

ABSTRAK

Nor Aini Sabrina: 190104010013. *Strategi Komunikasi Radio Republik Indonesia Programa 2 Banjarmasin Dalam Mengelola Program Siaran Keagamaan*. Skripsi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2025. Pembimbing: (I) Zainal Pikri, M.Ag., M.A., PhD. (II) Syaipul Hadi, S. Ip., M.Si

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, RRI Banjarmasin, Mengelola Siaran

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kebutuhan generasi muda terhadap informasi keagamaan di era digital. Radio Republik Indonesia (RRI) Programa 2 Banjarmasin bersama Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin menyelenggarakan program siaran keagamaan sebagai bentuk dakwah dan edukasi yang ditujukan kepada anak muda. Program ini hadir melalui media radio konvensional maupun digital, serta didukung oleh interaksi melalui media sosial. Namun dalam praktiknya, pelaksanaan program menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu narasumber yang sebagian besar adalah dosen, gangguan teknis dalam proses siaran, hingga kurang optimalnya publikasi dan koordinasi antar tim. Permasalahan ini menunjukkan pentingnya penerapan strategi komunikasi yang efektif dalam mengelola siaran agar mampu menjangkau audiens secara maksimal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh RRI Programa 2 Banjarmasin dalam mengelola program siaran keagamaan, serta untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan program tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informasi dikumpulkan dari berbagai pihak yang terlibat langsung dalam program, seperti penyiar, penanggung jawab program, host dari kalangan mahasiswa, serta pendengar setia RRI Pro 2 Banjarmasin. Penelitian dilakukan langsung di lokasi RRI Banjarmasin dan Fakultas Ushuluddin UIN Antasari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan mencakup tujuh unsur utama, yaitu tujuan komunikasi, audiens, pesan, alat komunikasi, saluran komunikasi, sumber daya, dan tenggat waktu. Program ini menyasar anak muda usia 12–25 tahun, dengan tema siaran yang aktual, disampaikan melalui berbagai media seperti radio FM, aplikasi RRI Digital, dan media sosial (Instagram Live dan YouTube). Kerja sama antar lembaga, ketersediaan peralatan siaran, serta dukungan dari mahasiswa menjadi faktor pendukung utama. Sementara itu, keterbatasan waktu narasumber, kendala teknis, dan kurangnya koordinasi dalam publikasi menjadi hambatan yang perlu diatasi. Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang pentingnya strategi komunikasi yang matang dan kolaboratif dalam keberhasilan sebuah program siaran, khususnya yang bernuansa keagamaan di ruang publik digital saat ini.