

MANAJEMEN SIARAN RADIO MUHAMMADIYAH DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MUSLIM KOTA MEDAN

Andre Alfiansyah

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan
Andre0104192197@uinsu.ac.id

Hasnun Jauhari Ritonga

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan
hasnunjauhariritonga@uinsu.ac.id

Received: 25-11-2023

Revised: 10-12-2023

Accepted: 25-12-2023

Abstract

This research aims to determine the da'wah media used, and the management of Muhammadiyah radio da'wah media in increasing the knowledge of the Muslim community in the city of Medan. The method used is a qualitative FieldRisech-type approach with interview, observation and documentation techniques. The results of the research are several da'wah media used by Muhammadiyah radio such as YouTube, Facebook and Instagram. The management of Muhammadiyah radio preaching media is carried out by carrying out management through planning, namely determining target listeners, arranging schedules, compiling and creating schedules for lecture presenters, as well as interesting programs. Organizing, namely by dividing work and responsibilities between each division. Implementation, namely carrying out processes such as recording schedules and administration, filtering what content is appropriate or can be listened to by the public, and viewing feedback. Supervision, is carried out by monitoring broadcasts or content to ensure that the messages conveyed through the media are correct. Then hold monthly or annual meetings involving leadership, staff and Muhammadiyah radio coordinators to discuss evaluations and activity agendas so that they are in accordance with what has been planned.

Keywords: Managemen Media, Da'wah, Muhamammadiyah, Radio

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media dakwah yang digunakan, dan manajemen media dakwah radio Muhammadiyah dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat muslim kota Medan. Metode yang digunakan melalui pendekatan kualitatif jenis FieldRisech. Hasil penelitian yaitu beberapa media dakwah yang digunakan oleh radio Muhammadiyah seperti Youtube, Facebook, dan Instagram. Adapun Manajemen media dakwah radio Muhammadiyah dilakukan dengan melakukan manajemen melalui perencanaan, yaitu menentukan target pendengar, mengatur jadwal, menyusun dan membuat jadwal pemateri ceramah, serta program yang menarik. Pengorganisasian, yaitu dengan melakukan pembagian kerja dan tanggung jawab antara setiap divisi. Pelaksanaan, yaitu melakukan proses seperti mencatat jadwal dan administrasi, menyaring konten apa saja yang layak atau bisa didengarkan oleh masyarakat, dan melihat umpan balik/feedback. Pengawasan, yaitu dilakukan dengan memantau siaran ataupun konten untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media adalah benar. Lalu melakukan rapat baik bulanan ataupun tahunan yang melibatkan pimpinan, staf dan koordinator radio

Muhammadiyah untuk membahas evaluasi dan agenda kegiatan agar sesuai dengan yang telah direncanakan.

Kata Kunci : Manajemen Media. Dakwah, Muhammadiyah, Radio

INTRODUCTION/PENDAHULUAN

Di era globalisasi terhadap informasi sekarang ini serta kemajuan bagiteknologi yang sudah tidak bisa dihindarkan. Semuanya sudah tentu bisa di akses dan tidak ada lagi yang bisa disembunyikan termasuk sesuatu hal yang sangat tabu sekalipun. Kecanggihan terhadap sebuah teknologi dalam komunikasi yang ikut memberikan pengaruh ke seluruh aspek kehidupan bagi manusia termasuk pada kegiat an dakwah itu sendiri yang merupakan suatu pola penyampaian sebuah informasi serta sebuah upaya dalam transfer ilmu pengetahuan.¹

Meskipun merupakan salah satu media yang usianya cukup tua dan merupakan media massa elektronik generasi pertama, ternyata radio masih memiliki pangsa pasarnya sendiri. Masih banyak pendengar radio dan masih banyak radio yang aktif hingga sekarang. Persaingan radiopun semakin besar.

Radio adalah media massa tertua yang pernah ada. Di tahun 1887 J.C Maxwell dan Helmholtz Hertz untuk pertama kalinya berhasil dalam membuat gelombang radio. Setelah itu, penemuannya semakin berkembang yang kemudian menjadi media massa hingga sekarang masih dipercaya masyarakat (Morissan, 2008). Hal yang menjadi faktor tingginya masyarakat penikmat radio dipicu dengan peran radio sebagai media massa konvensional penyebar informasi dengan cakupan yang luas apabila dibandingkan dengan media cetak.

Meskipun menjadi media massa yang tertua, tetapi radio nyatanya masih menjadi alat komunikasi yang selalu eksis hingga saat ini. Walaupun di era digital sekarang, radio mampu untuk tetap hidup ditengah milenial. Ini emmbuktikan bahwa radio mampu untuk terus berkembang dan berevolusi sehingga makin kekinian.

Seiring dengan perkembangan zaman, radio merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan dakwah yang signifikan dalam menyampaikan nilai-nilai islam untuk membentuk karakter dan kepribadian muslim sejati sesuai dengan tuntunan Al-Quran, dan sunnah Rasulullah SAW. Keberadaan sebuah radio yang menyiarkan siaran berbasis islami menjadi sangat penting mengingat Islam harus menyebar luaskan dan menyampaikan kebenaran merupakan suatu kewajiban dan tanggung jawab umat islam secara keseluruhan.

¹ Aminuddin. Semantik : Pengantar Studi Tentang Makna, (Bandung, Sinar : 2016) h. 19

Muhammadiyah merupakan salah satu persyarikatan Islam terbesar di Indonesia yang berdiri pada tanggal 1 Juli 1928 dan mempunyai cakupan daerah yang sangat luas. Organisasi Muhammadiyah telah banyak memberikan dedikasi bagi agama, bangsa dan negara. Dedikasi ini telah dibuktikan sejak era Kolonial sampai Reformasi. Beberapa riset telah menunjukkan kiprah Muhammadiyah dalam berbagai bidang khususnya bidang pendidikan, dakwah, amal sosial dan ekonomi. Organisasi ini mulai melakukan kegiatan dakwah melalui beberapa media, baik media internet maupun media cetak. Kegiatan dakwah tersebut sudah menjadi kegiatan rutin yang dilakukan setiap harinya.

Dakwah termasuk sebuah fenomena sehari-hari yang bisa dinikmati bagi masyarakat Islam yang ada di Indonesia. Kemajuannya yang semakin pesat, mampu menjadikan sebuah dakwah kedalam suatu kegiatan yang berbentuk seperti mengajak, menyeruh, serta dapat mengundang manusia dengan tujuan keagamaan yang amar ma'ruf nahi munkar. (Khorria, 2021).

Hal ini sesuai dengan petunjuk dan tuntutan Al-Qur'an Surah Ali-Imron ayat 104 yang berbunyi:

وَأنتكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung".

Media adalah segala sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pesan, atau komunikasi kepada khalayak luas. Media dapat berupa berbagai bentuk, seperti cetakan (seperti surat kabar, majalah, dan buku), elektronik (seperti radio, televisi, dan internet), media sosial (seperti instagram, facebook, dan youtube), atau media lainnya yang digunakan untuk menyampaikan informasi.

Meskipun media memiliki banyak manfaat, penting untuk diingat bahwa media juga dapat memiliki dampak negatif, seperti penyebaran informasi palsu, privasi yang terancam, dan pengaruh negatif terhadap kesehatan mental. Oleh karena itu, pentingnya manajemen untuk mengontrol dan mengawasi dalam penggunaan media secara bijak dan kritis serta untuk memfilter informasi yang diterima.

Segala kegiatan termasuk tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan umat Islam haruslah dilakukan dengan adanya manajemen pengelolaan yang baik. Secara etimologi, manajemen berasal dari bahasa Inggris "management" yang memiliki arti ketatalaksanaan,

pengelolaan serta sebuah tatanan di dalam kepemimpinan. Artinya, manajemen adalah sebagai langkah yang dilaksanakan oleh individu atau kelompok dalam upaya koordinasi agar bisa tercapai sebuah tujuan.²

Di kota Medan sendiri, M-Radio hadir serta terus berkembang mengikuti adanya perkembangan zaman dengan memanfaatkan era digital. M-Radio dengan frekuensi 91,6 FM merupakan radio komersial milik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. M-Radio hadir untuk memberikan informasi pendidikan, sebagai media iklan, menjadi agen perubahan sosial dan juga sebagai media untuk menyampaikan dakwah kepada masyarakat muslim kota Medan.

Dalam program harian 91,6 M-Radio FM menghadirkan informasi-informasi yang terbaru serta diselingi lagu-lagu fresh terbaru mancanegara yang lagi digemari pecinta radio serta promo dan iklan product, acara talk show, podcast youtube, informasi lowongan kerja, informasi dunia usaha, dan juga menghadirkan lagu-lagu Islami serta dakwah pilihan pendengar melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook dan lain sebagainya.³

Dakwah selalu berhubungan dengan masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan keagamaan pada masyarakat. Namun, pada kegiatan dakwah akan timbul masalah yang kompleks, yang dalam penanganannya dibutuhkan sebuah strategis yang dinyatakan sistematis. Maka daripada itu dibutuhkan ilmu dalam manajemen dakwah supaya dakwah mampu berjalan secara tepat sasaran dan diharapkan mampu tercapai tujuan dakwah itu sendiri. Dengan demikian pelaksanaan dakwah yang akan dilaksanakan membutuhkan sebuah manajemen agar pelaksanaan dakwah mampu berjalan dengan baik. Kegiatan dakwah yang dikerjakan dengan adanya manajemen yang baik bisa menjamin tercapainya tujuandakwah itu sendiri. (Budiantoro, 2016).⁴

METHOD/METODE PENELITIAN (500-1000 words)

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu dengan pendekatan kualitatif. Metode penulisan Kualitatif sendiri merupakan sebuah metode penulisan yang digunakan

² Effendy, E., Sinaga, Z., & Badria, A. (2022). Informasi Manajemen Dakwah Concept Of Da'wah Management Information System. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 1349–1358.

³ Zulfikar, G. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual. *Jurnal Al Muttaqin*, January, 85–90. <https://doi.org/10.31227/osf.io/97w2k>
Astuti, Y. D. (2016). Media dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 9(2), 25–32. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i>

⁴ Budiarto, Manajemen Perkantoran Modern, (Jakarta, Raja Grafindo : 2015) h. 56

untuk melakukan sebuah penulisan pada situasi suatu objek secara alamiah⁵

Jenis pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan atau Field Research. Dengan teknik pengumpulan data secara langsung melalui wawancara, observasi, dokumentasi kepada beberapa staf M-Radio untuk mengumpulkan data yang berkenaan dengan manajemen media dakwah yang diterapkan oleh radio Muhammadiyah kota Medan.

Dalam melakukan wawancara mendalam, peneliti memilih narasumber primer dan narasumber sekunder. Narasumber primer ialah informan utama untuk mendapatkan data penelitian.

Dalam penelitian ini, narasumber primer Selanjutnya, narasumber sekunder yaitu pihak pelengkap untuk mendapatkan informasi tambahan. Adapun narasumber sekunder dalam penelitian ini adalah koordinator divisi lapangan dan staf divisi program. Sementara dokumentasi dan observasi dilakukan peneliti di lokasi penelitian dan dengan mengamati program serta tampilan akun M-Radio. Lokasi penelitian ini yaitu pada M-Radio yang beralamat di Jln. Ampera X No.3 Glugur Darat 2, Kota Medan Prov. Sumatera Utara yang dilakukan dimulai dari bulan Januari sampai Agustus tahun 2023.

RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan studi lapangan dan studi dokumentasi terhadap Radio Muhammadiyah ada beberapa fasilitas yang dijadikan media oleh Radio Muhammadiyah seperti Youtube, Facebook, Instagram. Karena masing-masing media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, maka pengguna layanan internet harus berhati-hati dalam mengkonsumsi informasi secara online. Seluruh efektivitas dakwah media tersebut perlu dimanfaatkan untuk memperluas dan memperdalam ilmu agama masyarakat.

Berikut media dakwah yang digunakan oleh radio Muhammadiyah dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat muslim kota Medan:

Instagram memiliki fitur yang mampu menarik individu sehingga mampu menjadi salah satu media sosial yang diminati dari tahun ke tahun. Pada masa pandemi, hampir semua orang melaksanakan kegiatan di rumah, dikarenakan pemerintah melarang masyarakatnya untuk berkumpul serta melaksanakan kegiatan didalam keramaian. Maka daripada itu instagram menjadi salah satu untuk meluapkan sebuah ekspresi dari kegiatan yang dilaksanakan kedalam share di instastory. (Wiyono & Muhid, 2020). Radio Muhammadiyah

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kalitatif R&D, (Bandung, Alfabeta : 2018) h. 94

juga banyak menggunakan sebagai media dakwah dengan membagikan poster, video, dan kalimat quotes Islami karena saat ini banyak masyarakat yang membuka Instagram dan melihat reels yang berisikan potongan video dari isi ceramah dan kemudian membagikannya ke insastory.

Saat ini penggunaan Facebook merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dalam menerima maupun membagikan suatu informasi. Berdakwah dengan fasilitas ini akan sangat efektif karena memperhitungkan pertumbuhan pengguna Facebook saat ini. Kesuksesan Facebook dapat dinilai dari seberapa cepat penyebarannya ke seluruh masyarakat. Selain itu, beberapa kemampuan dari aplikasi Facebook ini dapat digunakan untuk mempromosikan Islam dengan menjembatani kemajuan informasi dan teknis dengan proses dakwah.

Pengguna menggunakan Youtube sebagai platform untuk melihat banyak jenis konten video, dan mereka dapat menggunakannya untuk live feed. Namun, media YouTube lebih mudah didekati, menawarkan lebih banyak konten video, dan berpotensi untuk digunakan sebagai alat untuk menyampaikan dalam bentuk video ceramah. Radio Muhammadiyah menggunakan youtube sebagai salah satu media untuk melakukan kegiatan seperti podcast dan streaming dengan beberapa tokoh kota Medan. Jika dimanfaatkan dengan baik dan tentunya dengan mempelajari lebih dalam tentang hakikat media ini, maka manfaat video Youtube bisa sangat bermanfaat untuk kegiatan dakwah yang tujuannya adalah untuk memberikan pengetahuan kepada umat Islam khususnya di kota Medan.⁶

Manajemen media diartikan sebagai proses pemanfaatan sumber daya melalui fungsi perencanaan pengorganisasian pelaksanaan dan pengawasan atau evaluasi aktivitas yang terkait dengan produksi, distribusi, dan penggunaan media. Tujuan utama dari manajemen media adalah untuk memastikan bahwa sumber daya dan aset media dimanfaatkan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan dapat digunakan juga sebagai kerangka operasional dakwah agar pesan dakwah dapat lebih mudah tersampaikan. Ini mencakup berbagai tugas dan tanggung jawab yang terkait dengan operasi berbagai jenis media, seperti media massa (surat kabar, radio, televisi), media digital (situs web, media sosial), dan media lainnya.⁷

⁶ Hamdan dan Mahmudi, Youtube sebagai Media Dakwah, Jurnal Pelita Vol 6 No 1, 2021

⁷ "MEMBANGUN KECERDASAN BERSOSIAL MEDIA MELALUI GATEKEEPING | Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema," diakses 24 November 2022, <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/397>.

Adapun beberapa manajemen dalam pengelolaan media dakwah radio Muhammadiyah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat, yaitu:

a) Perencanaan Media Radio Muhammadiyah Medan

Perencanaan meliputi kegiatan penentuan (objectives) sebuah media penyiaran harus mempunyai persiapan mulai dengan rencana dan strategi apayang akan digunakan untuk mencapai dengan tujuan tersebut.

Dalam proses perencanaan, Radio Muhammadiyah menentukan target audience/target pendengar. Menentukan target pendengar merupakan hal yang penting agar tidak terjadi salah informasi, karena termasuk proses dari manajemen yang baik untuk menentukan target pendengar. Radio Muhammadiyah sebagai lembaga yang bergerak di bidang komunikasi dakwah memiliki target untuk menyampaikan pesan atau dakwahnya kepada umat Islam.

Selanjutnya mengenai pengelolaan waktu dan jadwal siaran, radio Muhammadiyah mengatur jadwal dimulai dari jam 06.00 pagi sampai dengan jam 12.00 malam. Hal ini sudah di pertimbangkan sesuai dengan keselarasan dari program yang dibuat. Sedangkan Program yang disajikan telah mengacu pada program acaranya sendiri, oleh karena itu upaya agar program acara menarik dan diterima oleh audiens maka radio Muhammadiyah menayangkan siaran-siaran radio yang berbau musik, pendidikan dan dakwah. Lalu rencana kemudian menyusun dan membuat jadwal pemateri ceramah untuk melakukan siaran podcast langsung dan akan disiarkan atau di upload di Youtube, Facebook, dan Instagram.⁸

b) Pengorganisasian Media Radio Muhammadiyah Medan

Dalam tahap pengorganisasian dalam sebuah manajemen atau pengelolaan adalah salah satu tahap yang amat penting. Pengorganisasian sendiri merupakan proses dimana penyusunan sebuah struktur organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya.

Pada pengaplikasiannya, radio Muhammadiyah melakukan beberapa kegiatan diantaranya melakukan pembagian tugas dan membuat alur koordinasi. Dalam mengelola radio Muhammadiyah, pembagian tugas memiliki peranan penting agar tidak ada tompang tindih di dalam sebuah organisasi dan memiliki susunan yang baik serta

⁸ M. Alvin Fatikh, "Tantangan Komunikasi Islam Moderat Di Era New Media," *Al-Tsiqob: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 5, no. 2 (2020): 93–109.

tersusun dengan rapi.

Radio Muhammadiyah menjalankan pengorganisasian di mana dalam mengelola manajemen media, mempunyai alur koordinasi yang jelas sehingga tercipta alur kerja sebagai yang baik. Direktur utama memberikan arahan untuk membuat konten kemudian, Direktur Program bekerjasama dengan divisi teknis untuk memberikan sound effects di dalam siaran tersebut. Setelah jadi baru di upload berbagai platform seperti instagram, facebook, dan youtube.

Untuk secara alur pengelolaan, radio Muhammadiyah sudah sangat bagus dalam proses pengorganisasian, tidak adanya salah koordinasi antar divisi karena semua menjalankan peran tugasnya masing-masing.

c) Pelaksanaan Media Radio Muhammadiyah Medan

Tahap pelaksanaan pada manajemen media adalah tindakan rencana dan program yang sudah dibuat dengan mencapai tujuan tertentu. Tindakan itu harus sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.

Proses pertama dalam kegiatan pengarahan atau pelaksanaan adalah pembuatan Konten. Untuk konten yang diunggah dalam podcast radio Muhammadiyah belum ada konten yang tetap, dalam artian masih dibilang random jadi apa yang ada di dalam pikiran yang langsung dibuat kadang kalau lagi trending pada saat itu biasanya dibuat konten.

Setelah konten dibuat, maka dilakukan prosedur pengunggahan konten. Dalam tahap pengorganisasian, setiap media podcast ada beberapa orang yang memegang akun itu secara tidak langsung orang-orang tersebut admin dari media podcast. Dalam proses upload untuk podcast radio Muhammadiyah ada prosedur ataupun syarat-syarat yang terpenuhi dalam proses upload, agar tidak menyinggung pihak manapun dalam materi podcast yang ingin di upload.

Dari hasil wawancara dapat dipahami bahwa untuk proses pengupload mempunyai prosedur yang harus diperhatikan seperti: tidak mengandung unsur SARA, tidak menyinggung berbagai pihak atau merendahkan golongan manapun. Selanjutnya adalah pencatatan atau administrasi. Dalam pencatatan di dalam media sosial sangat penting untuk proses pelaporan dan juga evaluasi untuk kedepannya.

Dari wawancara ditemukan informasi bahwa untuk proses pencatatan dalam proses penguploadan sudah ada jadi tersusun dengan rapi. Merekap data yang masuk merupakan pelaksanaan yang penting, agar dalam proses kedepan nanti ditahap

evaluasi menjadi lebih mudah dikarenakan adanya data yang tersimpan.

Terakhir melihat umpan balik/feedback. Untuk mengetahui bahwa seberapa bagus siaran yang telah kita buat, butuh namanya umpan balik/feedback masyarakat terhadap siaran atau konten yang telah dibuat. Merupakan salah satu tolak ukur pencapaian untuk mengetahui hasil terbaik kita dengan umpan balik terhadap masyarakat, serta dapat membangun radio Muhammadiyah sendiri agar lebih baik kedepannya.

d) Pengawasan Media Radio Muhammadiyah Medan

Sebutan lain dari evaluasi diantaranya ialah penilaian (*appraising*), pengawasan (*controlling*), dan perbaikan (*correcting*). Morissan menyebutkan bahwa kata pengawasan lebih sering digunakan karena memiliki arti kata yang lebih luas dan mencakup penetapan standar, pengukuran kegiatan, dan pengambilan tindakan korektif.⁹ Di radio Muhammadiyah sendiri proses untuk pengawasan dilakukan dengan cara rapat yang melibatkan pimpinan, staf dan koordinator radio Muhammadiyah agar informasi yang di dapat saling terbuka dan dapat menyampaikan pendapat masing-masing.

Bagi sebuah instansi besar proses evaluasi merupakan hal yang wajib untuk mengetahui apa kelebihan yang kita punya dan kekurangan apa yang adapada organisasi ataupun perusahaan. Proses evaluasi seharusnya paling minimal dilakukan 1 bulan sekali agar mengetahui kekurangan dan kelebihan apa saja yang telah terjadi selama proses pembuatan siaran dan konten lainnya. radio Muhammadiyah melakukan pengawasan dengan memantau siaran ataupun konten untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media adalah benar. Lalu melaksanakan evaluasi baik dari bulanan ataupun tahunan yang dapat memudahkan untuk mengamati pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan yang telah direncanakan.

Segala kegiatan haruslah dilakukan dengan adanya manajemen pengelolaan media yang baik supaya pesan dakwah mampu berjalan secara tepat sasaran dan diharapkan mampu tercapai tujuan dakwah itu sendiri. Dengan demikian pelaksanaan dakwah yang akan dilaksanakan membutuhkan sebuah manajemen agar pelaksanaan dakwah mampu berjalan dengan baik. Kegiatan dakwah yang dikerjakan

⁹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran : strategi radio dan televisi (Bandung, Prenada Media Gorup : 2014) h. 48

dengan adanya manajemen yang baik bisa menjamin tercapainya tujuan dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan pada masyarakat muslim di kota Medan.

Conclusion

Peneliti menemukan bahwa dalam mengelola manajemen media yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat muslim kota Medan maka radio Muhammadiyah menggunakan beberapa media dakwah seperti Youtube, Facebook, dan Instagram. Kemudian dalam manajemen media radio Muhammadiyah melakukan beberapa tahapan. Dalam tahap perencanaan radio Muhammadiyah memiliki tujuan dan target audience yang jelas, pengelolaan waktu dan jadwal siaran, program yang disajikan, kemudian menyusun dan membuat jadwal pemateri ceramah. Tujuan dari perencanaan radio Muhammadiyah adalah untuk meningkatkan daya tarik pendengar.

Dalam proses pengorganisasian, radio Muhammadiyah melakukan pembagian kerja dan tanggung jawab antara setiap divisi yang sudah berjalan dengan baik serta tersusun dengan rapi antara divisi ke divisi yang lain. Selanjutnya tahap pelaksanaan radio Muhammadiyah melakukan proses seperti mencatat jadwal dan administrasi dari setiap konten yang diunggah. Adapun untuk prosedur ataupun aturan untuk konten atau siaran yang layak di upload bisa dilaksanakan dengan menyaring konten apa saja yang layak atau bisa didengarkan oleh masyarakat. Selanjutnya adalah pencatatan atau administrasi dan melihat umpan balik/feedback yang bertujuan untuk mengetahui bahwa seberapa bagus siaran yang telah dibuat.

Proses evaluasi dalam manajemen media radio Muhammadiyah dilakukan dengan memantau siaran ataupun konten untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media adalah benar. Lalu kemudian radio Muhammadiyah melakukan rapat baik dari bulanan ataupun tahunan yang melibatkan pimpinan, staf dan koordinator radio Muhammadiyah rapat untuk membahas agenda atau rencana kedepan seperti apa, mau konten yang bagaimana yang tujuannya dapat memudahkan untuk mengamati pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan yang telah direncanakan.

REFERENCE/DAFTAR PUSTAKA

- Fatih, M. Alvin. "Tantangan Komunikasi Islam Moderat Di Era New Media." *Al-Tsiqob: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 5, no. 2 (2020): 93–109.
- "MEMBANGUN KECERDASAN BERSOSIAL MEDIA MELALUI GATEKEEPING | Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema." Diakses 24 November 2022. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/397>.

- Aminuddin. *Semantik : Pengantar Studi Tentang Makna*, (Bandung, Sinar : 2016) h. 19
- Effendy, E., Sinaga, Z., & Badria, A. (2022). Informasi Manajemen Dakwah Concept Of Da'wah Management Information System. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 1349–1358.
- Zulfikar, G. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual. *Jurnal Al Muttaqin*, January, 85–90.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/97w2k>
- Astuti, Y. D. (2016). Media dan Gender (Studi Deskriptif Representasi Stereotipe Perempuan dalam Iklan di Televisi Swasta). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 9(2), 25–32. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i>
- Budiarto, *Manajemen Perkantoran Modern*, (Jakarta, Raja Grafindo : 2015) h. 56
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kalitatif R&D*, (Bandung, Alfabeta : 2018) h. 94
- Hamdan dan Mahmudi, Youtube sebagai Media Dakwah, *Jurnal Pelita* Vol 6 No 1, 2021