

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Strategi Dakwah

##### a. Pengertian Strategi Dakwah

Penjelasan arti strategi di KBBI adalah penggunaan ilmu serta seni dalam sumber daya bangsa agar melakukan kebijakan pada saat perang secara damai, atau perencanaan yang teliti tentang aktivitas dalam pencapaian tujuan tertentu.<sup>1</sup>

Dari bahasa Yunani strategi yaitu "strategos", asal mulanya dari "stratos" yang artinya militer serta "ag" yang bermakna menjadi pemimpin. Makna dari kata tersebut, awal mula kata strategi tidak dari kosakata disiplin ilmu manajemen, melainkan berdekatan pada bidang militer. Maksud strategi dari bidang militer tersebut ialah "*The Art of commander-in-chief; the of projecting and directing the large military movements and operations of a campaign*". Artinya kesenian pada panglima perang tertinggi dan terarahnya pengelolaan pergerakan militer. Jadi, konsep militer dalam strategi merupakan rencana bagus agar menang dalam perang dapat tercapai.<sup>2</sup>

Strategi dakwah merupakan sebuah metode, siasat, taktik yang harus digunakan dalam aktifitas dakwah<sup>3</sup>. Asmuni Syukir mengutip pendapat Abu Zahra yang mengatakan bahwa strategi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.<sup>4</sup>

Dengan demikian maksud dari pengertian strategi dakwah dalam skripsi ini yakni seperti apa langkahnya dalam mengupayakan agar tercapainya

---

<sup>1</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

<sup>2</sup> Samsudin, Deni Febriani, *Strategi Dakwah Lembaga Keagamaan* (Bengkulu: CV Utama, 2019), 41.

<sup>3</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, 32.

<sup>4</sup> Acep Aripuddin & Syukriadi Sambas, *Dakwah Damai Pengantar Dakwah Antar Budaya*, (Cet.I; Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 138.

penghasilan yang telah dijadikan tujuan dari radio PAS FM Pati agar secara efektif dapat melakukan penyiaran berdakwah Islam melalui strategi dakwahnya dalam meningkatkan kualitas dakwah. Hal tersebut, lembaga kerap memerhatikan seperti apa langkahnya agar tercapainya hasil dakwah melalui media radio. Oleh sebab itu, didalamnya perlu adanya rasa paham tentang strategi program. Strategi ialah proses untuk menentukan hal yang direncanakan para pimpinan tinggi yang digunakan fokusnya ke tujuan jangka panjang dalam sebuah pengorganisasian dibarengi dengan disusunnya sebuah trik ataupun usaha untuk dapat tercapai tujuannya.

#### **b. Proses Strategi**

Manajemen strategi merupakan sebuah kesenian serta keilmuan dalam membuat, menerapkan serta mengevaluasi hasil akhir yang strategis antar fungsinya yang mungkin suatu pengorganisasian dapat tercapai tujuannya dimasa depan" Penjelasan dari Agustinus Sri Wahyudi.<sup>5</sup>

Menurut pengertian tersebut, menjelaskan bahwasanya manajemen strategi meliputi tiga proses yaitu sebagai berikut:

##### **1) Perumusan strategi**

Dalam perencanaan membahas aktivitas yang menentukan tujuan dari media penyiaran dan melakukan persiapan perencanaan serta strateginya yang hendak dilakukan agar tercapainya tujuannya. Perencanaan musti dilakukan "apa yang perlu dilaksanakan, waktu melaksanakannya, bagaimana pelaksanaannya, serta siapa yang melaksanakannya". Oleh karena itu rencana yang bagus mampu mencapainya dengan melakukan pertimbangan keadaan diwaktu yang akan tiba pada

---

<sup>5</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi Pengantar Proses Berfikir Strategi* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), 113.

perencanaannya serta kegiatannya yang dipastikan dapat terlaksana ketika membuat perencanaannya.<sup>6</sup>

Saat tujuannya ditetapkan, yang mengelola media penyiaran perlu berpacu pada mission statement atau pertanyaan misi pengorganisasian ataupun badan usaha. Tak sedikit badan usaha yang sudah mempunyai misinya ataupun tujuannya yang dijelaskan dengan cara ditulis,. Baik sifatnya berjangka menengah ataupun panjang. Sebuah pertanyaan misi badan usaha tersebut kerap mempunyai karakter yang mengarah kepada rasa peduli perusahaan ataupun pengorganisasian pada rakyat. Disebut juga, lewat pertanyaan misi, perubahan keinginan menunjukkan rasa tanggungjawabnya kepada sosial masyarakat.

Perencanaan hendak memberi pengurangan hal yang tidak pasti dan memberi dorongan kepada da'i agar fokus ke depan, memberi antisipasi berubahnya umat, memberi pertimbangan *feedback* yang selanjutnya memberi susunan pendapat yang benar. Perencanaan pula memberi penjelasan atas perbuatan yang dilakukan para mad'u lalu mampu secara langsung di jawab oleh yang berdakwah.<sup>7</sup>

## 2) Implementasi Strategi

Setelah penentuan strategi, maka perlu memadukan pada aktivitas pengorganisasian kesehariannya. Secanggih serta sekreatif apapun strateginya tak mampu memberi keuntungan di organisasi terkecuali dilakukannya.<sup>8</sup>

Penerapan strateginya berdasar kepada penentuan banyaknya serta terorganisasinya sumberdaya manusia, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Morrisan, *Manajemen Strategi Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2008), 130.

<sup>7</sup> M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), 106.

<sup>8</sup> Ismail Yusanto Dan M Kareber Widjajakusuma, *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, (Yogyakarta: Perisai Pustaka Utama, 2000), 92.

## a) Penetapan Struktur Organisasi

*Struktur followers* strategi yang diutarakan oleh Alfred Chandler disebut prinsipnya yang artinya struktur organisasi perlu adanya pembentukan guna memberi dukungan untuk menetapkan suatu strategi yang sudah dibuatnya mampu lebih efektif. Apabila ketika strateginya berubah, maka badan usaha diwajibkan agar memberi perubahan ataupun melakukan penyelesaian struktur organisasinya.<sup>9</sup>

## b) Mekanisme Kepemimpinan

Pada bagian manajemen strategi, strategi berkepemimpinan untuk memberi antisipasi pada seluruh masalah yang ada, mewakili visinya, dapat memberi pertahanan yang fleksibilitas dalam mengorganisasi serta mampu memberi ataupun mendelegasikan kekuasaan pada yang lainnya agar terciptanya perubahan strategi yang diperlukan ialah maksud dari kepemimpinan strategi.<sup>10</sup>

## c) Budaya Organisasi

Seluruh organisasi mempunyai kebudayaan yang berbentuk. Adanya suatu budaya diorganisasi sangatlah memberi pengaruh besar untuk melangsungkan kehidupan berorganisasi serta melaksanakan strategi pengorganisasian. Budaya mampu menjadikan pengikut serta memotivasi kekompakan anggotanya lewat memberi pemahaman yang sama mengenai tatacara serta sikap atasan diorganisasi.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Wahyudi, *Manajemen Strategi Pengantar Proses Berfikir Strategi*, (Jakarta: Bina Aksara, 1996), 113.

<sup>10</sup> Amrullah dan Sri Budi Chantika, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002), 165.

<sup>11</sup> Amrullah Dan Sri Budi Chantika, *Manajemen Strategis*, 172

### 3) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi yaitu langkah akhir pada suatu strategi. Dalam melakukan pengevaluasian strategi terdapat 3 macam kegiatan dasar yakni sebagai berikut:

- a) Membandingkan antara pelaksanaan dan standar yakni pengukuran kinerja.
- b) Melakukan pengukuran pada prestasi (melakukan perbandingan penghasilan yang diinginkan dengan realita yang diperoleh), yakni cara agar hasil perbandingannya sudah diukur sesuai target ataupun standarnya yang sebelumnya sudah ditetapkan.
- c) Melakukan pengambilan tindakan korektif agar memberi kepastian bahwasanya prestasinya sepadan dengan perencanaannya. Saat pengambilan tindakan tersebut tak perlu meninggalkan strategi yang telah ada ataupun sampai perlu perumusan strategi terbaru. Tindakan itu dibutuhkan apabila hasilnya tak sepadan dengan apa yang ada dalam bayangan ataupun capaiannya yang terencana, jadi di situlah tindakan korektif dibutuhkan.<sup>12</sup>

#### c. Tujuan Strategi

Terdapat beberapa tujuan dimanajemen strategi, antara lain yaitu:

- 1) Memberi arahan untuk mencapai tujuan

Dalam manajemen organisasi, tugas seorang manager adalah guna memberi keterlibatan seluruh manusia yang berkaitan pada sumber daya perusahaan agar melaksanakan aktivitas yang mengarahkan kepada tujuan tertentu pada perusahaan. Kejelasan pada orientasinya perlu menjadikan hal yang mendasar berhasilnya pengevaluasian serta pemantauan.

---

<sup>12</sup> Amrullah Dan Sri Budi Chantika, *Manajemen Strategis*, 183.

2) Mengantisipasi setiap perubahan secara merata

Hadirnya strategi manajemen menyebabkan manajemen dapat memberi antisipasi berubahnya serta memberi persiapan pedoman dalam mengontrol agar tercapai tujuan yaitu melakukan perluasan pada pikiran pandangannya.

3) Menjaga kepentingan berbagai pihak

Pengembangan strategi manajer dengan pemenuhan kebutuhan berbagai pihak misal bank, saham, pemegang, karyawan, pemasok serta semua orang. Berbagai komponen tersebut perannya dalam suatu gagalnya ataupun berhasilnya sebuah pedoman.

4) Berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi

Manajer tak cuma bertanggungjawab dalam memutuskan terampilnya diatas efisiensi, namun pula sumberdaya dalam kinerjanya lewat pekerjaan yang tepat.

**d. Manfaat Strategi**

Ada berbagai pemanfaatan untuk penyusunan strategi antara lain yaitu:

- 1) Melakukan pengelolaan disuatu strategi mampu membuat hasil akhir yang baik dalam organisasi.
- 2) Meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja.
- 3) Membuat perusahaan lebih sensitif terhadap ancaman eksternal,
- 4) Meningkatkan kemampuan kinerja perusahaan dalam menghadapi permasalahan.
- 5) Memudahkan perusahaan dalam beradaptasi dengan adanya perubahan.
- 6) Membantu dalam menyelesaikan masalah dari dalam dan dari luar.
- 7) Proses operasional perusahaan menjadi lebih efisien dan efektif.
- 8) Menguntungkan bagi perusahaan.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan istilah keagamaan yang terpopuler dikalangan masyarakat. Namun istilah tersebut kerap dijadikan arti sempit dikebanyakan manusia hingga berdakwah diidentikkan pada pengajian, khutbah serta pengertian yang sempit lainnya. Jadi, hal ini harus ditegaskan pengertiannya.

Asal kata dakwah dalam bahasa Arab kata masdarnya *da'a yad'u da'watan* yang mana artinya seruan, menyerukan, memanggil, mengajak pada hal yang baik. Suatu yang menjelaskan mengenai berdakwah dalam kebaikan terdapat pada Al-Qur'an di QS Yunus ayat 25 yakni:

وَاللَّهُ يَدْعُوًا إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ

Artinya: “Dan Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam)”. (QS. Yunus ayat: 25)<sup>13</sup>

Umumnya, berdakwah merupakan mengajak ataupun menyeru pada kebaikan supaya menjadi seorang yang positif. Isi dari dakwah ialah pikiran yang kaitannya dengan kemajuan suatu proses tak henti-hentinya melakukan penyeruan ke arah yang positif untuk terwujudnya tujuan berdakwahnya. Akan tetapi berdakwah dalam pandangan praktiknya terdiri atas aktivitas mentamorfosiskan penilaian agama yang memiliki makna penting serta memiliki peran langsung pada pembentukan tanggapan umat pada beberapa nilai-nilai hidup.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2014), 210.

<sup>14</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosda Karya, 2010), 24.

Pengertian dakwah berdasarkan istilah sekaligus menurut para ulama memberi macam-macam pengertian (ta'ri) yaitu:

- 1) Dalam kitabnya Syekh Ali Mahfudz menjelaskan dakwah merupakan dorongan seorang agar memiliki perbuatan positif serta melakukan sesuai arahan agama, menyerukan kepada orang-orang tentang hal yang baik serta melarangnya untuk melakukan kemungkaran supaya seorang dunia akhiratnya mendapat kebahagiaan.
- 2) Dalam bukunya HSM Nasaruddin teori dan praktek dakwah Islamiyyah menjelaskan dakwah Islamiyyah yaitu semua kegiatan yang dilakukan melalui ucapan guna mengimani serta mentaati Allah, selaras pada berbagai garis akidah serta syariah dan akhlak Islamiyyah.
- 3) Buku dari Prof. Dr. H. Aboe Bakar Atjeh "beberapa catatan mengenai dakwah Islam" menjelaskan bahwasanya dakwah ialah ajakan terhadap seluruh orang agar hidup serta kembali keajaran Allah yang sebenar-benarnya, dilaksanakan penuh dengan bijaksana serta nasihat yang positif.
- 4) Dakwah yang dikatakan oleh Drs. H. Masdar Helmi ialah ajakan serta pergerakan seorang supaya mentaati ajarannya Allah (Islam) meliputi Amr ma'ruf nahi mungkar guna mendapatkan kebahagiaan duniawi serta ukhrawinya.<sup>15</sup>

#### **b. Unsur-unsur Dakwah**

Berbagai komponen yang ada diseluruh aktivitas dalam berdakwah merupakan unsur dari dakwah. Dimana saat berbagai unsur tersebut tiada ataupun minim salahsatunya, maka aktivitas dalam berdakwah tak dapat dilaksanakan dengan lancar. Adapun unsurnya yakni:

---

<sup>15</sup> Iskandar, *Metode Penelitian Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2022), 1-2.

## 1) Da'i

Da'i merupakan seseorang yang melakukan dakwah secara perbuatan, tulisan ataupun lisannya yang dilakukan dengan individual, kelompok maupun melalui organisasi lembaganya. Umumnya da'i juga diartikan sebagai seorang yang melakukan penyampaian mengenai ajaran Islam (mubaligh).<sup>16</sup>

## 2) Mad'u

Mad'u merupakan seorang yang menerima pesan dakwah dari seorang da'i, sebagai individual ataupun kelompok, yang agamanya Islam ataupun non Islam, dan bisa disebut sebagai orang umum.

## 3) Maddah

Maddah merupakan kandungan pesan dalam materi yang dijelaskan oleh da'i terhadap mad'u, hal tersebut telah dijelaskan bahwasanya ajaran Islam tersebut yang menjadikan maddah berdakwah. Pesan ialah mencakup berbagai unsur dalam berkomunikasi menyatakan bahwa "saat proses berkomunikasi, pesan merupakan suatu yang diungkapkan seorang yang mengirimkan terhadap yang menerima". Pesan mampu tersampaikan lewat bertemu langsung, ataupun media berkomunikasi yang berisikan dapat berbentuk propaganda, nasihat, informasi, hiburan ataupun pengetahuan.<sup>17</sup>

## 4) Media Dakwah

Media dakwah merupakan suatu alat yang digunakan dalam penyampaian materinya berdakwah terhadap mad'u. Media asalnya dari kata latin "median" yaitu jamaknya kata medium, berdasarkan etimologinya yaitu alat

---

<sup>16</sup> Agus Salim, "Peran dan Fungsi Dai Dalam Perspektif Psikologi Dakwah," *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Budaya* 8, No. 1 (2018): 92–107.

<sup>17</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo, 2013), 250.

perantara. Definisi media menurut Asmuni Syukir yaitu sebagai bahan teknologi informasi yang mampu dipakai untuk bahan ajar misal DVD, video, buku, slide dan lain-lain. Secara umum media merupakan alat yang digunakan untuk penyaluran yang dipakai seorang dalam melakukan penyaluran amanah ataupun informasi.

Media massa terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya sebagai berikut :

a) Media cetak

Media cetak munculnya media massa pertama kali dalam dunia di tahun 1920an. Waktu itu mulanya media massa digunakan sebagai bahan melakukan penyebaran doktrin oleh pemerintah pada rakyatnya. Bertujuan agar memegang pikiran rakyat serta tujuan lainnya. Hal ini dapat digambarkan dalam teori jarum suntik.

b) Media elektronik

Media elektronik hadir sesudah hadirnya media cetak. Awal hadirnya media elektronik yakni radio. Media tersebut mempunyai karakteristik yaitu penyampaian pesannya lewat suara. Siaran langsungnya pun lebih cepat serta akurat. Radio sangatlah memiliki peran terpenting saat melakukan penyebaran informasi. Sesudah radio yang sifatnya audio, hadir TV yang mempunyai sifat audio-visual.

c) Media internet

Media internet hadir pada abad 20, dengan hadirnya media internet menjadikan suatu berubahnya media yang semakin canggih. Media ini disebut mampu menyaingi kemampuan pada media cetak serta elektronik. Hal ini mampu diamati dalam penggabungan pada dua media yang muncul sebelum itu. Tak sedikit kelebihan

dari media ini apabila disandingkan dengan jenis yang lainnya.

Di zaman modern ini media dakwah yang dikenal misalnya koran, majalah, radio, TV, media internet contohnya *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* serta yang lainnya. Berbeda tentunya dibandingkan pada zaman Rosulullah dalam dakwahnya, yakni metode dakwahnya sangatlah sedikit. Yaitu kisaran dakwahnya qauliyah nil Ihsan serta i'liyyah bil uswah, ada lagi penggunaan media surat yang ada batasannya. Berkembangnya pengetahuan serta teknologi awalnya ada diabad ke 14 Hijriah. Pada abad tersebut muncul berbagai media dakwah terbaru misalnya musik, TV, radio, film, DVD, piringan hitam, cergam, cerpen, majalah, koran serta kesenian lainnya yang sangatlah menolong pendakwah untuk menyerukan dakwahnya.

Menyalurkan pesan berdakwah perantara media dakwah tersebut hingga mampu dipahami serta dapat dimengerti oleh mad'u secara positif. Saat penggunaan media dakwah pendakwah zaman dulu sangatlah memperhatikan etika serta berbagai ketentuan yang harus diperhatikan ketika dakwah, yaitu:

- a) Media dakwah tidak diperbolehkan menentang Al-Qur'an serta as-sunnah.
- b) Saat penggunaan media dakwah tak berpacu pada berbagai hal yang haram dari agama serta menjaga perdamaian.
- c) Penggunaannya dilakukan secara baik.
- d) Medianya berkaitan pada kondisi serta keadaan dikonteks dakwah.
- e) Media mampu menjadikan jembatan dalam membasmi hal yang bersifat sesat oleh manusia yang menyalahi serta ingkar pada aturan agama.
- f) Berbagai tahapan dalam menggunakannya harus jelas

- g) Media bersifat fleksibel mampu dibuat diberbagai keadaan mad'u, kebudayaan, kepercayaan serta adatnya.
- h) Mampu dilakukan diberbagai waktu keadaan serta kondisinya.

Macam-macam pengelompokan media dakwah oleh Hamzah Ya'kub ada lima yakni antara lain:

a) Lisan

Lisan merupakan tersederhana dari media dakwah yang lain dengan penggunaan suara serta lidah, melalui media lisan bisa berupa penyuluhan, bimbingan, ceramah, pidato serta lainnya.

b) Tulisan

Penggunaan dakwah secara tulisan merupakan dilakukannya lewat tulisan misalnya spanduk, pengumuman tertulis, pamflet, kuliah tertulis, risalah, buletin, koran, majalah, dan berbagai buku yang lainnya.

c) Lukisan

Hal ini berbentuk gambaran hasil melukis, memfoto, cerita, film serta lainnya. Media tersebut kerap menjadikan banyak peminat serta dilakukan dalam memberi gambaran disuatu maksud ajaran yang mau diserukan kepada seseorang, tapi tidak mudah menemukan isyarat tersebut didalam Al-Qur'an.

d) Audio visual

Audio visual merupakan alat dakwah sebagai perangsang indera mata serta pendengaran misalnya slide, film, TV, radio serta lain sebagainya.

e) Akhlak

Akhlak merupakan media nyata dalam perbuatan yang tercermin dalam ajaran Islam yang mana mad'u mampu memahami serta mengerti maksudnya.

Berdasarkan lima macam media dakwah oleh Hamzah Ya'kub tersebut, mampu tahu

bahwasanya radio ialah media massa yang penggunaannya lewat jenis audio-visual. Dikarena radio ialah alat berkomunikasi yang bentuknya gelombang suara.<sup>18</sup>

5) Efek Dakwah

Hal ini tidak berpacu pada yang dilakukannya seorang kepada media akan tetapi perlakuan media kepada seorang tersebut. Terdapat ilmuan berpikir bahwasanya efek media ini gampang sekali dilakukan pengukuran, sebagai penghubung secara langsung dari pesan serta efek media. Para ilmuan sadar akan hubungannya media serta khalayak ialah suatu hal yang umum, dijelaskan oleh Steven Chaffe terdapat 3 pendekatan untuk melihat efek media massa yakni sebagai berikut:

- a) Pesan serta medis terdapat kaitannya pada munculnya efek media massa.
- b) Akan ada hal yang berubah dari khalayak komunikasi massa. Berubahnya jenis itu yakni, kognitifnya, efektif serta konotif/psikomotorik.
- c) Observasi mempunyai satuan mengenai serta merasakan terdapat efek komunikasi massa, yakni bangsa, masyarakat, organisasi, kelompok maupun individu

Dibukunya Siti Zainab komunikasi massa sebuah pengantar manajemen komunikasi, suatu pengantar menjelaskan melalui pendekatan oleh efek komunikasi massa.

Steven Chaffe dalam efek kehadiran media fisik ialah antara lain:<sup>19</sup>

a) Efek ekonomis

Munculnya media massa, dapat menimbulkan banyaknya perusahaan serta

---

<sup>18</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: Diponegoro, 1992), 47.

<sup>19</sup> Siti Zainab, *Komunikasi Massa Sebuah Pengantar Manajemen Komunikasi*, (Sidoarjo: Zifatama, 2013), 14.

lowongan pekerjaan diciptakan untuk rakyat, media massa juga memberi efek ekonomis untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Seorang mampu menerima serta membaca dimana saja serta kapan saja, termasuk pada zaman yang semakin canggih ini semua suatu telah maju serta praktis.

b) Efek sosial

Terjadinya efek sosial saat terdapat perubahan hubungan sosial dikehidupan orang yang memanfaatkan media.

c) Efek penjadwalan kegiatan sehari-hari

Hal ini muncul karena hadirnya media massa memengaruhi jadwal aktivitas setiap harinya kelompok yang memanfaatkan media,

d) Efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu

Media massa juga mampu memberi manfaat dalam membasmi suatu perasaan, seperti perasaan sedih, kesepian, kecewa, marah, serta lainnya.

Efek kehadiran pesan media fisik menurut Steven Chaffe, yakni antara lain:<sup>20</sup>

a) Efek kognitif

Merupakan suatu perbuatan yang muncul dalam diri individu tertimpa serangan media yang bersifat memberi informasi untuknya. Efek ini meliputi tingkatan pemahaman, pengertian serta pengetahuan komunikasi. Orang yang awalnya tidak mengetahui jadi tahu, yang mulanya tidak yakin jadi yakin, tak jelas paham serta jelas. Media massa menayangkan berita dengan seleksi dari prosesnya menyeleksi terhadap kabar yang hendak diliput. Hasilnya tersebut yang telah digunakan masyarakat. Misalnya: sesudah melihat berita disiarkan, komunikasi atau

---

<sup>20</sup> Siti Zainab, *Komunikasi Massa Sebuah Pengantar Manajemen Komunikasi*, 16.

seorang yang menerima pesan mendapatkan wawasan ilmu tambahan tentang permasalahan yang ada.

b) Efek afektif

Efek ini mempunyai kadar tertinggi jika membandingkannya dengan efek kognitif. Efek ini tak cuma menimbulkan pengetahuan bagi masyarakat mengenai individu, benda, serta keadaan yang ada dikehidupan sekitarnya. Hal ini timbulnya perangsang emosional di media massa oleh masyarakat. Efek ini pula mampu disebut dengan respon emosional masyarakat kepada konten media. Misalnya: jika sudah melakukan komunikasi kepada seorang dapat menjadikan berubahnya sikap serta tak suka jadi suka, prasangka jadi simpati, dan lainnya.

c) Efek konotif/psikomotorik

Merupakan hal yang mempengaruhi komunikasi berbentuk berubahnya aktivitas, tindakan, ataupun perilaku masyarakat yang terlihat oleh aktivitas setiap harinya sesudah menggunakan suatu media. Secara umum hal ini terdapat sikap yang anti sosial serta proposial. Efeknya, sikap anti sosial terdapat semua gaya sikap yang sifatnya tidak positif. Sedangkan positifnya sikap tersebut dinamakan efek proposial behavioral Efek ini ada ketika seorang mempunyai ilmu serta terampil yang didapati di media massa serta dipraktikkan dikehidupan seharusnya hingga ilmu itu pula dapat manfaat untuk dirinya sendiri serta yang lainnya. Misalnya: sesudah berkonsultasi mengenai pernikahan dengan intensif, maka seorang yang mempunyai pikiran akan bercerai lalu membatalkan keinginannya untuk bercerai serta memilih agar bertahan akan pernikahannya.

### c. Jenis-jenis Metode Dakwah

Langkah yang diambil seorang pendakwah dalam menyerukan materi ajaran dakwahnya disebut metode dakwah. Saat menyerukan sebuah pesan berdakwah, hal terpenting ialah peran metodenya. Karena suatu pesan, meskipun positif tetapi bila penyampaiannya dari metode yang tak tepat, maka pesannya boleh saja tak dapat diterima oleh yang mendengarkan.<sup>21</sup>

Saat menyampaikan dakwah Islami, peran pendakwah sebagai subyeknya dakwah perlu perangkat ilmu serta seni dibidang metodenya. Bila telah tahu metodenya, penyampaian saat berdakwah mampu mengena sasarannya, serta mad'u mampu menerima dakwah tersebut secara mudah dikarenakan menggunakan metode yang menarik sasaran.

Dalam buku *Dakwah Humanis* karya Ichsan Habibi disimpulkan dari beberapa seorang ahli menjadi beberapa metode dakwah diantaranya sebagai berikut<sup>22</sup>:

#### 1) Metode ceramah

Metode ceramah dilakukan atas dasar agar penyampaian penjelasan, pengertian, petunjuk serta keterangan mengenai suatu terhadap mad'u secara lisan. Quraish Shihab mengatakan "hingga sekarang, fakta menjelaskan bahwasanya metode ceramah tetap meliputi metode terbanyak yang dipakai. Dengan metode ceramah, penampilan ialah faktor penting yang mampu membuat sukses ataupun tidak saat berdakwah".<sup>23</sup>

#### 2) Metode tanya jawab

Dalam metode tanya jawab dilakukan dengan pertanyaan serta jawaban agar tahu seberapa jauh pikiran serta ingatan seorang saat

<sup>21</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), 33.

<sup>22</sup> Ichsan Habibi, *Dakwah Humanis, Cinta, Toleransi dan Dialog Paradigma Muhammad Fethullah Gulen* (Serang: Penerbit A-Empat, 2015), 34.

<sup>23</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1994), 102.

menguasai dan memahami materi dakwahnya. Munzier Suparti serta Harjani Hefni berkata "metode ini dimaksud untuk mengembangkan dakwah *bil Mujadalah*. Kesan yang muncul lewat metode ini jauh kuatnya apabila bandingannya cuma lewat searah saja.<sup>24</sup>

3) Metode kisah

Metode kisah merupakan sebuah rasa senang yang mampu berlangsung menyentuh hati. Penjelasan dari Sayyid Qutub "Tak mampu disangkal bahwasanya kisah merupakan suatu metode dalam penyampaian mengenai hakekat yang benar didalam hati. Penampilan hidup serta melantai kedalam hati, dikarenakan kandungan ceritanya merupakan sesuatu yang sudah terjadi pada sejarah perjalanan seseorang". Hal ini masuk dibagian metode *dakwah al-Mauidzotul Hasanah*. Berbagai kisah yang banyak hikmahnya selalu menyentuh hati semua manusia. Sedikit yang sadar bahwasanya sungguh kisah-kisah hikmah ialah metode yang sangatlah tepat dalam penyampaian pesan agama serta moral.<sup>25</sup>

4) Metode debat (*Munazarat*)

Perdebatan kerap dimaksud dengan pertikaian argument serta pemikiran (pendapat, gagasan) antara jumlah individu dengan lisan melakukan pembahasan sebuah permasalahan yang dilakukan secara tertata serta tujuannya agar mendapatkan hal yang benar.<sup>26</sup>

5) Metode keteladanan

Penggunaan dakwah secara demonstrasi atau keteladanan artinya sebuah cara dalam menyajikan dakwah melalui pemberian keteladanan secara langsung hingga pendengar merasa senang untuk mengikutinya. Mulianya

<sup>24</sup> Harjani Hefni dkk, *Metode Dakwah*, ( ), 301.

<sup>25</sup> Fathul Bahri An-Nabriri, *Meniti Jalan Dakwah, Bekal Perjuangan Para Da'i*, (Jakarta: Amzah, 2008), 101.

<sup>26</sup> Syamsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 102.

akhlak ialah sesuatu yang harus dipunyai pada seorang pendakwah guna melaksanakan misi menyerukan seseorang ke arah yang benar, pentingnya sebuah akhlak mulia untuk pendakwah ialah bahwasanya sebelum pendakwah menyerukan materinya, penglihatan mad'u berarah kepada apapun yang diamati serta didengarkannya melalui sikap serta pribadi karakternya. Oleh karena itu, mad'u dapat menarik hati pada sikap serta perilaku pendakwah tersebut, menghormati serta memuliakannya sebab hatinya yang suci, jiwanya yang bersih, budipekertinya yang halus, pikirannya yang bijak, penalaran yang tepat.

6) Metode silaturahmi (*home visit*)

Penggunaan metode silaturahmi ini ialah melakukan dakwah melalui mengunjungi ke rumah obyek yang disasarkan untuk menyerukan kandungan berdakwah pada yang menerima dakwahnya.<sup>27</sup>

7) Metode Propaganda (*Di'ayah*)

Metode propaganda merupakan sebuah usaha dalam menyerukan Islam lewat cara memengaruhi, merayu dengan cara yang halus serta massal, kegiatan ini bisa dilakukan lewat pengajian besar.<sup>28</sup>

8) Metode Tulisan (*Mukatabat*)

Metode dakwah ini dilakukan melalui tulisan, kemudian tulisannya disebarakan kepada masyarakat umum. Ali bin Abi Thalib menyampaikan "Tulisan merupakan teman para ulama". Ketrampilan dalam menulis sudah membuat Imam Al Ghazali mampu memberi warisan ilmu yaitu kitab Ihya' Ulumuddin serta berbagai kitab lainnya, Quraish Shihab, Al Bana, Abdul A'la Al Maududi menyemarakkan semangat bangkitnya umat Islam melalui tulisan

---

<sup>27</sup> Syamsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 104.

<sup>28</sup> Syamsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 104

serta berbagai bukunya mereka. Kelebihan dakwah bil kitabah jika membandingkannya dengan format dakwah lainnya ialah obyek sifatnya yang masih serta cakupan luas. Pesan berdakwah dengan bil kitabah berjuta-juta pembaca mampu menerimanya dalam kurun waktu yang sama.<sup>29</sup>

#### d. Sasaran Dakwah

Supaya dakwah dapat dilaksanakan secara sesuai yang dibutuhkan, efektif serta efisien, maka telah masanya dibuatkan serta disusun stratifikasi yang disasarkan. Sebuah pengertian hikmah (An Nahl:125) merupakan ketrampilan dalam pengenalan golongan serta keadaan sasaran dakwah, malahan dengan tegas Rosulullah Saw, berkata bahwasanya "*kami perintahkan dalam penyampaian ajaran Islam selaras pada yang dimampukan oleh pikiran seseorang*".<sup>30</sup> Sasaran dakwah terbagi kepada berbagai ragam bentuk golongan komunitas. Golongan sasaran dakwah tersebut antara lain yaitu :

- 1) Golongan komunitas terasing, masyarakat desa, masyarakat perkotaan, masyarakat kota kecil, serta masyarakat marginal dan masyarakat metropolitan adalah pembagian masyarakat secara sosiologis.
- 2) Golongan masyarakat priyayi, masyarakat abangan, masyarakat remaja, dan masyarakat santri, adalah pembagian masyarakat secara struktur kelembagaan.
- 3) Golongan masyarakat anak-anak, masyarakat remaja, golongan masyarakat orang tua, adalah pembagian masyarakat secara segi tingkatan usia.
- 4) Golongan masyarakat petani, masyarakat pedagang, masyarakat seniman, masyarakat

<sup>29</sup> Asep Syamsul dan M. Romli, *Jurnalistik Dakwah*, 23-25.

<sup>30</sup> Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001),

buruh, masyarakat pegawai negeri, adalah pembagian masyarakat secara profesi.

- 5) Golongan masyarakat kaya, masyarakat menengah, dan masyarakat miskin, adalah pembagian masyarakat dari sisi tingkat sosial ekonomis.
- 6) Golongan masyarakat pria dan masyarakat wanita adalah pembagian masyarakat dari sisi jenis kelamin.
- 7) Golongan masyarakat “tuna netra”, masyarakat “tuna wisma”, masyarakat “tuna karya”, masyarakat “nara pidana”, dan sebagainya adalah pembagian masyarakat dari sisi kebutuhan khusus.<sup>31</sup>

**e. Fungsi dan Tujuan Dakwah**

Berbagai tafsiran mengenai dakwah lewat tulisan dakwah M. Natsir serta tujuannya dalam serial media dakwah, terdapat brosur-brosurnya. Tujuan dakwah dari M. Natsir ialah:

- 1) Panggilan kepada kita pada syariat, agar melakukan pemecahan masalah kehidupan, baik individu ataupun rumahtangga, masyarakat, suku bangsa dan negara.
- 2) Panggilan kepada kita pada fungsinya hidup sebagai seorang hamba Allah di atas dunia yang begitu luasnya, yang isinya orang-orang berbagai jenisnya, kepercayaannya, pendiriannya, yaitu fungsi untuk *syuhada'alannas* menjadikan pengawas serta pelopor untuk umat manusia.
- 3) Panggilan kepada kita pada tujuan kehidupan yang hakiki, yaitu menyembah Allah. Begitulah, kehidupan memiliki tujuan serta fungsi tertentu.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 15.

<sup>32</sup> M. Natsir, *Dakwah dan Pemikirannya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999),

### 3. Radio

#### a. Pengertian Radio

Pengiriman serta siaran suara ataupun bunyi lewat udara merupakan pengertian dari radio. Semua suatu yang mampu disampaikan lewat radio, misal dakwah, drama, puisi, pidato, musik, berita yang mampu didengarkan semua orang. Pendengar radio tak cuma didengar dari kalangan yang mempunyai pendidikan tinggi aja, namun yang pendidikannya tidak tinggipun boleh mendengarkannya. Radio memperoleh banyak pelanggan, dikarenakan radio paling banyak menyajikan informasi teraktual serta hiburan.

Media informasi radio masih eksis dan memiliki tak sedikit pendengar sampai saat ini. Radio ialah sarana informasi yang fleksibel, mudah dibawa dimanapun. Jadi, begitu sangat bermanfaat apabila radio dipenuhi siaran yang mengajak pendengar dalam menjalani hal yang baik dan menjauhi hal yang buruk. Radio juga merupakan sarana dakwah yang tepat. Terlebih pula diseluruh dunia dapat mendengarkan dakwah lewat radio tersebut. Umumnya untuk rakyat menengah kebawah kerap tahu serta paham akan fungsi dari radio. Suatu fungsinya yaitu mendengarkan dakwah yang banyak manfaatnya. Di zaman sekarang radio nyaris tenggelam diselip dengan adanya media yang lain. Tapi, radio menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan dakwah untuk rakyat menengah kebawah. Dikarenakan radio dapat dijadikan pada seluruh orang.

Terdapat program penyiaran mengenai agama lewat radio bisa didengarkan oleh semua orang dan bisa tembus waktu serta ruang yang tak ada batasannya, hal tersebut diperlukan pengemasan yang bagus untuk sebuah menyiarkan agama (berdakwah) menjadi suatu yang dianut serta rakyat menerimanya dengan hati yang senang dan ringan, mempunyai ketertarikan serta berguna untuk pendengarnya.

Informasi yang diberikan oleh radio terkesan lebih padat dan singkat. Dikarenakan radio merupakan sebuah media yang hanya dapat didengar, pembaca beritalah yang membacakan informasi yang diberikan

oleh radio. Pembacanya dapat berubah-ubah orangnya. Adapun orang yang berhak untuk membacakan berita radio ialah yang mempunyai gaya nada serta suaranya jelas. Dikarenakan beritanya akan dibaca secara publik, terkadang informasi yang ada di radio ialah informasi ulang daripada apa yang pernah dimunculkan dikoran. Tapi, ada juga informasi yang tetap dapat diungkap lebih lanjut dari reporter radio. Jika reporter radio bisa memperoleh narasumber, reporter dapat mengambil rekaman suara dari narasumbernya guna dinyalakan diradio. Jadi, informasi radio dapat memberikan sumber dari berbagai hal, informasi dari media cetak serta yang lain, informasi yang digali langsung oleh reporter radio. Berita radio yang diambil dari sumber media cetak harus disebutkan sumbernya. Namun, berita radio yang memang dicari oleh reporter stasiun radio tersebut, cukup disebutkan nama reporter dan stasiun radionya.<sup>33</sup>

## **b. Jenis-jenis Radio**

### **1) Radio Siaran**

Radio siaran penggunaannya melalui tiga jenis frekuensi yakni Short wave disebut pula dengan gelombang pendek (SW), medium wave (MW) atau amplitudo modulasi (AM) serta frekuensi modulasi (FM).<sup>34</sup>

Menurut undang-undang tentang penyiaran nomor 32/ 2002, radio dapat dipahami sebagai suatu kegiatan memancarkan dan memperbanyak aliran-aliran melalui suatu transmisi di darat, laut, maupun udara agar nantinya mampu dipahami dengan seksama untuk rakyat lewat sarana alat dalam menerima siaran tersebut.<sup>35</sup>

Penyiaran radio sendiri juga memiliki pengertian media komunikasi massa yang menyalurkan suatu gagasan juga menyiarkan informasi secara terbuka dan umum, penyiaran ini

---

<sup>33</sup> Herman RN dan Mohd Harun, *Jurnalistik Praktis* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2018), 127-128.

<sup>34</sup> Dodi Mawardi, *Panduan Terlengkap Menulis Naskah Radio*, 18.

<sup>35</sup> Lina Budiarti, *Asyiknya Jadi Penyiar Radio*, (Bogor: Guepedia, 2021), 7.

berupa program yang teratur juga berkeseimbangan.<sup>36</sup>

Perkembangan siaran radio dapat dibagi menjadi berbagai jenis pengelolaan diantaranya sebagai berikut:

a) Radio Pemerintah

Pengelolaan radio jenis ini dilakukan oleh pemerintahan disebuah negara. Bertujuan guna mepropaganda dalam memberi pertahanan pada kekuasaannya. Siaran informasinya lewat radio pemerintahan umumnya sifatnya satu pihak serta kerap melakukan pembelaan terhadap keputusan pemerintahan.

b) Radio Publik

Radio ini dikelola oleh publik, entah itu dalam segi biaya ataupun kandungan siarannya. Biasanya, radio publik dibiayai oleh masyarakat pendengarnya. Ataupun sumbangan dari donatur baik dari perorangan maupun perusahaan. Dalam perkembangan terbaru, berbagai jumlah radio pemerintahan dirubah menjadi publik. Bukan rahasia, radio pemerintahan yang membiayai ialah negara yang asalnya uang hasil pajak.

c) Radio Swasta

Radio yang pengelolaan dari swasta menjadikan siaran radio terbanyak jumlahnya.<sup>37</sup>

d) Radio Komunitas

Radio ini hampir sama seperti radio publik, dimana pengelolaannya dan pendanaannya asalnya oleh rakyat. Tapi, radio komunikasi wilayahnya sedikit cakupannya dibandingkan dengan yang publik. Hal ini hanya jangkauan wilayahnya yang dibatasi oleh komunitas orang-orang yang ditentukan.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Amiruddin Saleh, dkk. *Etika Profesi Komunikasi*, (Bogor: IPB Pers, 2021), 79.

<sup>37</sup> Dodi Mawardi, *Panduan Terlengkap Menulis Naskah Radio*, 19.

<sup>38</sup> Dodi Mawardi, *Panduan Terlengkap Menulis Naskah Radio*, 20.

### c. Peran dan Fungsi Radio

Peran terbesar sebagai media siaran, radio memberikan pokok pikiran, aplikasi teknologi serta produk yang hasilnya untuk perguruan tinggi pada rakyat banyak. Mulanya radio kerap menjadi bahan remehan serta juga diperhatikan oleh yang menemukannya cuma berpacu sebagai alat untuk transmisi. Pada saat itu radio kerap sering dipergunakan oleh pemerintah guna memperoleh dan menyampaikan berita serta informasi. Hal ini menjadikan uji untuk penyampaian berita secara tepat serta cepat, hingga masyarakat dapat tertarik pada radio.

Sampai sekarang peranan radio masih tenar dikalangan teknologi komunikasi. Sebagai suatu media yang mempunyai peranan serta fungsinya yang strategi untuk menginformasikan, mengedukasi, serta menghibur rakyat banyak. Lewat gelombang elektromagnetiknya ataupun menyambung internet, radio ini dapat mengirim pesan secara pas terhadap orang banyak.

Radio tetap tak sedikit yang menggunakannya dikarenakan harganya yang murah. Pendengar menggunakan radio untuk saling diskusi, menginformasikan kesehatan, serta menginformasikan kondisi jalanan.

Penggunaan radio untuk alat berkomunikasi dengan dua arah, terdapat suatu hubungan lewat SMS ataupun menelepon dimana pendengar mampu dengan langsung memberi jawaban. Tapi, radio pula kegunaannya untuk alat berkomunikasi searah tujuannya adalah komersial, contohnya siaran iklan sebuah produk.<sup>39</sup>

### d. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Radio menghasilkan bunyi, bunyi ialah hal penting untuk menerpa radio pada seorang serta dorongan koneksi terhadap orang tersebut. Berdasarkan psikologinya, bunyi atau suara ialah kegemparan

---

<sup>39</sup> Sunarto, *Teknologi Informasi dan Komunikasi SMP Kelas VII*, (Jakarta:Grasindo,2008), 7.

tanggapan dikemas dalam pengauditan. Bunyi disebut radio ialah sesuatu pengombinasian yang ditekankan dalam emosinya, perseptualnya serta fisikalnya yang muncul serta muncul pada suara yang terpikirkan dari teknologi, lalu timbul susunan pikiran secara visualnya dibentuk oleh yang mendengarkan. Seluruh suaranya mempunyai komponen visual yang dapat membuat sebuah gambar. Perpaduan musik, kata serta efek lain dari suaranya dapat memberi pengaruh emosional yang mendengarkan dan memintanya untuk ada di lokasi kejadian yang melakukan komunikasi.

Secara teknologis serta sosiologisnya, radio dan suara bermodal utama mempunyai jumlah keunggulan serta kekurangan, diantaranya yaitu:

- 1) Kelebihan
  - a) Memiliki banyak jangkauan untuk melaksanakan penyiaran ke pendengar, dengan demikian radio mampu memberi manfaat untuk media dakwah tanpa perlu mengeluarkan biaya yang uang.
  - b) Upaya yang tepat serta cepat untuk menginformasikan serta menghibur bagi yang mendengarkan.
  - c) Tempat yang masih tidak ada daya listriknya masih bisa mendengarkan radio.
  - d) Mudah dibawa kemana saja
  - e) Sifatnya berpartisipasi. Kebersamaan serta kesetiaan disebut tempat radio yang telah ditentukan, bagi yang mendengarkan, memberi pengembangan perasaan yang dilibatkan.
  - f) Memiliki golongan yang disasarkan secara khusus. Tiap tempat radio punya masing-masing profil dalam mendengarkannya, misal waktunya beda dapat menjangkau golongan yang beda juga.
  - g) Radio merupakan media individu. Radio bicaranya secara privat kepada pendengar. Orang yang mendengarkan memiliki keakraban dengan yang yang menyiarkan yang difavoritkan.
  - h) Penyiaran radio sifatnya langsung. Berita yang akan disiarkan mampu dilakukan dengan mudah.

- i) Radio memiliki daya tarik tersendiri.<sup>40</sup>
- 2) Kelemahan
  - a) Cuma menimbulkan suara, tanpa adanya gambar yang ditampilkan.
  - b) Bergantung kepada keadaan serta stabilnya udara yang ada.
  - c) Tak dapat mengirimkan berita serta pesan dengan detail.
  - d) Sulit untuk mengingat berita karena mendengarnya hanya sekejap serta tak dapat diulangi.
  - e) Tidak dapat dilakukan pendokumentasian.
  - f) Bersifat umum. Penyajian berita sifatnya umum bukan mendetail
  - g) Batas waktu. Waktunya terbatas, secara umum siarannya dimulai sejak jam 05:00 sampai 00:00, mungkin paling banyak 20 jam.
  - h) Radio rentan terjadinya hambatan. Ketika mendengar berita di radio, kadang ada hambatan teknik. Contohnya, ketidakjelasan pada suara yang muncul.<sup>41</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Sebelum menyusun skripsi ini, peneliti telah melaksanakan penelitian kepada berbagai peneliti, pembahasannya berbentuk macam fenomena mengenai strateginya dakwah. Penelitian yang tepat yang telah peneliti lakukan yaitu diantaranya sebagai berikut:

Pertama, penelitian berjudul “Strategi Dakwah Radio Citra Lampung dalam Mengolah Pesan” oleh Ella Nur Safitri. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Karya Radio Citra Baru Gaya ini menjelaskan bagaimana Lampung Tengah mengolah pesan dakwah, karena dakwah merupakan suatu keharusan bagi setiap muslim.

---

<sup>40</sup> Lina Budiarti, *Asyiknya Jadi Penyiar Radio*, (Bogor: Guepedia, 2021), 10.

<sup>41</sup> Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, Scripwriter dan Reporter Radio*, (Jakarta, Penebar Swadaya, 2007), 9.

Strategi dakwah yang ada di Radio Citra Gaya Baru Lampung Tengah terlihat dari materi dakwah yang diterbitkan sesuai dengan kebiasaan, pekerjaan dan kebutuhan masyarakat, serta pengolahan waktu siaran yang diperhatikan. audiens didengarkan dan pesan diolah dalam bentuk materi ringan yang mudah dipahami oleh masyarakat setempat. Tujuannya sangat jelas agar waktu siaran dakwah tersampaikan secara akurat. Dengan demikian, efek dari strategi yang diterapkan pada pendengar.<sup>42</sup>

Kedua, penelitian dari Melisa Nursodiyanti berjudul “Strategi Dakwah Radio Wadi 102 FM dalam Meningkatkan Program Siaran Radio”. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan data yang diperoleh dan sumber tertulis yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Kajian ini menjelaskan bagaimana Strategi Dakwah Radio Wadi 102 FM berkaitan dengan perumusan strategi Radio Wadi dengan visi dan misi yang jelas dalam suatu strategi sehingga analisis SWOT dapat berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang diharapkan Radio Wadi. 102 FM dalam program siaran radio. Di bawah pengaruh strategi ini, efeknya sangat menguntungkan dalam menarik pendengar untuk mengikuti program-program utama Radio Wadi 102 FM Bogor.<sup>43</sup>

*Ketiga*, Skripsi Nur Baeti dengan judul “Strategi Dakwah Radio Dakta Dalam Mempertahankan Identitas Radio Dakwah Di Kota Bekasi”. Dalam penelitian ini digunakan paradigma konstruktivisme dan metode penelitian kualitatif. Teori dalam penelitian ini juga menggunakan teori konstruksi sosial media massa. Penelitian ini membahas tentang strategi ajakan Asmuni Syukir dalam kemasan realitas simbolik tahap kelima dan enam tahap evaluasi. Pada karya Radio Dakwah Kota Bekasi ini merupakan tahap kelima untuk menjelaskan Strategi Dakwah dalam Melindungi Identitas Dakwah Radio, setiap karya dilakukan oleh narasumber atau penyiar. Semua

---

<sup>42</sup> Ella Nur Safitri, *Strategi Dakwah Radio Citra Lampung Tengah Dalam Mengolah Pesan*, (Skripsi: UIN Raden Intan Lampung, 2021).

<sup>43</sup> Melisa Nursodiyanti, *Strategi Dakwah Radio Wadi 102 FM Dalam Meningkatkan Program Siaran Radio*, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010).

bahan harus sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits. Dengan demikian, penelitian ini telah dibuktikan dari setiap kajian yang diajukan oleh narasumber yang berkompeten dari berbagai latar belakang organisasi Islam yang berbeda, antara lain sumber dari bahan Al Quran, hadits shahih dan juga kitab-kitab terkenal termasuk pengarangnya. Pada tahap evaluasi atau tahap keenam, Radio Dakta mengganti lagu-lagunya dengan siaran hikmah dan hadis, serta terjadi pula perubahan format acara pada akhir pekan.<sup>44</sup>

*Keempat*, Skripsi Muhammad Ainun Najih dengan judul “Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM Demak dalam Penyebaran Dakwah Pada Masyarakat Pesisir Kecamatan Wedung”. Dalam penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian lapangan kualitatif. Penelitian ini menjelaskan Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM dengan menggunakan strategi emosional yaitu dakwah yang menitikberatkan pada aspek hati dan mengaktifkan perasaan batin para mitra ajakan. Berbaik hati memberikan nasehat yang mengesankan atau memberikan pelayanan yang memuaskan kepada mitra dakwah merupakan metode yang dikembangkan dari strategi ini. Dengan menaburkan lagu-lagu islami pada setiap dakwah islami.

Strategi ini khusus untuk mendakwahkan mitra yang selama ini terpinggirkan. Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio Suara Kota Wali FM adalah perumusan strategi. Perumusan strategi menyusun pesan yaitu menentukan tema materi. Dalam karya ini, kami cenderung menggunakan pendekatan psikologis dari target audiens di Kabupaten Wedung Demak untuk menentukan tema dan isi siaran, sehingga pendengar dapat lebih mudah terlibat dan lebih mudah menyampaikan pesan ajakan kepada masyarakat.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Nur Baeti, *Strategi Dakwah Radio Dakta Dalam Mempertahankan Identitas Radio Dakwah Di Kota Bekasi*, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

<sup>45</sup> Muhammad Ainun Najih, “*Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM Demak Dalam Penyebaran Dakwah Pada Masyarakat Pesisir Kecamatan Wedung*”, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2019).

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini merupakan konsep yang diturunkan dari kajian literatur yang secara singkat menjelaskan semua teori yang mendasari penelitian ini. Kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:

Strategi adalah keputusan yang menghasilkan rincian taktik yang akan diterapkan. Singkatnya, strategi mendahului taktik atau kontrol taktis. Bahkan ada yang mengatakan bahwa strategi adalah permainan rencana dua arah atau bagaimana mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi juga merupakan hasil taktis dari bagaimana tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Strategi pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Begitu juga dengan strategi komunikasi, yang merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Dengan demikian, peran strategi sangat menentukan dalam menunjang keberhasilan dakwah. Jika strategi dakwah dilaksanakan dengan baik, maka kegiatan dakwah akan terlaksana dengan efektif.

Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada hal-hal yang baik agar individu menjadi lebih baik. Ajakan tersebut mengandung gagasan tentang progresivisme, yaitu suatu proses terus menerus mengajak individu untuk kebaikan dan lebih baik lagi dalam mewujudkan tujuan ajakan tersebut. Namun pada sisi praktis ajakan tersebut mencakup kegiatan transformasi nilai-nilai agama yang memiliki arti sangat penting dan berperan langsung dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap berbagai nilai kehidupan. Disinilah pentingnya dibentuk strategi undangan untuk melaksanakan dan mengelola program peningkatan kualitas undangan.

Radio merupakan media informasi yang sampai saat ini masih memiliki khalayak yang cukup banyak. Mengingat radio merupakan alat informasi yang fleksibel, kecil dan portabel. Oleh karena itu, alangkah bermanfaatnya jika radio diisi dengan siaran-siaran yang mengajak khalayak untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan kemungkaran. Radio juga merupakan sarana pengumuman yang efektif. Apalagi Anda bisa menjangkau khotbah ke segala arah dengan radio. Pada umumnya untuk orang yang kurang berbakat yang benar-benar

paham dan mengerti tentang radio dan fungsinya. Salah satu fungsi yang disertakan untuk dakwah sangat membantu. Di zaman modern ini, radio hampir tergeser oleh media lain. Namun, radio masih sangat efektif dalam berdakwah kepada masyarakat kurang mampu. Karena radio bisa digunakan oleh semua kalangan. Seperti pada bingkai di bawah ini:

**Bagan 2.1 Kerangka Berpikir**

