

ABSTRAK

Rifayatul Rofi'ah, NIM: 1640210075. Strategi Program Siaran Bertema Islam Di ADiTV, Skripsi, Kudus: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, 2020.

Penelitian ini mengkaji permasalahan tentang bagaimana strategi program siaran bertema Islam di ADiTV dan faktor apa yang mempengaruhi strategi program siaran bertema Islam di ADiTV. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang strategi program siaran bertema Islam yang digunakan di ADiTV serta faktor yang mempengaruhinya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Morissan tentang strategi program yaitu perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi, dan evaluasi serta pengawasan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Lokasi penelitian dilakukan di ADiTV Yogyakarta. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan kajian dokumen. Analisis data dilakukan dari sebelum penelitian, selama proses pengumpulan data dilapangan, dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model Miles *and* Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ADiTV melakukan strategi program siaran bertema Islam melalui tahap yakni *pertama*, perencanaan dengan cara melakukan analisis peluang pasar berdasarkan riset khalayak. *Kedua* produksi dan pembelian program ADiTV melakukan produksi sendiri, akuisisi, barter dengan televisi lain, dan tidak pernah melakukan pembelian program. *Ketiga*, eksekusi program ADiTV memanfaatkan dijam *prime time* dan di malam Jum'at. Strategi penayangan ADiTV dengan cara mengemas program siaran bertema Islam lebih kreatif dan narasumber yang lebih menarik. *Keempat*, pengawasan dilakukan dengan cara QC dan evaluasi dilakukan dengan cara rapat mingguan pada hari Jum'at dan rapat tahunan. Faktor pendukung dan penghambat strategi program siaran bertema Islam yakni faktor pendukungnya yaitu pemilik perusahaan, anggaran atau biaya, sumber daya manusia yang mendukung, audien, klien atau pihak lain yang saling menguntungkan dan pemasang iklan.

Kata Kunci: Strategi program, Siaran bertema Islam, Televisi