**ABSTRAK**

Muhammad Farid, 2024. Strategi Komunikasi MJTV Pamekasan Dalam Meningkatkan Siaran Dakwah Islam Melalui Program Mutiara Hati. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN).

Pembimbing: Hafidlatul Fauzuna, M,I.Kom

**Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, siaran dakwah Islam***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi MJTV Pamekasan Dalam Meningkatkan Siaran Dakwah Islam Melalui Program Mutiara Hati. Penelitian dilaksanakan di PT. Madura jaya (MJTV) Jl. Jokotole Gang.V Nomor.19 Pamekasan dengan melakukan wawancara dengan kepala perusahaan, karyawan dan pelanggan. Adapun rumusan masalah yang diteliti ini yakni mengenai bagaimana Strategi Komunikasi MJTV Pamekasan Dalam Meningkatkan Siaran Dakwah Islam Melalui Program Mutiara dan bagaimana faktor pendukung dan penghambat PT. Madura Jaya dalam meningkatkan siaran dakwah islam melalui program mutiara hati.

 Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang peneliti terapkan dalam penelitian ini dengan cara melakukan Observasi, Wawancara, Dokumentasi dan Triangulasi data. Aspek yang dinilai dalam penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi dalam meningkatkan siaran dakwah. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori strategi komunikasi organisasi.

 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh MJTV Pamekasan dalam program “*mutiara hati*” yaitu strategi komunikasi organisasi dengan pendekatan rasional. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan strategi yaitu harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi penyiaran, memperhatikan objek yang menjadi sasaran, serta penyesuaian materi yang akan disiarkan. Ada beberapa langkah yang harus dilalui dalam penerapan strategi komunikasi yaitu harus mengenali khalayak umum, membuat materi yang sesuai, serta penggunaan metode yang tepat. Strategi ini sudah digunakan semenjak tahun 2013, hal ini karena kesesuaian strategi ini dengan program yang diadakan oleh pihak MJTV, sehingga mereka tidak beralih ke strategi yang lain. Terbukti hingga saat ini ada peningkatan pelanggan mulai dari program ini dibuat hingga saat ini.

 Ada beberapa faktor yang mendukung tehadap suksesnya program “*Mutiara Hati*” yaitu cara menyampaikan pesan, pesan yang ingin disampaikan, orang yang menerima pesan, lingkungan ketika menyampaikan pesan serta media yang digunakan. Ada beberapa faktor penghambat dalam menerapkan strategi komunikasi yaitu orang yang menyampaikan pesan, gangguan pada televisi, serta penggunaan bahasa. Ada beberapa solusi faktor penghambat dalam menerapkan strategi komunikasi yaitu komunikasi yang digunakan fokus pada penerima pesan, mengecek alat-alat yang berhubungan dengan televisi sebelum ditayangkan, menggunakan pesan secara efektif dan efisien.