek. 20 juta konsumen di Indonesia masih mendengarkan media radio, menurut angka penetrasi mingguan ini. Survei Neilsen ini menemukan bahwa pendengar radio di sebelas kota di Indonesia rata-rata menghabiskan setidaknya 139 menit setiap hari.

Era konvergensi media menjadikan radio menciptakan format baru melalui pemanfaatan media digital berbasis internet, yang juga dikenal sebagai radio streaming. Adanya platform media sosial maupun radio berbasis internet yang digunakan oleh perusahaan radio dapat memperluas jangkauan siaran karena industri media yang bergabung dengan internet memungkinkan radio mulai berkonvergensi melalui sejumlah perubahan terhadap kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam menghasilkan sebuah produk yang inovatif dan kreatif.

Akibatnya, stasiun radio saling berkompetisi untuk menggabungkan siaran on air dan konten digital untuk di publikasikan di media sosial. Meskipun kehadiran konvergensi tidak menjadikan salah satu pihak lebih unggul, karena setiap industri media mempunyai kekuatan yang sama dalam mengakses media.

Jika ditinjau dari perspektif Islam terhadap fenomena konvergensi media berkaitan dengan konsep media, dimana media sebagai alat pertukaran informasi yang mendorong khalayak terhadap tindakan persuasif ke dalam hal yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang munkar. Sehingga penguatan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian industri media mengingat masyarakat Indonesia didominasi umat muslim yang menjadikan dakwah sebagai sarana dalam membangun kesadaran spiritual dan solusi dari segala keresahan. Dalam bukunya, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi Asyarah* (2015) Tata Sukayat mendefinisikan dakwah sebagai salah satu aspek penting dalam agama Islam yang memiliki peran strategis. Dalam era yang demikian modern dan kompleks ini, dakwah memainkan peran penting dalam menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan memengaruhi pemikiran dan perilaku individu serta masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dakwah dan strategi-strategi yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan Islam menjadi sangat relevan (Sukayat, 2015:26)

Salah satu implementasi siaran dakwah melalui radio masih di pertahankan oleh radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai media penyebaran dakwah di Jawa Barat yang telah beradaptasi melalui format

streaming dalam proses siarannya. Sebagai media dakwah, radio MQFM Bandung menyajikan berbagai macam program dalam menguatkan pesan dakwah Islam yang dikemas lebih modern dan kontekstual melalui siaran yang membawa ketenangan, penuh hikmah, dan menyejukkan hati.

Radio MQFM Bandung berperan sebagai media dakwah Islam, terutama di kota Bandung. Temuan ini didasarkan pada beberapa pendengar radio yang mengatakan bahwa Radio MQFM Bandung disebut sebagai "Radio Islami". Hal ini mengacu pada sejumlah program yang penuh dengan nilai dan pesan Islam yang identik dengan "Dialog keislaman" dan "Lagu islami (Nasyid)." Tidak hanya sebatas pada program siaran intinya, konten siaran iklannya pun tidak diperkenankan keluar dan bertentangan dengan syari'ah Islam.

Jangkauan on air radio MQFM Bandung meliputi kawasan Bandung Timur, Bandung barat, Bandung Selatan, dan Bandung Utara dengan total *Exclusife Listener* MQFM berjumlah 58.000 pendengar, *Time Spent Listener* MQFM selama 10 menit berjumlah 8.000 pendengar, serta mendapatkan peringkat 6 besar radio berdasarkan *Cumulative Listener*. Berdasarkan hasil survei internal radio MQFM, terkait klasifikasi program lebih di dominasi oleh program dakwah dibanding unsur hiburan dengan presentase hiburan 20% berita 20% dan dakwah inspiratif 60%. Pendengar radio MQFM di dominasi kalangan dewasa usia 30-40 tahun, sementara untuk pendengar usia muda masih menjadi tantangan karena sulitnya program dakwah untuk diterima bagi pendengar kalangan muda.

Radio dengan tagline "Inspirasi Keluarga Indonesia" dianggap unik

karena tak hanya menyajikan siaran secara on air; namun, beberapa acara dilakukan di luar ruang siaran (off air) yang dikenal dengan sebutan Forum Silaturahmi (Forsil). Diantaranya kegiatan majelis taklim di Masjid Daarut Tauhid meliputi sosialisasi, pelatihan, amal, festival nasyid, dan tadabur alam. Bahkan setiap hari Minggu, diadakan pengajian rutin bersama KH. Abdullah Gymnastir, pendiri radio 102.7 MQ FM Bandung. Meskipun siaran tersebut tidak disiarkan secara langsung, pendengar masih dapat mendengarkan kajian atau program siaran tersebut melalui akses *streaming* dan on air. Dengan demikian, pendengar dapat menikmati dan mendengarkan siaran dakwah di 102.7 MQ FM di mana pun mereka berada.

Penelitian mengenai “Strategi Radio 102.7 MQ FM dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media” sangat relevan dengan penelitian sebelumnya dengan hasil temuan pada penelitian M.Sidiq (2022) bahwa pemanfaatan radio sebagai media dakwah dianggap cukup efektif dengan melihat dari keunggulan yang di tawarkan, meliputi jangkauannya yang luas hingga ke berbagai pelosok, tidak mengenal ruang, waktu, atau jarak. Tak hanya itu, radio juga memainkan peran penting dalam aktualisasi dakwah di kehidupan modern dalam membangun mental dan spiritual sebagaimana tujuan dakwah. Sementara itu, pada penelitian Desra Indra (2017) didapatkan hasil bahwa pengaplikasian format *streaming* di radio di anggap lebih mengungguli kualitas siaran konvensional dilihat dari interaksi aktif audiens melalui platform media sosial pada saat siaran berlangsung.

Untuk mempertahankan eksistensi radio MQFM Bandung sebagai media komunikasi massa dalam membangun citra dakwah di era modern, strategi memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Strategi juga sebagai proses menentukan *planning* dengan memusatkan perhatiannya pada tujuan jangka panjang organisasi, bersamaan dengan pembuatan strategi atau inisiatif untuk mencapai tujuan tersebut. Dibandingkan dengan platform media lain seperti media sosial dan televisi, radio dakwah memiliki jangkauan terbatas, sehingga dapat mengurangi dampak media dalam menjangkau sasaran yang lebih luas.

Hal ini sejalan dengan tantangan yang dihadapi radio MQFM Bandung dalam menjangkau sasaran khalayak yang lebih luas di beberapa wilayah di kota Bandung karena keterbatasan pada teknologi. Tantangan lainnya ialah minimnya antusias dari audiens kalangan muda sebagai konsumen masa depan terhadap radio dakwah dan keberadaannya pun cenderung sulit diterima dengan asumsi bahwa program yang disajikan masih terkesan monoton memungkinkan audiens beralih ke saluran lain.

Keberhasilan media penyiaran seperti radio sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang mengelola dan mengendalikan media radio. Namun, kualitas manusia sendiri tidak cukup jika tidak diimbangi dengan peran pimpinan media penyiaran dalam mengelola sumber daya manusia dengan baik. Karena itu, peran manajemen sangat penting untuk organisasi dan perusahaan lainnya karena tanpanya, semua upaya akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit.

Untuk mengetahui strategi radio MQFM dalam menyiarkan dakwah, peneliti melakukan observasi di radio MQFM dengan mengamati sejumlah rangkaian pengelolaan pesan dakwah meliputi tiga tahapan strategi yang di cetuskan oleh Fred R. David, yakni: (1) Perumusan strategi dengan mempersiapkan segala bentuk perencanaan dalam produksi siaran (2) Implementasi strategi, berupa rangkaian produksi siaran dakwah berdasarkan keterampilan penyiar (3) Evaluasi strategi dengan menetapkan standar atau tolak ukur keberhasilan penyiaran dengan melihat kuantitas pendengar dan melakukan pengukuran atas kinerja penyiar.

Radio MQFM Bandung membawa nuansa siaran dakwah yang berbeda seolah menjadi oase di tengah arus modernisasi dan dianggap sebagai media perubahan bagi masyarakat dalam menciptakan berbagai inovasi baru berupa pesan dakwah yang lebih relevan dan kontekstual melalui penyampaian siaran yang membawa ketenangan, penuh hikmah, dan menyejukkan hati. Dari penerapan strategi meliputi tahap perumusan, implementasi, dan evaluasi tersebut, radio MQFM sebagai media dakwah tentunya memusatkan perhatiannya dalam mengemas pesan dakwah dengan sentuhan baru melalui penggunaan radio berbasis streaming sebagai respon terhadap kemunculan digitalisasi dalam membangun citra dakwah di era konvergensi media. Diharapkan dapat meningkatkan antusias generasi muda sebagai generasi penerus terhadap aktivitas dakwah serta meningkatkan rasa kesadaran dan perhatian publik terhadap pentingnya pemenuhan informasi keagamaan dalam

membentuk karakter muslim yang berkualitas dan taat. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul penelitian tentang “**Strategi Radio MQFM dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media**” untuk mengkaji lebih dalam terkait rangkaian penyiaran program di MQFM Bandung melalui penyusunan strategi dalam menentukan keberhasilan dakwah di radio dan relevansinya dengan pemanfaatan teknologi.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari permasalahan yang telah di ungkapkan pada latar belakang masalah mengenai **Strategi Radio MQFM Bandung dalam Menyiarkan Dakwah di era Konvergensi Media**, maka fokus penelitian yang akan peneliti ajukan sebagai berikut :

1. Bagaimana perumusan strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media?.
2. Bagaimana implementasi strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media?.
3. Bagaimana evaluasi strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, yang menjadi tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perumusan strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media.

3. Untuk mengetahui evaluasi strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini dapat memberikan pemahaman pada dua dimensi, baik secara akademis maupun praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan secara Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sumbangan akademik serta rujukan bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengembangkan kemampuan terhadap manajemen produksi siaran radio dakwah melalui pemahaman Strategi Radio MQFM Bandung dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media.

2. Kegunaan secara praktis

Penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memberikan inspirasi dan motivasi bagi aktivis dan praktisi dakwah serta memberikan masukan kepada para praktisi penyiaran terhadap pengembangan aktivitas dakwah di radio melalui pemanfaatan media digital sebagai bagian media dakwah untuk menghasilkan konten siaran yang lebih inovatif dan praktis.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Kajian penelitian ini tentunya tak lepas dari sumber penelitian terdahulu sebagai acuan bagi peneliti dalam memaparkan hasil penelitian yang terbaru dengan penggunaan beberapa komponen yang berbeda. Adapun di antara kajian terdahulu yang relevan terhadap topik penelitian ini sebagai berikut :

1. Tesis Zulfajar Najib (2020) “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mesra Parepare dalam Program Acara Obrolan Sana-Sini (Obras)” hasil penelitian menunjukkan bahwa di radio Mesra Parepare, strategi komunikasi dilakukan dengan mempertimbangkan lima elemen: komunikasi ide, komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, komunikasi pengucapan, dan kontrol suara. Persamaan dengan penelitian peneliti terletak pada pendekatan penelitiannya serta metode pengumpulan data, yakni pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, yakni teori hipodermik (Jarum Suntik) sedangkan penelitian penulis menggunakan teori strategi Fred R. David. Teknik pengolahan data yang digunakan berupa metode induktif. Sedangkan penelitian penulis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.
2. Skripsi Isti Suryanita (2020) “Strategi Penyiaran Tausiyah Islam di Radio Lessita 101.9 FM kota Bengkulu” didapatkan hasil bahwa radio Lessita membuat strategi penyiaran dalam tiga tahap. (1) perumusan strategi, yang mencakup menentukan tema dan topik yang ingin disampaikan; (2) pelaksanaan strategi, yang mencakup penyebaran materi oleh da'i melalui berbagai narasumber; dan (3) evaluasi strategi, berupa evaluasi kinerja penyiar dan mengubah sajian program sebagai ukuran keberhasilan. Persamaan dengan penelitian peneliti terletak pada pendekatan penelitiannya yakni pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya yakni radio Lessita,

sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di radio MQFM Bandung.

3. Jurnal Komunika - Faisal Muzzammil dan Umi Rojiati (2021) “MQ FM dan Pengembangan Dakwah (Fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai Media Dakwah Islam)” Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa Pertama, Radio MQ FM mengembangkan dakwah Islam melalui dua model penyiaran, yakni on air dan off air. Kedua, Radio MQ FM melakukan lima fungsi: pengetahuan, persuasi, keputusan, pelaksanaan, dan peneguhan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni sama-sama mengambil objek penelitian Radio 102.7 MQ FM Bandung dengan pendekatan kualitatif. sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan teori strategi Fred R. David, adapun pada penelitian sebelumnya menggunakan teori divusi inovasi.
4. Skripsi Yasriana (2022) “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Hamzanwadi dalam Meningkatkan Minat Pendengar” didapatkan hasil bahwa Penyiar radio Hamzanwadi berkomunikasi melalui bahasa verbal dan non verbal. Tak hanya itu, mereka juga menggunakan strategi komunikasi persuasif, informatif, dan koersif. Persamaan dengan penelitian peneliti terletak pada pendekatan penelitiannya yakni pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaanya terletak pada objek penelitiannya yakni radio Hamzanwadi, sedangkan penelitian penulis memilih objek penelitian di radio MQFM Bandung.

5. Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat - Muhammad Siddiq, Winda Kustiawan, dkk (2022) “ Eksistensi Radio Sebagai Pengembangan Dakwah “ Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Radio adalah salah satu media yang masih dapat digunakan untuk menyiarkan dakwah di era modern. Selain keunggulannya menyiarkan dakwah dengan durasi yang lama, radio juga memberi pendengar kesempatan untuk bertanya dan mendapatkan informasi keagamaan dalam era yang penuh dengan berita hoaks. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sama-sama mengkaji pemanfaatan radio sebagai media dakwah Islam dengan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian terletak pada jenis penelitiannya, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan studi kepustakaan (library research).

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No	Nama dan Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Kesimpulan
1.	Tesis Zulfajar Najib - Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mesra Pareparedalam Program Acara Obrolan Sana-Sini (Obras) (2020)	Teori Penelitian, Teknik Pengolahan data, Lokasi Penelitian, Objek Penelitian	Pendekatan Penelitian, Metode pengumpulan data	Strategi komunikasi : komunikasi ide, komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, komunikasi pengucapan, dan kontrol suara.
2.	Skripsi Isti Suryanita - Strategi Penyiaran Tausiyah Islam di Radio Lessita 101.9 FM kota Bengkulu (2020)	Lokasi Penelitian, Objek penelitian	Pendekatan penelitian, Metode pengumpulan data	Strategi penyiaran : Perumusan, Pelaksanaan, dan evaluasi strategi.
3.	Penelitian Faisal Muzzammil, Umi Rojiati, dkk - MQ FM dan Pengembangan Dakwah (Fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai Media Dakwah Islam) (2021) - Jurnal	Teori penelitian	Lokasi Penelitian, Objek penelitian, Pendekatan penelitian	Pengembangan dakwah MQFM : on air & off air berdasarkan lima fungsi : pengetahuan, persuasi, keputusan, pelaksanaan, dan peneguhan.
4.	Skripsi Yasriana - Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Hamzanwadi dalam Meningkatkan Minat Pendengar (2022)	Objek Penelitian, Lokasi Penelitian	Pendekatan penelitian, Metode pengumpulan data	Strategi komunikasi penyiar : persuasif, informatif, dan koersif dengan menggunakan bahasa verbal dan non verbal.
5.	Penelitian Muhammad Siddiq, Winda Kustiawan, dkk - Eksistensi Radio Sebagai Pengembangan Dakwah (2022) – Jurnal	Jenis penelitian, Lokasi penelitian, Objek penelitian	Pendekatan penelitian, Metode pengumpulan data	Keunggulan menyiarkan dakwah di era modern dengan memberi banyak kesempatan untuk pendengar mendapatkan informasi keagamaan

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Teori digambarkan sebagai generalisasi abstrak dari fakta-fakta yang nyata. Dengan demikian, ketika digunakan, teori seolah-olah dapat meramalkan apa yang akan terjadi dalam situasi tertentu. (Koentjaningrat, 1980:19) Dalam mengkaji penelitian ini, terdapat teori yang dianggap relevan dengan topik penelitian, yakni teori Strategi yang di cetuskan oleh Fred. R. David.

Strategi menurut Fred R. David disebut sebagai ilmu dan seni dalam merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang membantu mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini strategi berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi.

Menurut Fred R. David dalam buku *Strategic Manajemen Concept and Cases* (2009) Strategi didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang meliputi berbagai fungsi dan divisi. Mereka melihat faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh bisnis dan dianggap sebagai alat yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis. Strategi digunakan oleh organisasi untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyusun informasi dimana industri dan arah persaingan dipengaruhi oleh pendekatan ini. Hal ini dapat membentuk model peramalan dan analisis skenario, menilai kinerja perusahaan dan divisi, menemukan peluang pasar baru, mengidentifikasi ancaman bagi bisnis, dan membuat

perencanaan kegiatan yang kreatif dan inovatif.

Fred R. David juga mengungkapkan bahwa sebuah organisasi atau lembaga besar menggunakan tahapan strategi yang terdiri dari tiga tahap, yakni : (a) Perumusan strategi : tahapan dalam mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, dan memikirkan berbagai strategi alternatif sebelum memilih satu yang paling efektif. (b) Pelaksanaan strategi: Pada tahap ini, perusahaan harus menetapkan strategi dan kebijakan, meningkatkan motivasi karyawan, dan menyediakan sumber daya untuk melaksanakan perumusan strategi. (c) Evaluasi strategi: sebagai tahapan penilaian untuk mengetahui kinerja strategi yang sudah berhasil atau mengalami kegagalan berdasarkan tiga langkah utama, yaitu meninjau faktor internal dan eksternal yang mendasari strategi yang telah digunakan, menilai kinerja karyawan, dan melakukan tindakan koreksi.

Teori ini di rasa relevan dengan penelitian peneliti dalam mengkaji Strategi Radio MQFM Bandung dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media, dengan mengacu pada serangkaian konsep manajemen media penyiaran melalui proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi dalam mengelola program siaran. Sebab, fokus utama dari teori ini menyangkut apa yang diinginkan pemilik radio untuk tetap bisa *survive* ditengah persaingan munculnya banyak media baru. Terlebih era konvergensi media memberikan peluang untuk dapat memperkuat identitas radio serta memperluas jangkauan siaran bagi

radio MQFM melalui pemanfaatan sistem digital dan menjadikannya sebagai saluran dalam memenuhi kebutuhan akan informasi keagamaan masyarakat melalui penerapan strategi yang tepat.

2. Kerangka Konseptual

Berdakwah ditengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keanekaragaman media massa yang menawarkan banyak pilihan informasi. Tata Sukayat (2009) dalam bukunya *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi Asyarah* menyebutkan bahwa dakwah merupakan sebuah proses islamisasi sebagai upaya untuk mempertahankan nilai-nilai kesilaman pada setiap manusia yang sudah berislam jauh sebelum lahir ke alam dunia ini, dan juga sebagai bentuk upaya agar orang yang ingkar terhadap Islam dapat kembali meyakini serta mengamalkan kembali nilai-nilai ajaran Islam. (Sukayat, 2009: 2)

Para ulama berulang kali menyatakan kekhawatiran mereka tentang efek kebebasan yang tidak bertanggung jawab di media massa. Selain itu, lebih banyak waktu dan perhatian masyarakat dihabiskan untuk mendengarkan dan menonton program tak jarang membuat khalayak terlena dengan sajian informasi di media massa. Di tengah berbagai ancaman serbuan media massa terhadap masyarakat, para ulama mendapatkan tantangan untuk berdakwah dengan cara berbeda. Pilihannya sendiri sudah jelas, maka yang harus dilakukan adalah menggunakan media massa sebaik mungkin dari

pada memusuhinya dengan mengeksklusifkan diri. Media massa, bagaimanapun hanyalah alat yang dapat diubah sesuai kehendak manusia sebagai komunikator utama yang berada di belakangnya.

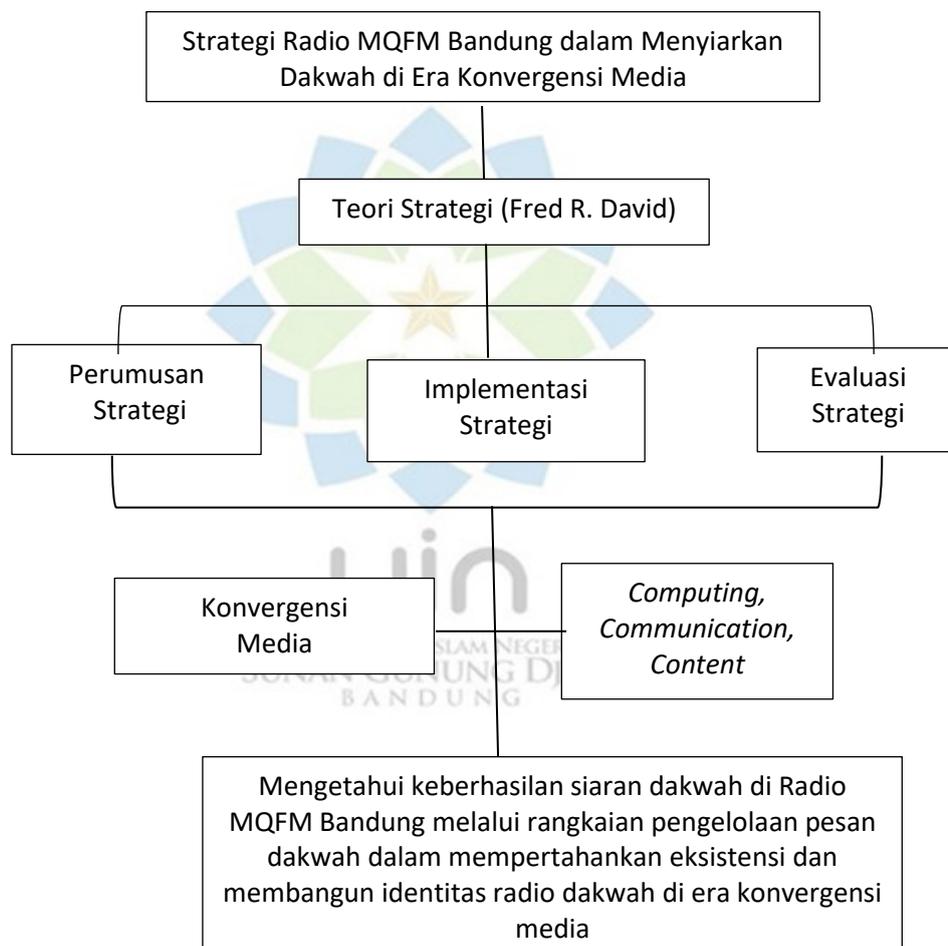
Dari banyaknya media massa, peneliti lebih memfokuskan perhatian terhadap peran radio sebagai media informasi atas beberapa pertimbangan, diantaranya bersifat langsung, mempunyai daya tarik yang kuat, serta tidak mengenal jarak dan rintangan. (Effendy, 1986:164) Dalam hal ini radio MQFM berupaya untuk membangun eksistensi syiar Islam di tengah arus modernisasi dari kemunculan sejumlah media populer serta membangun kesadaran dan perhatian pengelola radio terhadap pemanfaatan platform digital sebagai alat yang membantu mengoptimalkan tersampainya pesan dakwah yang dikemas lebih inovatif dan kreatif melalui radio streaming.

Pemanfaatan radio dengan format *streaming* disebut sebagai salah satu strategi bagi perusahaan radio dalam memodifikasi program yang lebih berkualitas, fleksibel, dan inovatif dari sisi manajemen dan produksinya. Strategi disebut sebagai sebuah perencanaan dalam mencapai tujuan melalui taktik operasionalnya. (Effendy, 2007:32) Strategi penyiaran dianggap telah banyak mengubah berbagai bidang, seperti penyiaran Islam atau dakwah Islam. Berkembangnya berbagai jenis penyiaran saat ini juga memungkinkan khalayak mendapatkan berbagai jenis pengetahuan, wawasan, dan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan fleksibel.

Menurut Fred R. David (2011 : 38) sebuah organisasi atau lembaga besar menggunakan tahapan strategi yang terdiri dari tiga tahap, yakni (a) Perumusan strategi (b) Implementasi strategi, dan (c) Evaluasi strategi. Penggunaan tahapan strategi tersebut banyak dimanfaatkan pula oleh sejumlah industri media untuk mengoptimalkan kinerjanya dalam menyajikan siaran. Siaran radio adalah seni memainkan imajinasi pendengar dengan suara dan kata. Pendengar hanya dapat memikirkan apa yang dibicarakan, termasuk sosok penyiar. (Fatmawati, 2007:6) Sampai saat ini radio masih diminati sebagian khalayak karena memiliki keunggulan sebagai media auditif yang dapat mempengaruhi sikap, pandangan, dan perasaan pendengar secara signifikan, sehingga radio dinilai efektif sebagai media dakwah. Dakwah yang disiarkan melalui radio juga dapat berfungsi sebagai pengganti, pelengkap, atau penambah dakwah yang tidak tersedia melalui sekolah, ceramah, atau pengajian. (Yusuf 1983,24)

Kemajuan teknologi akhir-akhir ini melahirkan adanya konvergensi media yang mengubah sistem informasi dan komunikasi akibat tumbuhnya internet dan digitalisasi. Dalam prosesnya, konvergensi media ditopang dari menggabungkan tiga unsur, yakni *Computing* (Teknologi informasi), *Communication* (Komunikasi), dan *Content* (Konten media). Jika dijabarkan di level perusahaan, maka konvergensi ini lebih menyatukan perusahaan yang bergerak di bidang informasi, jejaring telekomunikasi, dan penyedia konten, salah

satunya di radio MQFM Bandung sebagai media penyiaran yang mengusung informasi, komunikasi, dan konten dakwah Islam yang telah beradaptasi melalui siaran format *streaming*. Berdasarkan penjabaran tiga konsep diatas, meliputi konsep strategi, radio, dan dakwah di era konvergensi media. maka kerangka berfikir penelitian ini di rumuskan melalui bagan dibawah ini :



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

Sumber : Hasil Observasi Penulis

Sebagaimana pemaparan kerangka konseptual di atas, untuk mengkaji permasalahan terkait strategi radio MQFM Bandung

dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media, peneliti menggunakan tiga tahapan teori strategi yang di cetuskan oleh Fred R. David yakni perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi dengan mengacu pada konsep manajemen media penyiaran yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pengawasan. Peran konvergensi media memicu perubahan dari aspek *computing*, *communication*, dan *content* pada industri media. Seperti halnya radio MQFM Bandung yang menyajikan informasi, komunikasi, dan konten yang bermuatan unsur dakwah melalui pemanfaatan digitalisasi dan internet. Sehingga adanya format *streaming* dapat mengoptimalkan peran radio MQFM dalam mencapai keberhasilan siaran dakwah serta menjadikan media perubahan bagi masyarakat dengan sajian konten dakwah yang membawa ketenangan dan penuh hikmah.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat berlangsungnya penelitian yang dilakukan seperti perusahaan, entitas pemerintah, dan sebagainya (Sugiyono,2017:399). Adapun lokasi Penelitian ini mengambil objek radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai salah satu lembaga penyiaran di kota Bandung yang berlokasi Graha Edukasi Pesantren Daarut Tauhiid (DT), Jl. Gegerkalong Girang Baru, No. 11 kota Bandung.

Peneliti memilih lokasi tersebut selain aksesnya mudah dicapai,

peneliti juga menemukan fenomena yang penting untuk dikaji yang memiliki relevansi dengan teori penelitian. 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

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yaitu 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 konstruktivisme ini karena peneliti terlibat langsung dalam instrumen penelitian sehingga peneliti mencoba untuk mengembangkan identitas tentang objek kaitannya dengan strategi yang digunakan oleh MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media. Kebenaran hasil penelitian yang disusun oleh peneliti bersifat relatif, sehingga tidak menutup kemungkinan terdapat perbedaan dengan hasil penelitian lain yang menggunakan objek yang sama.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang mencoba memahami fenomena yang di amati partisipan diantaranya persepsi, motivasi, dan tindakan melalui deskripsi verbal dan tertulis melalui penerapan berbagai pendekatan ilmiah (Moleong, 2017 : 6).

Alasan memilih pendekatan kualitatif karena jenis

pendekatan ini berfokus pada pemahaman yang mendalam terhadap pemaknaan dakwah di radio, pengembangan teori strategi sebagai penunjang bukti sebuah asumsi penulis, serta mencoba untuk mendeskripsikan realitas yang terjadi di radio MQFM dalam mengupayakan eksistensinya sebagai radio dakwah di era konvergensi media.

3. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Istilah "penelitian deskriptif" mengacu pada penelitian mengenai permasalahan terdiri dari fakta-fakta aktual yang terjadi dari popularisasi. (Indriantoro, 2016:26) Tujuannya untuk mengetahui secara mendalam tentang permasalahan yang di kaji melalui penjelasan yang rinci sesuai data dan fakta di lapangan terkait strategi radio MQFM dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media. Sehingga, pendekatan ini dapat membantu peneliti dalam mendapatkan ketepatan data yang relevan.

4. Informan dan Unit Analisis

Informan merupakan sejumlah orang yang digunakan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian. (Moleong, 2012:132).

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis informan sebagai bagian dalam pemenuhan data penelitian, yakni : (1) Informan Kunci, yaitu pihak yang memiliki pemahaman mendalam terkait informasi umum, yakni HRD MQFM. (2) Informan utama, yakni individu yang

memegang peran kunci dalam menyediakan informasi yang terperinci dan jelas, seperti Manajer Program & Produksi dan penyiar Radio MQFM.

5. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa data deskriptif. Sugiyono (2016: 14) mendefinisikan data deskriptif pada kualitatif sebagai data yang mencoba mendeskripsikan suatu fenomena dalam bentuk kata-kata, kalimat, skema, dan gambar. Dalam penelitian ini data diuraikan dalam bentuk kata-kata yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung ke radio MQFM Bandung untuk mengetahui proses siaran program dakwah melalui pemanfaatan media radio. Tujuannya, peneliti lebih terfokus pada pemahaman yang mendalam, pengembangan teori, dan realitas sosial sehingga jenis data ini sangat relevan dengan penelitian ini untuk mendeskripsikan realitas yang terjadi di radio MQFM Bandung.

Dalam penelitian kualitatif, kata-kata dan tindakan adalah sumber data utama; sedangkan data yang diperoleh dari dokumen dan literatur lainnya, merupakan sumber tambahan (Moleong, 2005:157). Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sekunder.

- a. Data primer merupakan data utama yang dikumpulkan secara langsung melalui orang pertama sebagai pihak yang terlibat dalam penelitian melalui hasil wawancara (Hasan, 2002: 82)
Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui observasi

dan wawancara dengan informan utama, diantaranya Direktur/HRD MQFM Bandung, Manager Program & Produksi, dan penyiar MQFM.

- b. Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung; namun di peroleh melalui sumber kedua atau dokumen yang mendukung. (Sugiyono, 2016 : 225) Data sekunder didapatkan melalui proses penggalian informasi dan data yang bersumber dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen lainnya yang relevan dengan konteks penelitian. Data sekunder tersebut meliputi konsep strategi, konsep radio, dan konsep dakwah di era konvergensi media.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode dalam mengumpulkan informasi yang di butuhkan dalam memberikan solusi penelitian disebut (Noor,2012 :138).

- a. Observasi

Metode observasi di sebut sebagai pengamatan langsung terhadap subjek penelitian untuk mempelajari lebih dekat tentang aktivitas yang dilakukan (Ridwan, 2004: 104). Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap ruang siaran/studio, teknik siaran oleh penyiar, pengelolaan website MQFM, serta pengamatan lainnya yang terkait dengan fokus penelitian. Dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi atau objek penelitian, penulis dapat memperoleh data yang paling akurat melalui tahapan

perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi program dakwah di MQFM Bandung.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian. Wawancara dapat didefinisikan sebagai peristiwa atau proses komunikasi langsung antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (Yusuf, 2014 :372). Peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur, dimana peneliti mengajukan pertanyaan yang sudah di rencanakan sebelumnya dengan terikat pada pedoman wawancara dalam pelaksanaannya. Wawancara dilakukan dengan menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan pemahaman tentang perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi didefinisikan sebagai proses pengumpulan hasil catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda, dan lainnya. (Arikunto, 2006:158). Metode ini digunakan untuk menambah data yang berhubungan dengan gambaran umum atau objek yang diteliti. Dimana peneliti mendokumentasikan data-data di lokasi penelitian yang memperkuat pemaparan strategi radio MQFM dalam menyiarkan dakwah. Adapun sebagian data yang diperoleh dari website resmi radio MQFM Bandung terkait profil, visi misi, struktur lembaga, jadwal siaran, dan program siaran.

7. Validitas Data/ Teknik 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)

Adapun dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah proses membandingkan dan mengevaluasi tingkat kepercayaan data yang dikumpulkan melalui alat berbeda dan waktu yang berbeda. (Moleong, 2005:330)

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dilakukan dengan memeriksa informasi dan data yang diperoleh dari informan yang diwawancarai. Dalam hal ini peneliti memperoleh informasi dari HRD, Program director, dan penyiar. Untuk mendapatkan jawaban yang lebih jelas, peneliti akan meminta informan lain yang masih terikat satu sama lain.

Alasan 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 radio MQFM dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan,

wawancara, dan dokumentasi. Proses ini mencakup pengelompokan data ke dalam beberapa kategori, membaginya menjadi bagian-bagian kecil, menentukan data mana yang penting dan yang harus dipelajari, serta membuat kesimpulan agar mudah di pahami individu lain (Sugiyono, 2018:482).

Analisis data dalam penelitian ini diawali dengan melakukan penelitian umum terhadap objek atau situasi sosial yang diteliti dari dua aspek, yakni catatan deksripsi dan catatan refleksi. Pada catatan deskripsi, peneliti merekam semua situasi dan kondisi di lokasi penelitian terkait data-data radio MQFM Bandung dengan mengumpulkan banyak data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara catatan refleksi, peneliti memberikan tafsiran dan komentar terhadap temuan di lokasi penelitian sebagai bahan acuan pengumpulan data selanjutnya. Adapun analisis data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi 3 tahap, yakni :

a. Reduksi Data

Tahap dalam mengelola, merangkum dan memilih data penting berkaitan strategi radio MQFM Bandung dalam menyiarkan dakwah di era konvergensi media. Sehingga data yang sudah diidentifikasi dapat memberikan gambaran jelas untuk memberikan kemudahan dalam mengumpulkan data berikutnya.

b. Penyajian Data

Tahap dalam menyederhanakan data yang disajikan dalam bentuk teks naratif, bagan, atau uraian singkat. Data ini telah dikategorikan

dan disusun sedemikian rupa sehingga lebih mudah untuk di susun ulang. Penelitian ini memberikan gambaran singkat tentang Strategi Radio MQFM Bandung dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media berdasarkan sumber data yang telah dipilah pada penyajian data agar lebih mudah memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada penelitian ini, penulis meninjau kembali catatan lapangan, hasilnya di uraikan berupa penjelasan atau gambaran mengenai hal-hal yang masih menjadi pertanyaan sebagai solusi terhadap fokus penelitian yang dikembangkan pada awal penyelidikan. Dalam hal ini, hasil akhir mengenai Strategi Radio MQFM Bandung dalam Menyiarkan Dakwah di Era Konvergensi Media dapat di temukan pada langkah akhir analisis data.

