

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pengertian yang menyeluruh, dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam yang berkesinambungan, ditangani oleh para pengemban dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju peri kehidupan yang islami. Suatu proses yang berkesinambungan adalah suatu yang bukan kebetulan melainkan benar-benar direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi secara terus menerus oleh para pengemban dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah dirumuskan. Oleh karena itu, sudah bukan waktunya lagi bahwa dakwah dilakukan asal jalan, tanpa sebuah perencanaan yang matang, baik menyangkut materi, tenaga pelaksanaannya, ataupun metode yang digunakan.

Dalam berdakwah, pesan yang disampaikan perlu memperhatikan bagaimana cara penyampaian pesan tersebut. Cara ini bisa dikatakan sebagai komunikasi yang sangat berperan dalam efektif atau tidaknya pesan dakwah dapat sampai atau diterima tidaknya kepada para pendengar. Komunikasi sendiri diartikan sebagai suatu proses atau tindakan mengirimkan suatu pesan dari seorang pengirim kepada penerima, melalui satu saluran yang diselengi oleh gangguan pesan yang dikirimkan diterima, studi tentang proses yang dilibatkan pada pengiriman dan penerimaan pesan.¹

Dalam berdakwah seyogyanya melihat apa yang menjadi kebutuhan dan kondisi umat Islam. Dalam memahami esensi dan makna dakwah, kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya pemecahan masalah dan penyelesaiannya. Masalah yang dimaksud mencakup aspek ekonomi, politik, sosial, budaya, hukum, sains, dan teknologi. Untuk itu dakwah harus dikemas dengan cara atau metode yang pas.

Dakwah telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau

¹Bambang Saiful Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2015, 37.

“menyeru” kepada orang lain masuk ke dalam *sabil* Allah SWT, bukan untuk mengikuti da’i atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah dengan dua tataran, yaitu dakwah *Fardiyah* dan dakwah *Ummah*. Sementara itu, Abu Zahroh juga menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu pelaksana dakwah perseorangan, dan organisasi. Berbeda dengan pendapat Ismail al-Faruqi, beliau mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, *universal*, dan rasional. Dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat iniversal (berlaku untuk umat sepanjang masa).²

Para ulama telah bersepakat dalam memberikan pemahaman bahwa dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam didalam kehidupan sehari-hari, seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al- Madkhal ila ‘ilm ad-Da’wat*, menurut beliau dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya (*thathbiq*) dalam realitas kehidupan. Menurut beliau hakikat dakwah harus mencakup tiga *fase* pelaksanaan dakwah, yaitu penyampaian, pembentukan, dan pembinaan.³

Pada dasarnya dakwah merupakan seruan agama, seruan tersebut mempunyai maksud dan tujuan untuk mengubah masyarakat sasaran dakwah ke arah lebih baik dan lebih sejahtera, lahiriyah maupun batiniah. Agar tujuan tersebut tercapai secara efektif, maka para penggerak dakwah harus mengorganisasi segala komponen dakwah secara tepat dan salah satu komponen itu adalah dari segi unsur medianya. Media dakwah mengalami perkembangannya, hal ini sejalan dengan teknologi komunikasi dan informasi yang tepat, seperti masuknya internet, televisis, vcd, mp3, selluler, radio, dan sebagainya. Perkembangan media dakwah telah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menyampaikan sesuatu

²Wahyuilahi, komunikasidakwah, RemajaRosdakarya, Bandung, 2013, 14.

³Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, Prenada Media, Jakarta, 2006, 6-7.

informasi dalam waktu yang singkat dan jangkauannya yang luas, sehingga hasilnya efektif dan efisien.

Diantara median komunikasi yang sampai saat ini masih eksis adalah radio. Dengan munculnya media radio menjadi cikal bakal perubahan dalam sistem komunikasi. Kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi begitu cepat, maka yang akan keluar sebagai pemenang dan mendapat manfaat dari globalisasi adalah mereka yang telah mantap mempersiapkan diri. Mulai dari politik, sosial, budaya bahkan agama terkena pengaruh era globalisasi.

Strategi yang tepat untuk membangun dakwah Islam di era globalisasi saat ini adalah dengan memanfaatkan media massa seperti halnya radio. Perkembangan dunia komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas yang namanya media elektronik dan radio sebagai salah satu dari berbagai media elektronik yang kemunculannya masih efektif di era globalisasi saat ini. Fasilitas tersebut merupakan suatu alternatif yang efektif dalam upaya untuk menghubungkan antara individu satu dengan individu yang lainnya agar terjalin hubungan mitra pembangunan yang harmonis dan saling menguntungkan. Oleh karena itu, jaringan radio sangat tepat sekali sebagai media komunikasi dakwah.

Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar sesuatu yang dihadirkan mudah diterima, dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang dewasa ini bersifat positif, ada kelebihan dan kekurangannya bagi kehidupan umat manusia, dengan adanya teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam. Meskipun dakwah dan perkembangan teknologi saling berjalan beriringan serta saling terhubung satu sama lain. Tetap saja penyampaian dakwah tak boleh menyalahi aturan dan etika yang telah ditetapkan. Thoha Yahya Omar mengemukakan beberapa etika berdakwah, yang pertama sopan, sopan disini berhubungan dengan adat dan kebiasaan yang berlaku umum dalam suatu kelompok. Kesopanan yang harus dipelihara sebagai etika berdakwah ini meliputi pembicaraan dan perbuatan. Kedua, jujur, terutama dalam mengemukakan dalil-dalil dan

pembuktian. Kejujuran ini tidak hanya dalam berdakwah dalam berbicara tetapi juga dengan media tulisan misalnya.⁴

Radio menjadi media massa yang sangat penting, oleh karena lebih banyak orang yang menangkap atau mendengar radio dari pada media lainnya. Tanpa memandang letak geografis, dakwah melalui siaran radio mempunyai nilai yang sangat strategis, hal ini disebabkan oleh kekuatan yang dimiliki siaran radio yang sifatnya menguntungkan bagi pendengarnya. Kekuatan tersebut adalah sifatnya yang langsung tidak mengenal jarak dan rintangan serta memiliki daya tarik yang kuat. Radio dibandingkan dengan media komunikasi massa lain seperti televisi, memiliki kelebihan yaitu biaya penyelenggara siaran radio jauh lebih murah dengan kemampuan jangkauan daerah yang sama luasnya. Di Indonesia masyarakat dan pendengar memanfaatkan radio dengan dua sisi. Di satu sisi radio merupakan sumber informasi dan disisi lain sebagai sarana hiburan. Secara garis besar, kedua sisi itulah yang menjadi kecenderungan utama masyarakat dalam memanfaatkan radio. Radio bahkan member peluang bagi masyarakat untuk memperoleh pendidikan

Radio memiliki beberapa karakteristik khas. Pertama; auditori, radio adalah suara untuk didengar, dikonsumsi telinga atau pendengaran. Apapun yang disampaikan melalui radio berbentuk suara. Kedua; akrab, penyiar dan pendengar itu harus intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal/individu. Ketiga; gaya percakapan, bahasa yang digunakan bukan tulisan, tapi gaya obrolan sehari-hari. Keempat; imajinatif, Radio dapat menciptakan *theatre of mind*. Pendengar bisa terhanyut perasaannya saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.⁵

Di Kota Pati Jawa Tengah ada radio komunitas yang bernama Radio PAS FM 101 Pati. Keberadaan Radio PAS FM PATI bermula dari ide Bapak H. Ahmad Cholidi sebagai pendiri Radio PAS FM Pati yaitu pada awal tahun 2000. Awal mula gagasan pendirian radio karena melihat beberapa hal

⁴Safroedin Halimi, *Etika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*, Walisongo Press, Semarang, 2008, 41-42.

⁵Triartanto A. Ius Yudo, *Broadcasting Radio Panduan Teori dan Praktik*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta, 2010, 32.

diantaranya belum adanya stasiun radio di Kabupaten Pati yang mengutamakan berita dan informasi yang bersifat lokal kabupaten Pati serta belum adanya radio yang bisa menampung keluhan masyarakat Pati untuk dapat disalurkan kepada pihak terkait sehingga dapat memberikan koreksi terhadap kebijakan publik.

Berdasarkan dorongan itulah sehingga H. Ahmad Cholidi mendirikan sebuah Perseroan Terbatas sebagai sarat utama pendirian radio dengan nama PT Radio Adi Suara dengan akte notaris no. 02 tanggal 28 Februari 2000. Ternyata proses untuk mendapatkan ijin siaran sebuah radio tidaklah mudah. Proses demi proses dijalankan hingga mendapat ijin tetap pada tahun 2002. Ijin tetap Radio PAS Pati, no. 0041604-000SU/20/2002 dengan frekuensi 105.4. Pada tahun 2004 sesuai dengan SK Dirjen Postel no. 15A/DIRJEN/2004 tentang ketentuan pelaksanaan pengalihan kanal frekuensi radio bagi penyelenggara radio FM, maka frekuensi Radio PAS FM Pati berpindah dari 105,4 menjadi 101 MHz. Pada awalnya studio Radio PAS FM Pati didirikan di jalan Kolonel Sunandar 117 di kompleks Stadion Joyokusumo Pati, tetapi pada Januari 2006 berpindah ke studio yang baru di Jalan Raya Pati – Kudus Km.3 Pati hingga sekarang.⁶

Keberadaan radio PAS FM Pati juga digunakan dalam melaksanakan dakwah, yang suara siarannya dipancarkan ke berbagai daerah yang tidak hanya di area Pati saja, tetapi bisa sampai pada jarak yang tidak terbatas. Efektifitas dan efisiensi radio ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, baik melalui metode ceramah, sandiwara radio, *talk show*, sajian musik, atau bentuk-bentuk yang lain. Sebuah radio juga tidak bisa terlepas dari ciri khas yang mewakili karakter sebuah radio, seperti radio anak muda, radio dengan segmen anak muda. Radio dewasa, radio berita, radio religi, radio musik Islami, radio dangdut, radio bernuansa kedaerahan, dan radio dengan program lainnya yang beraneka ragam.

⁶<http://www.pasfmpati.com/radio/index.php/about> diakses pada tanggal 4 April 2018 pukul 10.50 WIB.

Dakwah islamiyah yang dilakukan radio PAS FM Pati adalah dengan memiliki program yang khas sebagai sarana untuk menyebarkan syiar Islam yakni dengan acara yang khusus memperdengarkan lagu-lagu islami. Program acara tersebut dinamakan *Zona Qosidah*, acara ini diharapkan akan membawa dampak positif bagi pendengarnya, khususnya umat Islam. Dengan memperdengarkan lagu islami setidaknya masyarakat diingatkan akan kewajiban sebagai muslim, juga memberikan pemahaman tentang tingkah laku yang sesuai dengan syariat Islam. Respon masyarakat akan program acara ini dapat dikatakan tergolong baik, melihat banyaknya permintaan lewat telepon masuk atau layanan pesan singkat melalui *Short Message Service* (SMS) dan *WhatsApp* (WA) yang meminta lagu islami sesuai kehendaki mereka untuk diputarkan dan diperdengarkan. Namun, jalannya suatu program pastinya mengalami kendala dan permasalahan yang harus dihadapi untuk mempertahankan agar acara ini tetap ada, serta dapat diterima masyarakat sebagai sarana hiburan sekaligus dakwah agama Islam.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan judul : **“Dakwah Islamiyah Melalui Acara Zona Qosidah Di Radio Pas Fm 101 Pati”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan konsentrasi dari penelitian tersebut. Agar penelitian yang dilakukan tidak melebar dari fokus yang telah ditentukan maka fokus dari penelitian ini adalah meneliti salah satu acara siaran di Radio PAS FM Pati, yakni acara *Zona Qosidah*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi perumusan masalah adalah :

1. Bagaimana dakwah islamiyah di radio PAS FM 101 Pati?
2. Bagaimana acara *Zona Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati?
3. Bagaimana hasil dakwah islamiyah melalui acara *Zona Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk tujuan menemukan hasil teori.⁷ Teori tersebut berkaitan dengan ilmu dakwah spesifik KPI. Selanjutnya dari tujuan dimaksud secara rinci menjelaskan hal-hal sebagai:

1. Untuk mengetahui bagaimana dakwah islamiah di radio PAS FM 101 Pati
2. Untuk mengetahui bagaimana acara Zona *Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati
3. Untuk mengetahui bagaimana hasil dakwah islamiah melalui acara Zona *Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat tersebut adalah :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan konseptual tentang apa dan bagaimana radio, serta memberikan kontribusi dan khasanah informasi bagi pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumber informasi bagi peneliti lain serta juga dapat memberikan informasi bagi da'i, khususnya bagi pemilik, pengelola, dan praktisi radio yang bertujuan menyebarkan pesan-pesan moral dan agama Islam dimana saja.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh, skripsi terdiri dari lima bab, antara bab yang satu dengan bab yang lain berbeda pembahasannya, tetapi masih mempunyai keterkaitan. Maka peneliti susun sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. Bagian Isi

Bagian isi memuat tentang isi laporan penelitian yang terdiri dari 5 bab:

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2008, 397.

Bab I : Pendahuluan

Menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang Kerangka Teori terdiri dari pengertian *Qosidah*, *Qosidah* sebagai musik, nilai musik *Qosidah*, *Qosidah* bermakna nilai sastra, dan pengertian media komunikasi dakwah, dakwah, serta pengertian radio, keunggulan radio, program acara, radio sebagai media dakwah.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini penulis memperkenalkan lebih jauh tentang radio PAS FM serta acara Zona *Qosidah*, serta berisi tentang pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, dan uji keabsahan data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sub bab pertama berisikan tentang gambaran umum radio PAS FM 101 Pati yang meliputi sejarah radio PAS FM 101 Pati, letak geografis, visi dan misi, struktur organisasi, data media, jadwal acara, dan deskripsi acara.

Sub bab kedua berisi tentang bagaimana dakwah islamiah di radio PAS FM 101 Pati, bagaimana acara Zona *Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati, serta bagaimana hasil dakwah islamiah melalui acara Zona *Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati

Sub bab ketiga berisi tentang analisis dakwah islamiah di radio PAS FM 101 Pati, analisis tentang acara Zona *Qosidah* di radio PAS FM 101 Pati, analisis hasil dakwah islamiah melalui acara Zona

Qosidah.

Bab V : Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan dan saran-saran.

2. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan bagian pelengkap yang terdiri dari daftar pustaka, riwayat pendidikan peneliti dan lampiran-lampiran.

