

## ABSTRAK

**Lathifatul Mun'imah, 2020.** *Strategi Dakwah dalam Program Acara Talkshow Ramadhan (TUMAN) Top Up Iman Simpang 5 TV 2019.* Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Institute Agama Islam Negeri Kudus. Skripsi. Program Studi Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pembimbing Dr. Muhammad Nurudin, M.Ag.

Penelitian ini memiliki tiga pokok tujuan sebagai berikut, 1) Mengetahui program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019; 2) Mengetahui strategi dakwah dalam program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019; 3) Mengetahui kelebihan dan kekurangan program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reaseach*). Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan sumber datanya adalah primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, teknik observasi, teknik dokumentasi dan teknik informan dengan *purpsive sampling*, jumlah informan ada 8, adapun informannya yaitu; *General Manager* atau produser Simpang 5 TV, *crew* program acara *talkshow* Ramadhan Tuman 2019, da'i (narasumber), dan penonton (mad'u). Uji keabsahan data yang digunakan penelitian ini yaitu triangulasi teknik, dengan merechek temuan data membandingkan berbagai sumber, metode, dan teori. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan reduksi data, data *display*, dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, Program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019 yaitu; a). Praproduksi meliputi analisis peluang dan strategi program, bauran program, perencanaan target, tujuan program, sumber program; b). Produksi meliputi organisasi departemen produksi, manajemen produksi; c). pasca produksi meliputi editing. *Kedua*, Strategi Dakwah dalam Program Acara *Talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019 yaitu; a). Menggunakan strategi produksi program lokal, dengan menentukan pembagian waktu siaran, strategi penayangan, program dini hari, program ramadhan; b). Strategi metode dakwah, meliputi subjek dakwah, obyek dakwah, materi dakwah, landasan dakwah; c). Strategi dakwah dilihat dari pendekatannya terdapat teori komunikasi atau strategi komunikasi dengan teori peluru dan teori *use and gratification* dalam mempengaruhi khalayak menonton program Ramadhan TUMAN. *Ketiga*, Kelebihan dan kekurangan program acara *talkshow* Ramadhan (TUMAN) *Top Up* Iman Simpang 5 TV 2019, yaitu; a). Kelebihan produksi program sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat milenial dalam siaran dakwah dikemas dengan program *talkshow*; b). Kekurangan yaitu keterbatasan SDM dalam memproduksi, dalam program Ramadhan TUMAN interaksi antara audien dengan narasumber sangat kurang atau bisa disebut dengan komunikasi satu arah.

**Kata Kunci :** *Strategi Dakwah, Komunikasi, Televisi.*