

Strategi Program Acara Dakwah untuk Meningkatkan Eksistensi di Media Televisi

Maharani Amelia Putri¹, Muhammad Naufal Rahmatullah², Najah Fathin Nur Afsharina³, Meity Suryandari⁴

Institut Agama Islam Al-Zaytun

Desa Mekarjaya, Kec. Gantar, Indramayu Indonesia

Korespondensi penulis: ameliamaharani021@gmail.com

Abstract: *In today's information and technology era, television media has a very important role in shaping opinions and influencing people's views. The existence of da'wah programs on television media is not only about increasing the number of impressions, but also how these programs can really permeate and have a positive impact on society. Therefore, the strategy of da'wah programs in television media requires special attention and in-depth study. The method in this article uses a literature study, which is a method with data collection by understanding and studying theories from various literature related to the research. From the results of the research, an attractive and quality program strategy is very important to increase the existence of da'wah programs on television media. In addition, cooperation with related parties and promotion through social media can also help increase the number of viewers. In the increasingly fierce competition of television media, da'wah programs must continue to innovate and adapt to technological developments and viewers' needs in order to remain effective in delivering da'wah messages. The effectiveness of da'wah programs on television media can be influenced by various factors. Therefore, several strategies can be used in da'wah programs on television media with a focus on how to improve the existence and effectiveness of da'wah messages.*

Keywords: *Strategy, Existence, Television, Event Programs*

Abstrak: Pada era informasi dan teknologi saat ini, media televisi memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk opini dan memengaruhi pandangan masyarakat. Eksistensi program dakwah di media televisi bukan hanya tentang peningkatan jumlah tayangan, melainkan juga bagaimana program-program tersebut dapat benar-benar meresap dan memberikan dampak positif dalam masyarakat. Oleh karena itu, strategi program acara dakwah di media televisi memerlukan perhatian khusus dan kajian mendalam. Metode pada artikel ini menggunakan studi pustaka yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Dari hasil penelitian, strategi program acara yang menarik dan berkualitas sangat penting untuk meningkatkan eksistensi program acara dakwah di media televisi. Selain itu, kerjasama dengan pihak-pihak terkait dan promosi melalui sosial media juga dapat membantu meningkatkan jumlah pemirsa. Dalam persaingan media televisi yang semakin ketat, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Efektivitas program dakwah di media televisi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Oleh karena itu, beberapa strategi dapat digunakan dalam program acara dakwah di media televisi dengan fokus pada cara meningkatkan eksistensi dan efektivitas pesan dakwah.

Kata kunci: Strategi, Eksistensi, Televisi, Program Acara

LATAR BELAKANG

Pada era informasi dan teknologi saat ini, media massa, terutama televisi, memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk opini dan memengaruhi pandangan masyarakat. Di tengah maraknya program-program hiburan dan informasi, program dakwah di televisi menjadi sarana yang signifikan untuk menyebarkan pesan agama dan nilai-nilai keagamaan kepada khalayak yang lebih luas. Namun, dalam persaingan media televisi yang semakin ketat, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan

teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap eksis dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Untuk dapat meningkatkan eksistensi program dakwah di media televisi, diperlukan strategi yang tepat dan efektif. Eksistensi program dakwah di media televisi bukan hanya tentang peningkatan jumlah tayangan, melainkan juga bagaimana program-program tersebut dapat benar-benar meresap dan memberikan dampak positif dalam masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi-strategi yang digunakan dalam program acara dakwah di media televisi dengan fokus pada cara meningkatkan eksistensi dan efektivitas pesan dakwah. Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi eksistensi program-program tersebut, mulai dari penyampaian pesan, kualitas produksi, hingga bagaimana program-program tersebut dapat bersaing dalam tontonan yang penuh variasi di media televisi.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa dakwah di televisi bukan hanya tentang menyampaikan ajaran agama, tetapi juga tentang bagaimana pesan tersebut dapat disampaikan dengan baik, diterima oleh pemirsa, dan berdampak positif dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, strategi program acara dakwah di media televisi memerlukan perhatian khusus dan kajian mendalam.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas topik serupa, antara lain penelitian tentang strategi program acara Setetes Embun dalam mempertahankan program dakwah di Jember 1 TV, strategi program Nabawi TV sebagai media dakwah, strategi komunikasi dakwah TVMU, strategi Molluca TV dalam mempertahankan eksistensinya dan efektivitas dakwah Islam melalui media televisi. Untuk itu Jurnal ini akan mengeksplorasi dari berbagai strategi yang telah diterapkan dan di temukan oleh beberapa penelitian sebelumnya dakwah di media televisi, serta mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan kunci seperti: Bagaimana program-program dakwah dapat meningkatkan eksistensinya di tengah persaingan media televisi? Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas program-program dakwah? Dan bagaimana program-program tersebut dapat mencapai target audiens dengan lebih efektif?

Melalui analisis yang cermat, Jurnal ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai strategi-strategi yang efektif dalam meningkatkan eksistensi program dakwah di media televisi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dakwah di media massa serta memperkuat peran televisi sebagai sarana edukasi dan pembentukan karakter dalam masyarakat.

KAJIAN TEORITIS

1. Strategi Dakwah Melalui Media Televisi

Strategi dakwah melalui media televisi dapat diartikan sebagai serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja program dakwah dalam jangka panjang. Strategi ini merupakan sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan dan misi organisasi dakwah melalui media televisi.

2. Media Televisi Sebagai Sarana Dakwah

Media televisi dapat diartikan sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam konteks dakwah, media televisi dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas.

3. Ekologi Media

Teori ekologi media mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya, media memerlukan sumber penunjang hidup utama, yaitu capital (pemasukan iklan), jenis isi media, dan jenis khalayak sasaran. Oleh karena itu, media televisi harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap eksis dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menjadi sangat penting dalam meningkatkan eksistensi program dakwah melalui media televisi. Beberapa strategi komunikasi yang dapat dilakukan antara lain kerjasama dengan pihak-pihak terkait, membuat program yang berkesinambungan dan menarik, membentuk biro di setiap Kabupaten/Kota yang ada, rekrutmen karyawan, serta mempromosikan siaran program-program channel YouTube melalui media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode pada artikel ini menggunakan studi pustaka (library research) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media televisi menjadi salah satu media yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Namun, dalam persaingan media televisi yang semakin ketat, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap eksis dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Berdasarkan hasil penelitian yang ada, terdapat beberapa faktor dan strategi yang dapat memengaruhi eksistensi dan efektivitas program-program dakwah di media televisi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program dakwah di media televisi

Efektivitas program dakwah di media televisi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berikut adalah beberapa faktor utama yang dapat memengaruhi keberhasilan program dakwah di televisi:

1. **Konten yang Berkualitas:** Konten program dakwah harus disusun dengan baik, informatif, edukatif, dan menarik bagi pemirsa. Pesan dakwah harus disampaikan dengan jelas dan menginspirasi.
2. **Target Audience yang Tepat:** Program dakwah harus disesuaikan dengan target audiens yang dituju. Penyampaian pesan dan gaya komunikasi harus sesuai dengan pemahaman dan minat audiens potensial.
3. **Keahlian Pembawa Acara:** Kemampuan dan karisma pembawa acara sangat penting. Pembawa acara harus mampu menyampaikan pesan dengan baik, memiliki pengetahuan agama yang cukup, serta mampu berbicara dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh pemirsa.
4. **Produksi yang Profesional:** Kualitas produksi program televisi, seperti tata cahaya, tata suara, dan penyuntingan, juga dapat memengaruhi efektivitas program. Produksi yang profesional dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas program dakwah.
5. **Pemilihan Waktu Siaran yang Tepat:** Menentukan waktu siaran yang tepat adalah faktor penting. Program dakwah dapat lebih efektif jika ditayangkan pada waktu yang banyak pemirsa potensialnya, seperti selama bulan Ramadan atau pada waktu-waktu tertentu di hari-hari keagamaan.
6. **Promosi dan Pemasaran:** Program dakwah perlu dipromosikan dengan baik agar pemirsa tahu tentang keberadaannya. Promosi melalui media sosial, iklan televisi, dan saluran dakwah lainnya dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang program.
7. **Kehadiran Online:** Mempertimbangkan kehadiran online juga penting dalam era digital. Menyediakan konten program di platform online seperti YouTube atau situs web resmi dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas program.

8. Pengukuran Kinerja: Mengukur kinerja program dakwah adalah langkah penting untuk mengevaluasi efektivitasnya. Data pemirsa, umpan balik, dan dampak positif yang dihasilkan oleh program harus dianalisis secara berkala.
9. Konsistensi dan Kesenambungan: Program dakwah yang konsisten dan berkelanjutan memiliki potensi untuk membangun basis pemirsa yang setia. Ini dapat menciptakan dampak yang lebih besar dalam jangka panjang.
10. Kesesuaian dengan Nilai dan Budaya Lokal: Memahami nilai-nilai dan budaya lokal sangat penting. Program dakwah harus mencerminkan konteks sosial dan budaya tempat program disiarkan.

Dengan demikian, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

Strategi untuk Meningkatkan Eksistensi dan Efektivitas Program Dakwah

Beberapa strategi yang dapat digunakan dalam program acara dakwah di media televisi dengan fokus pada cara meningkatkan eksistensi dan efektivitas pesan dakwah antara lain menyajikan program dakwah dengan kemasan yang lebih mencerdaskan, menyesuaikan format siaran program dakwah dengan kebutuhan dan minat audiens, dan mempromosikan program dakwah melalui media sosial. Dengan melakukan strategi-strategi tersebut, program-program dakwah dapat meningkatkan eksistensi dan efektivitas pesan dakwah di media televisi.

a) Program-program yang dapat meningkatkan eksistensi Televisi di tengah persaingan media

Program-program dakwah dapat meningkatkan eksistensinya di tengah persaingan media televisi dengan melakukan beberapa strategi, antara lain:

1. Membuat program yang berkualitas dan menarik perhatian pemirsa.
2. Menjaga kualitas program dengan pengawasan dan evaluasi yang terukur.
3. Mempromosikan siaran program-program channel YouTube melalui sosial media.
4. Menarik dan memikat perhatian pemirsa dalam media dakwah.
5. Menyajikan informasi terdepan dan menghibur.
6. Menghadirkan program-program yang memberikan pesan dakwah dengan kemasan yang lebih mencerdaskan.
7. Membentuk kerjasama dengan pihak-pihak terkait.
8. Membuat program yang berkesinambungan dan menarik.
9. Membentuk biro di setiap kabupaten/kota yang ada di provinsi tertentu.
10. Rekrutmen karyawan.

b) Cara program-program dakwah dapat mencapai target audiens dengan lebih efektif

Berikut adalah beberapa cara program-program dakwah dapat mencapai target audiens dengan lebih efektif, berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan dari beberapa referensi:

1. Menggunakan program-program digital sebagai sarana untuk mencapai target audiens yang lebih luas.
2. Menyesuaikan format siaran program dakwah dengan kebutuhan dan minat audiens.
3. Menjaga kualitas produksi program dakwah agar tetap menarik dan relevan dengan pemirsa.
4. Meningkatkan partisipasi aktif pemirsa dalam proses evaluasi dan pengukuran dampak program dakwah.
5. Mempromosikan program dakwah melalui media sosial untuk mencapai target audiens yang lebih luas.
6. Menyajikan informasi terdepan dan menghibur agar pemirsa tertarik untuk terus menonton program dakwah.
7. Menjalinkan kerjasama dengan pihak-pihak terkait untuk memperluas jangkauan program dakwah.
8. Menyediakan program dakwah yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan pemirsa.
9. Menggunakan narasumber yang kredibel dan memiliki pengalaman dalam bidang dakwah.
10. Menjaga keseimbangan program dakwah on air dan off air agar tetap relevan dengan pemirsa.

Dengan melakukan strategi-strategi tersebut, program-program dakwah dapat mencapai target audiens dengan lebih efektif. Oleh karena itu, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

c) Meningkatkan eksistensi dan efektivitas program dakwah

Untuk meningkatkan eksistensi dan efektivitas program dakwah, Anda dapat mempertimbangkan beberapa strategi berikut:

1. Penyusunan Rencana Strategis: Buat rencana strategis yang jelas untuk program dakwah Anda. Tentukan tujuan jangka panjang dan jangka pendek, serta strategi untuk mencapainya.
2. Identifikasi Target Audiens: Kenali audiens target Anda dengan baik. Pahami kebutuhan, minat, dan tingkat pemahaman mereka tentang agama. Ini akan membantu Anda menyusun konten yang sesuai.

3. Kualitas Konten: Pastikan konten program dakwah Anda berkualitas. Pesan yang disampaikan harus jelas, relevan, dan informatif. Pertimbangkan menyertakan narasi, cerita, dan contoh konkret untuk menjelaskan konsep-konsep agama.
4. Kreativitas dalam Presentasi: Jangan takut untuk mencoba pendekatan yang kreatif dalam penyampaian pesan agama. Penggunaan gambar, ilustrasi, dan visual yang menarik dapat membantu memahami pemirsa.
5. Kesesuaian dengan Perkembangan Zaman: Perbarui program Anda agar tetap relevan dengan perkembangan zaman dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Misalnya, program dakwah dapat mengatasi isu-isu sosial kontemporer.
6. Melibatkan Pemirsa: Berikan kesempatan kepada pemirsa untuk berpartisipasi. Anda dapat menjawab pertanyaan mereka, menerima umpan balik, dan mengadakan sesi tanya jawab. Ini akan membangun hubungan yang lebih kuat antara program dan pemirsa.
7. Kerjasama dengan Ahli Agama: Jika memungkinkan, ajak ahli agama yang terkemuka atau ulama yang dihormati untuk memberikan pandangan dan pengetahuan mereka dalam program. Hal ini dapat meningkatkan kredibilitas program.
8. Pemanfaatan Media Sosial: Gunakan media sosial untuk memperluas jangkauan program. Bagikan klip video, artikel, atau cuplikan penting dari program di platform seperti YouTube, Facebook, dan Twitter.
9. Evaluasi dan Umpan Balik: Terus evaluasi program Anda. Gunakan data dan umpan balik dari pemirsa untuk memperbaiki program secara berkala. Pastikan bahwa program tetap memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pemirsa.
10. Kerja Sama dengan Lembaga Dakwah Lainnya: Bekerja sama dengan lembaga dakwah lainnya dapat membantu memperluas jangkauan dan memperkuat pesan agama.
11. Pendanaan yang Berkelanjutan: Pastikan program memiliki pendanaan yang cukup untuk beroperasi secara berkelanjutan. Pencarian dana dari yayasan, donatur, atau iklan dapat membantu menjaga program tetap aktif.
12. Kesenambungan dan Konsistensi: Jaga kesinambungan program dakwah dan konsistensinya. Pemirsa cenderung lebih terlibat dengan program yang memiliki jadwal yang tetap dan berkelanjutan.
13. Pendekatan Kebijakan: Mendorong pemerintah dan lembaga terkait untuk mendukung program dakwah yang positif dan berkontribusi pada harmoni sosial dan nilai-nilai positif.

Meningkatkan eksistensi dan efektivitas program dakwah memerlukan komitmen, kreativitas, dan kerja keras. Dengan strategi yang tepat, program dakwah dapat mencapai dampak yang lebih besar dan memengaruhi positif masyarakat yang lebih luas.

Dari hasil penelitian yang ditemukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dan program acara yang menarik dan berkualitas sangat penting untuk meningkatkan eksistensi program acara dakwah di media televisi. Selain itu, kerjasama dengan pihak-pihak terkait dan promosi melalui sosial media juga dapat membantu meningkatkan jumlah pemirsa. Pengawasan dan evaluasi yang terukur juga penting untuk menjaga kualitas program agar tetap menarik dan relevan dengan pemirsa. Oleh karena itu, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap eksis di tengah persaingan media televisi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam persaingan media televisi yang semakin ketat, program-program dakwah harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemirsa agar tetap eksis dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Beberapa faktor yang memengaruhi efektivitas program-program dakwah di media televisi antara lain kualitas pesan, kredibilitas komunikator, dan kualitas produksi program dakwah. Oleh karena itu, beberapa strategi dapat digunakan dalam program acara dakwah di media televisi dengan fokus pada cara meningkatkan eksistensi dan efektivitas pesan dakwah, seperti menyajikan program dakwah dengan kemasan yang lebih mencerdaskan, menyesuaikan format siaran program dakwah dengan kebutuhan dan minat audiens, dan mempromosikan program dakwah melalui media sosial. Dengan melakukan strategi-strategi tersebut, program-program dakwah dapat meningkatkan eksistensi dan efektivitas pesan dakwah di media televisi.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, S. (2010). *Televisi Sebagai Media Dakwah*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ammar, A. F. (2017). *Efektivitas Dakwah Media Infokus Dalam Meningkatkan Ibadah Jamaah Di Masjid Al-Jihad Dan Masjid Al-Musabbihin Medan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Andries Kango, J. (2020). *Efektivitas Dakwah Melalui Program Kuliah Subuh Di Muhammadiyah Kota Gorontalo*. *Journal Ilmu Dakwah*.
- Anggraini, D. (2011). *Faktor-faktor Efektivitas Program "Sakinah, Mawaddah, Wa Rahmah (Samara)" Dalam Pembinaan Keluarga Islami Di Radio Dakta 107 FM Bekasi*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Anggraini, F. L. (2022). *Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UNIEX TV di Pesawaran Lampung*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Badranana. (2017). *Strategi Komunikasi Dakwah TVMU Studi Deskriptif Kualitatif Direktur Televisi Muhammadiyah*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Dr. Jasafat, MA, H. B. (2016). *Prospek Media Dakwah Televisi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam: Banda Aceh.
- Fitriah, I. (2014). *Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah & AA Ber-aksi Di Stasiun Televisi Indosiar*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Gani, S. (2012). *Analisis Efektivitas Dakwah PT. TELKOM Makassar Dalam Pemberdayaan Umat*. Disertasi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Gunawan, S. A. (2023). *Strategi Program Dakwah TVRI Jawa Tengah di Era Disrupsi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Indriana, T. (2023). *Pentingnya Siaran Dakwah Dalam Strategi Komunikasi Untuk Meningkatkan Eksistensi Televisi Lokal UNIEX TV di Pesawaran Lampung*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Karina, S. (2019). *Programming Siaran Dakwah Pada Televisi Kabel*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo: Semarang.
- Khonjin, M. (2021). *Strategi Dakwah TV MUI Melalui Program Siaran*. Skripsi. UIN Walisongo: Semarang.
- Larsen, J. (2022). *Strategi Pengarah Acara Dalam Meningkatkan Kualitas Program Jama'ah Bertanya Ustadz Menjawab Sebagai Siaran Dakwah Interaktif Di Ashiil TV Pekanbaru*. Skripsi.
- Naufal, A. (2018). *Strategi Program Nabawi TV Sebagai Media Dakwah*. Skripsi. Institut Seni Indonesia: Surakarta.
- Ningsih, F. (2018). *Efektivitas Siaran Dakwah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Keagamaan Masyarakat*. Skripsi. IAIN Metro.
- Nurfadilah, D. (2019). *Efektivitas Program Siaran Mutiara Qalbu Sebagai Media Dakwah Di Radio BKM 100.1 FM OKU Timur Sumatera Selatan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nurliana. (2020). *Televisi Sebagai Media Dakwah Islam Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia*. Jurnal Peurawi.
- Sufaldy. (2023). *Evaluasi Program Digital dan Pengukuran Dampak dalam Pengembangan Masyarakat Islam*. Artikel IAIN Parepare.
- Syarifuddin, A. (2018). *Prospek Media Dakwah Televisi*. Skripsi. Universitas Ar-Raniry.
- Yusuf, M. I. (2022). *Eksistensi Televisi Lokal di Tengah Era Konvergensi Media Digital*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Zerico Bimantara, M. F. (2023). *Eksistensi Media Lokal Di Era Siaran Digital Pada Tv Kabel Pesona TV*. SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI, 1.