

Tabel 2.1

Tentang Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama dan tahun	JUDUL SKRIPSI	FOKUS PENELITIAN HASIL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Hilman Efendi, Tahun 2015	Strategi Public Relations Radio Suara Muslim Surabaya Dalam Menghadapi Kompetisi Media Massa.	1. Strategi public relations, dan 2. Kompetensi media massa	1. Strategi jangka pendek untuk melihat gambaran apa yang harus dilakukan dan target apa yang harus dicapai ke depan dengan target menjadikan Radio Suara Muslim sebagai radio islam nomer satu di Indonesia . 2. Mengemas program yang kreatif dan inovatif mungkin serta menyajikan program sesuai dengan permintaan pasar dan melakukan evaluasi-evaluasi untuk kemajuan dalam menghadapi kompetisi media massa.	sama-sama meneliti tentang strategi, subyeknya sama-sama radio, dan sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif .	Berbeda pada strategi yang digunakan. Pada penelitian tersebut menggunakan strategi public relations , sedangkan penulis menggunakan strategi dakwah.
2.	Yusfi Rahmansyah, Tahun	Strategi Komunikasi Public Relations	Strategi komunikasi public relations	Terdapat 2 strategi yang digunakan radio Komunitas Awang-Awang	sama-sama meneliti	Berbeda pada strategi

	2010	Radio Komunitas Awang-Awang Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar.	radio komunitas awang-awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar .	yaitu: 1. Strategi yang digunakan dalam menyusun dan mengombinasikan siaran atau program yang akan disajikan kepada pendengar pada umumnya dan fans Rakom awang-awang, berupa pemilihan dan pemilahan acara. 2. Strategi yang digunakan di luar program acara dan pola siaran untuk menjalin pendengar yang aktif dan aspiratif, berupa perkumpulan rutin setiap satu bulan sekali dan iuran bulanan bagi pendengar Rakom Awang-Awang serta mengadakan kegiatan yang menunjang Rakom Awang-Awang bertahan di masyarakat.	tentang strategi komunikasi. Subyeknya sama-sama radio, dan sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif.	yang digunakan. Pada penelitian tersebut menggunakan strategi komunikasi public relations, sedangkan penulis menggunakan strategi dakwah.
3	Mursilaturohmi, tahun 2010	Dakwah Melalui Media Radio : Persepsi Pendengar Terhadap Program Acara Dakwah Kajian Rutin Di Radio Darul Falah FM Mojosari-Mojokerto.	1. Persepsi pendengar terhadap program acara dakwah Kajian Rutin di Radio Dafa FM Mojosari-	1. Persepsi positif. Program acara dakwah Kajian Rutin dapat menambah wawasan tentang keagamaan, sebagai sumber pengetahuan keagamaan dan juga penyampaian pesan dakwahnya mudah dipahami. 2. Persepsi negatif.	sama-sama menggunakan program radio sebagai media yang diteliti.	Berbeda pada penelitian tersebut meneliti persepsi pendengar, sedangkan penulis

			<p>Mojo kert0.</p> <p>2. Tentang bagaimana pendengar memahami isi pesan pada program acara dakwah Kajian Rutin di Radio Dafa FM Mojokerto.</p>	<p>Kurangnya komunikasi antara da'i dan mad'u.</p> <p>3. Pendengar memahami isi pesan dakwah pada program acara dakwah Kajian Rutin karena penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan diterangkan pengertiannya secara luas serta sesekali diberi contoh dengan fenomena-fenomena yang sedang dihadapi.</p>		meneliti strategi dakwah.
4.	Putri Puji Rahayu, Tahun 2013	Respon Pendengar Program Fajar Syiar Di Radio El Victor Sby Studi Pada Kajian Prof. DR. Moh. Ali Aziz, M. Ag.	Respon Pendengar Program Fajar Syiar Di Radio El Victor Sby Studi Pada Kajian Prof. DR. Moh. Ali Aziz, M. Ag.	<p>1. Respon masyarakat cenderung positif dalam menanggapi kajian Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag dalam Fajar Syiar El victor.</p> <p>2. Gaya bahasa yang disampaikan oleh Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag sangat mudah dimengerti oleh masyarakat.</p> <p>3. Kajian yang dibawakan bisa memberikan perubahan positif bagi pendengarnya, baik dalam kesehatan dan kehidupan.</p> <p>4. Kajian Prof. Dr.</p>	sama-sama menggunakan program radio sebagai media yang diteliti.	Berbeda pada penelitian tersebut meneliti respon pendengar, sedangkan penulis meneliti strategi komunikasi efektif.

