

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Program Siaran

##### a. Pengertian Program Siaran

Kata “Program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas.<sup>1</sup>

*Programming* atau lengkapnya *broadcast programming* adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan atau dalam periode satu bulan. *Programming* dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi, sinonim *programming* adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsa (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru. Langkah ini dilakukan agar dapat tetap bersaing dengan lembaga penyiaran yang lain dalam satu kawasan.<sup>2</sup>

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun

---

<sup>1</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: KencanaPrenadamediaGroup, Edisi Pertama, 2008), 209-210.

<sup>2</sup>Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Jakarta: KencanaPrenada Media Group Edisipertama, 2011), 135.

televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran, masing-masing program siaran ini menempati *waktu* tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita. *Slot* waktu masing-masing program siaran ini dirancang sesuai dengan tema program itu (*Programming*), sehingga menjadi satu jadwal siaran tiap harinya. Pada stasiun tertentu, program ini telah dirancang dalam satu bulan bahkan enam bulan kedepan.<sup>3</sup>

## 2. Radio

### a. Pengertian Radio

Radio merupakan bentuk salah satu media masa yang mengedepankan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak kedalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya, bahwa tidak hanya ada musik dalam program siaran radio karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat di alokasikan pada berbagai program acara radio.<sup>4</sup> Mulai dari Info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, berita politik, ekonomi, kriminalitas, agama, bahkan gosip artis juga bisa di dengar secara gratis di radio mulai dari subuh sampai tengah malam.<sup>5</sup>

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Radio salah satu bentuk media

---

<sup>3</sup>Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*, 159-160

<sup>4</sup>KhomsahrialRomli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), 76-77. Apilkasi ipusnas

<sup>5</sup>FatmasariNingrum, *SuksesMenjadiPenyiar, Scriptwiterdan Reporter Radio* (Jakarta: PenebarSwadaya, 2007), 5.

[https://books.google.co.id/?id=HqE3Ay01SpEC&pg=PA3&hl=id&source=gbs\\_toc\\_r&cad=4#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/?id=HqE3Ay01SpEC&pg=PA3&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=true).

massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karena media penyiaran memegang peranan sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa.<sup>6</sup> Book D. Cary yang dikutip oleh Rahanatha (2008: 43) mengungkapkan beberapa karakteristik radio, diantaranya :<sup>7</sup>

1) Radio terdapat di mana-mana

Book menyatakan penelitian menyebutkan bahwa sekitar setengah milyar pesawat radio yang ada di dunia 73% diantaranya berada di rumah-rumah, toko-toko, kantor-kantor sedangkan sisanya terdapat pada kendaraan bermotor.

2) Radio bersifat memilih

Geografi, demografi dan keragaman program stasiun radio membantu pengiklanan untuk menetapkan target pendengar. Fleksibilitas semacam ini berarti bahwa spot dan adlips iklan dapat disiarkan, baik secara lokal, regional maupun nasional bahkan internasional pada jam-jam yang dapat disesuaikan dan program-program yang ditawarkan radio.

3) Radio bersifat ekonomis

Radio cepat dalam penyampaian informasi jika timbul kebutuhan, maka pengiklanan dapat mengiklankan produk yang langsung diudarakan dalam hitungan beberapa jam.

4) Radio cepat dalam penyampain informasi

Pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa diberbagai tempat, karena sasaran dan pendengarnya orang banyak.

5) Radio bersifat partisipasif

Terdapat hubungan emosional antara pendengar dengan penyiar radio.

---

<sup>6</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, 13.

<sup>7</sup>KhomsahrialRomli, *Komunikasi Massa*, 77-78.

Sebagai media, radio merupakan alat atau sarana yang di dalamnya terkandung arti penerangan, ajakan, pendidikan, dan hiburan yang mampu menggugah manusia untuk berbuat baik dan meninggalkan kemungkaran. Manfaatnya khalayak akan mendapatkan hiburan yang dapat dijadikan suatu kegiatan yang bersifat positif. Dengan radio khalayak dapat memperoleh informasi tentang kemajuan zaman, terlebih radio bisa berfungsi dalam mengadakan perubahan persepsi dan perilaku seseorang atau masyarakat. Hal ini terjadi karena radio mempunyai sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan.

Radio sebagai media massa memiliki kelebihan. Adapun kelebihan radio sebagai berikut:<sup>8</sup> cepat dan langsung, akrab, dekat, hangat, sederhana, tanpa batas, murah dan mudah, bisa mengulang, dan fleksibel.

#### **b. Program Radio**

Program radio merupakan upaya pengelola radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya. Tujuan penentuan program atau format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk persiapan berkompetisi dengan media lainnya disuatu lokasi siaran. Menurut Joseph R. Dominick, format stasiun ketika diterjemahkan dalam *output on air* harus tampil dalam empat wilayah, yaitu:

- 1) Kepribadian (*personalities*) penyiar dan reporter.
- 2) Pilihan musik dan lagu.
- 3) Pilihan materi dan gaya bertutur (*talk*)
- 4) Spot atau kemasan iklan, jinggel, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.<sup>9</sup>

Dalam penataan program siaran acara maka akan berhadapan dengan elemen pendukung acara

---

<sup>8</sup>Mondry, *Pemahaman Teoridan Praktik Jurnalistik*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 19-20.

<sup>9</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, 231.

seperti, iklan gaya siaran, musik dan penjadwalan acara sesuai dengan yang direncanakan. Terdapat juga strategi penyiaran, yang mana strategi penyiaran terdiri atas beberapa bagian utama yaitu :

#### 1) Perencanaan Program

Perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat, dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapnyanya. Perencanaan meliputi : perencanaan produksi dan pengadaan materi siaran yang di susun menjadi rangkaian mata acara harian, mingguan, dan juga bulanan, perencanaan sarana dan pra saran, serta perencanaan masalah administrasi. Dalam tahap praproduksi atau perencanaan terdapat Standar Operasional Prosedur (SOP) yang meliputi :

- a) *Planning*, perencanaan produksi paket acara siaran melalui diskusi kelompok oleh tim kreatif bersama para pelaksana siaran lainnya.
- b) *Collecting*, pencarian dan pengumpulan materi musik dan kata yang dibutuhkan, termasuk menghubungi narasumber. Hasil *collecting* berupa setumpuk materi siaran yang memadai dan siap olah untuk produksi acara.
- c) *Writing*, seluruh materi yang diperoleh kemudian di klasifikasikan untuk selanjutnya ditulis secara utuh dalam kalimat yang siap baca atau disusun sedemikian rupa yang dirangkai dengan naskah pembuka-penutup atau naskah selingan.
- d) *Vocal recording*, perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekaman.
- e) *Mixing*, penggabungan materi vocal presenter dengan berbagai jenis musik

pendukung dan lagu oleh operator atau *mixermen* dengan perangkat teknologi analog atau digital sehingga menghasilkan paket acara yang siap siarkan. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara.

- f) *On air*, menayangkan acara sesuai jadwal yang telah direncanakan, khusus untuk produksi siaran yang bersifat langsung (*live*), tidak perlu *vocal recording* dahulu.
- g) *Evaluation*, sesuai siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersama oleh tim produksi untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi meliputi apa saja kelemahan materi, teknis, koordinasi tim, dan sebagainya.

## 2) Tahap Produksi

Produksi siaran merupakan keterampilan mamadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoprasikan peralatan produksi. Program siaran di radio sangat lah banyak dan beragam kemasaan lima diantaranya adalah produksi siaran berita dan informasi, iklan, jingle, talk show, interaktif, info-hiburan. Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur unsur daya tarik. Radio memiliki 3 unsur yang melekat padanya, yakni: kata-kata lisan (*spoken word*), musik (*music*), efek suara (*sound effect*).

## 3) Eksekusi Program

Eksekusi mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang telah di tetapkan. Strategi penanyangan program sangat di tentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan di tayangkan. Menentukan jadwal penanyangan suatu acara di tentukan atas dasar prilaku audiens, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga menonton televisi atau

mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio harus dapat menemani aktifitas apapun.

4) Pengawasan dan Evaluasi Program<sup>10</sup>

Proses ini menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat di wujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle yang di kutip Morissan dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku
- c) Memelihara catatan (*records*) program yang di siarkan
- d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program
- e) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah di anggarkan.
- f) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah di anggarkan.

Secara umum program radio terbagi menjadi dua jenis yaitu music dan informasi. Kedua jenis program kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audien dalam hal musik ataupun informasi. Program yang di bahas adalah :

1) Berita Radio

Berita radio merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik. Siaran berita dibedakan dengan siaran informasi. Siaran berita berarti sajian berita yang diolah kembali menurut kaidah jurnalistik radio, sedangkan siaran informasi tidak harus

---

<sup>10</sup>KhomsahrialRomli, *Komunikasi Massa*, 80-83.

bersumber dari fakta dilapangan dan dikerjakan menurut kaidah jurnalistik.

2) Perbincangan Radio

Perbincangan radio (*talk show*) pada dasarnya adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Program berbincangan biasanya di arahkan oleh seorang pemandu acara (*host*) bersama satu atau lebih narasumber untuk membahas sebuah topik yang sudah di rancang sebelumnya.

3) Infotainment Radio

*Infotainment* merupakan singkatan dari *information and entertainment* yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur. *Infotainment* dalam kemasan yang lengkap kerap disebut majalah udara yaitu suatu acara yang memadukan antara musik, lagu, tuturan informasi, berita, dan iklan.

4) *Jingle* Radio

*Jingle* atau *radio air promo* adalah gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Tujuan produksi jinggel bagi radio adalah untuk mempromosikan keberadaan radio baru ditengah masyarakat, memberikan informasi simbol atau identitas terpenting agar selalu diingat pendengar, membentuk citra radio tertentu dibenak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan dan sejenisnya. Durasi *Jinggel* umumnya 5 sampai 15 detik.<sup>11</sup>

**c. Sejarah Radio**

Radio sebagai media komunikasi massa seperti dewasa ini berkat penemuan tiga cendekiawan muda. Di antaranya seorang ahli ilmu alam berkebangsaan berkebangsaan Inggris bernama Maxwell berhasil menemukan rumus-rumus yang diduga menemukan

---

<sup>11</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, 234-239.



gelombang elektro magnetis, yakni gelombang yang digunakan radio dan televisi. Rumusan ini ditemukan pada tahun 1865 ketika ia berusia 29 tahun.

Adanya gelombang elektro magnetis telah dibuktikan oleh Heinrich Hertz dengan jalan eksperimen. Selain membuktikan bahwa rumusan Maxwell benar, Hertz juga membuktikan bahwa dengan suatu permukaan dari logam yang cocok, gelombang-gelombang elektro magnetis itu bisa di refleksikan kepada suatu cahaya. Ini terjadi pada tahun 1884, ketika Hertz berumur 26 tahun.

Setelah karya Hertz dikenal umum, tahun pada tahun 1894 Guglielmo Marconi yang terkenal sebagai penemu telegraf tanpa kawat, mulai menggunakan ilmu pengetahuan itu untuk tujuan yang praktis, Marconi berumur 20. Setahun kemudian ia dapat menerima tanda-tanda kawat dalam jarak satu mil dari sumbernya, dan pada tahun 1896 jaraknya menjadi delapan mil.

Tahun 1906 Dr. Lee De Forest dari Amerika Serikat mengembangkan penemuan Marconi dengan memperkenalkan lampu vacuumnya yang memungkinkan suara dapat disiarkan.

Dr. Lee De Forest dianggap sebagai pelopor radio, dan karena itu ia dijuluki "*The Father Of Radio*". Itu terjadi pada tahun 1916. Beberapa lamanya percobaan-percobaan untuk pengembangan radio siaran ini agak terlambat karena pecahnya perang dunia 1 alat radio itu pun dikerahkan untuk kepentingan peperangan. Sampai tahun 1919 siapa pun tidak diizinkan mengusahakan radio siaran.

Dr. Lee De Forest juga yang mula-mula menyiarkan berita radio, sedang yang melakukan eksperimen penyiaran musik adalah Dr. Frank Conrad. Mulai pada tahun 1920 masyarakat Amerika telah dapat menikmati radio siaran secara teratur sebagai programnya, dan pada tanggal 20 November 1920 stasiun radio KDKA menyiarkan kegiatan pemilihan umum untuk memilih presiden (*Harding-Cox*

*Presidential Election*) yang dianggap sebagai penyiar berita pertama secara luas dan teratur kepada masyarakat.

Sejak saat itu radio mengalami kemajuan yang sangat pesat. Apabila pada bulan Januari 1922 hanya ada 30 stasiun radio, pada bulan Maret 1923 meningkat menjadi 556 buah. Jumlah pesawat penerima dari 50.000 buah pada tahun 1921 menjadi 600.000 lebih pada tahun 1922.

Dibidang teknologi usaha untuk menyempurnakan radio siaran telah mencapai kemajuan. Profesor E.H. Amstronng tahun 1933 memperkenalkan *System Frekuensi Moduality* (F.M) sebagai penyempurnaan *Amplittude Modualition* (A.M) yang bisa digunakan radio siaran. Keuntungan FM dari AM ialah :<sup>12</sup>

- 1) Dapat Menghilangkan "*Interference*" ( gangguan, pencampuran yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau alat listrik)
- 2) Dapat menghilangkan *interference* yang disebabkan dua stasiun yang mengudara pada gelombang yang sama.
- 3) Dapat menyiarkan suara sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitive.

### 3. Dakwah

#### a. Pengertian Dakwah

Secara bahasa, Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *da''wan* yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, minta tolong kepada, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal.<sup>13</sup> Dakwah pada hakikatnya adalah upaya untuk merubah suatu keadaan tertentu menjadi keadaan yang lebih baik lagi. Dakwah adalah suatu kegiatan

---

<sup>12</sup>Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Offset Alumni, 1978), 16-19.

<sup>13</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 43.

untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam di dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Abu al-fatuh menurut beliau, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya dalam realitas kehidupan. Menurut beliau, hakikat dakwah harus mencakup tiga fase pelaksanaan dakwah, yaitu penyampaian, pembentukan, dan pembinaan.<sup>14</sup>

Definisi dakwah menurut para ahli sebagai berikut:

1) Toha Yahya Omar

Definisi ilmu dakwah secara umum adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara atau tuntutan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ide/gagasan, atau pekerjaan tertentu. Adapun definisi dakwah menurut Islam adalah Mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka didunia dan akhirat.

2) Abu Bakar Dzakaria

Dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka.

3) Al-Khuli'i

Dakwah adalah memindahkan umat dari satu situasi kesituasi yang lain.

4) Hamzah Ya'kub

Mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah Swt, dan RasulNya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 7.

<sup>15</sup>Wahyullaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2010), 16.

Dari definisi dakwah menurut para ahli tersebut dapat diambil kesimpulan- kesimpulan bahwa Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama rahmatan lil alamin yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur : da'I (subjek), maaddah (materi), thoriqoh (metode), whasilah (media), dan mad'u (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dakwah mengandung arti panggilan dari Allah Swt dan Rasulullah Saw. Umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya dalam segala segi kehidupan.

**b. Unsur-unsur komunikasi dalam Dakwah**

1) Sumber komunikasi

Sumber komunikasi di maksud sebagai segala macam hal yang menjadi latar belakang masalah atau pun pokok pembicaraan, baik berupa data, fakta maupun fenomena yang terjadi di alam semesta ini.<sup>16</sup>

2) Komunikator (Dai)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok, atau bentuk organisasi atau lembaga. Semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah. Da'i atau komunikator dakwah dapat dikelompokkan menjadi :

a) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang dewasa dimana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan, dari misinya

---

<sup>16</sup>Suhandang Kustadi, *Strategi Dakwah* (Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2014), 8.

sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah. “*Sampaikan walau satu ayat*”

- b) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.<sup>17</sup>

### 3) Pesan Komunikasi

Peran komunikasi merupakan ajaran Islam, baik berupa akidah, ibadah, muamalah, dan akhlak yang di ajarkan Allah dalam Al-Quran melalui Rosul-Nya.

### 4) Media Komunikasi

Karena sifatnya netral, media komunikasi apapun, baik antar pesona maupun massa, bisa di pakai untuk menyampaikan pesan dakwah tersebut tadi. Bahkan lebih luas lagi seperti mimbar khotbah atau ceramah, tulisan atau buku-buku, seni bahasa dan seni suara, bisa di jadikan media untuk mengomunikasikan pesan dakwah.

### 5) Komunikan (Mad'u)

Komunikan adalah pihak yang di datangi pesan komunikasi atau pihak yang menerima pesan komunikasi (pesan dakwah) sebagai sasaran komunikasi untuk tujuan tertentu.<sup>18</sup> Menurut istilah Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

- a) Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.

<sup>17</sup>Wahyullaihi, *Komunikasi Dakwah*, 19.

<sup>18</sup>Suhandang Kustadi, *Strategi Dakwah*, 10-11.

- b) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian yang tinggi.
- c) Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas waktu tertentu, tidak sanggup mendalami yang benar.<sup>19</sup>

6) Tujuan Komunikasi<sup>20</sup>

Tujuan komunikasi dalam dakwah di gariskan sebagai titik tuju dakwah Islamiyah, yaitu memberi pengertian kepada umat agar mau dan mampu mengambil segala ajaran Allah yang terkandung di dalam Al-Quran al-Karim menjadi jalan hidup nya.

7) Akibat Komunikasi

Dalam perspektif komunikasi, memang akibat-akibat tersebut merupakan perubahan sikap, sifat, pendapat dan prilaku, namun khusus dalam konteks dakwah Islami di maksud, ternyata ada yang sesuai dengan tujuan yang telah di gariskan, baik oleh para dai maupun oleh Allah melalui kitabNya, dan ada juga yang tidak sesuai. Perubahan nyata demikian, dalam khazanah ilmu komunikasi di sebut *feed back*. Apabila *feed back* dakwah itu sesuai dengan tujuan nya maka kegiatan dakwah Islam tersebut bisa di katakan setara atau *well tuned* (proses komunikasi berhasil).

**c. Pengertian Strategi Dakwah**

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan implementasi ide atau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu.<sup>21</sup> Dalam

<sup>19</sup>Wahyullaihi, *KomunikasiDakwah*, 20.

<sup>20</sup>Suhandang Kustadi, *Strategi Dakwah* , 11-12.

<sup>21</sup>Abdul Basit, *FilsafatDakwah* , 165.

dakwah Islam, strategi dapat di bedakan dengan taktik. Sebagai contoh, strategi dakwah yang dilakukan oleh Walisongo dalam kurun waktu masa kehidupan para walisongo secara keseluruhan, berbeda dengan taktik dakwah Islam yang di lakukan oleh sunan kalijaga dalam menyebarkan Islam melalui kesenian wayang.

Strategi dakwah Islam adalah perencanaan dan penyerahan kegiatan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan.<sup>22</sup> Dalam kaitannya dengan strategi dakwah Islam, maka yang diperlukan adalah suatu pengenalan yang tepat dan akurat terhadap realitas hidup manusia yang sedang terjadi dan berlangsung secara aktual dalam kehidupannya. Realitas hidup yang aktual mungkin saja antara satu masyarakat dengan masyarakat yang lainnya berbeda beda. Oleh karena itu, maka suatu strategi itu tidak universal sifatnya. Jika realitas hidup itu beraneka ragam dan mengalami perubahan terus menerus, maka suatu strategi harus terbuka, yang dimungkinkan adanya perubahan dan penyesuaian terus menerus sehingga kegiatan dakwah pun dapat mencapai sarannya.<sup>23</sup>

Strategi dakwah memerlukan beberapa faktor yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan diantaranya:

- 1) Umat Islam harus mengembangkan pola pikir dan wawasan keilmuan
- 2) Pola pikir dan wawasan tersebut akan mempengaruhi umat Islam dalam hal kepribadian, sehingga tidak mudah larut terbawa watak yang tradisional emosional dan sikap negatif lainnya, termasuk tidak menghargai pendapat orang lain.

---

<sup>22</sup>AcepAripudin, *DakwahAntarbudaya*, (Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2012), 115.

<sup>23</sup>Mubasyaroh, *DakwahKolaboratif*, (Kudus: Stain Kudus, 2011), 108.

- 3) Memiliki khasanah ilmu termasuk iptek, sehingga dalam melaksanakan dakwah mampu membawakan materi yang sesuai dengan tuntutan masyarakat.

Dengan demikian Strategi dakwah merupakan suatu metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktifitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia. Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideology bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman.<sup>24</sup>

Dilihat dari tujuan dakwah, ada dua strategi yang dilihat dari sisi pendekatan Islam, yang dapat diterapkan dalam pengembangan dakwah yaitu:

1) Strategi dakwah kultural

Problem kultural muncul ketika arus globalisasi mampu mengubah pola tingkah laku manusia sebagai individu, masyarakat maupun bangsa dalam suatu negara. Aktivitas kebudayaan banyak diwarnai oleh aspek budaya material sehingga gejala kulturallah sedemikian mewarnai arah perubahan *sosio-cultural*. Gaya hidup yang konsumeristis dan matrealistis berkembang dalam realitas yang sedemikian marak dan merangsang

---

<sup>24</sup>MurniatySirajuddin, “PengembanganStrategiDakwahMelalui Media Internet PeluangdanTantangan” Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam Volume 1, No 1 (2014): 1-97, diakses pada 4 februari, 2019, <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=Murniaty+Sirajuddin%2C+%E2%80%9CPengembangan+Strategi+Dakwah+Melalui+Media+Internet+Peluang+dan+Tantangan%E2%80%9D++UIN+Alauddin+Makassar%2C+13+%282014%29+journal.uin-alauddin.ac.id>.



perubahan gaya hidup masyarakat. Dakwah kultural merupakan dakwah yang memerhatikan audiens atau manusia sebagai makhluk yang berbudaya. Dengan demikian, dakwah kultural merupakan sebuah strategi penyampaian misi Islam yang lebih terbuka, toleran dan mengakomodir budaya dan adat masyarakat setempat.

Jika dakwah kultural ini dikaitkan dengan strategi komunikasi, maka dakwah kultural sejatinya merupakan aplikasi dari konsep komunikasi efektif. Melalui komunikasi efektif, pesan dakwah akan menimbulkan efek dari kadar yang tertinggi pada objek dakwah, yaitu efek behavioral. Efek ini terefleksi tidak hanya sampai pada sentuhan pesan dakwah pada perasaan objek dakwah (afektif), tetapi berlanjut pada aktualisasi tindakan atas pesan dakwah tersebut. Hal ini mengingat dakwah merupakan ajakan yang tujuannya dapat tercapai tanpa paksaan. Sehingga, dakwah tidak melulu harus disampaikan secara normatif melainkan dapat melalui penciptaan suasana yang segar dan gembira.

Dalam konteks ini pengembangan dakwah kultural perlu dilakukan sebagai strategi dakwah di era modern. Kreativitas untuk mengeksplorasi strategi dan bentuk dakwah yang menarik, bervariasi, dan enak dinikmati dan amat dibutuhkan. Dalam kenikmatan terhadap sesuatu, alam bawah sadar manusia pasti menerima pengaruh, sehingga pesan-pesan dakwah dapat sampai secara efektif. Kata kunci yang dijadikan landasan dasar dalam dakwah kultural adalah kebijaksanaan (hikmah). Kata al-hikmah secara etimologi mengandung makna yang banyak sekali dan berbeda-beda. Sebagai pendekatan dakwah, kata hikmah berkaitan erat dengan proses dakwah, dimana dakwah *bil-hikmah* dimaksudkan sebagai dakwah yang dilakukan dengan terlebih dahulu

memahami secara mendalam segala persoalan yang berhubungan dengan sasaran dakwah, tindakan-tindakan yang akan dilakukan masyarakat, situasi tempat dan waktu saat dakwah dilaksanakan dan sebagainya. Kata kunci lain yang dapat dijadikan landasan dasar dalam pengembangan dakwah kultural adalah “berlaku lemah lembut” sebagaimana perilaku yang dilakukan oleh Rasulullah seperti yang digambarkan dalam QS Ali Imran ayat 159.<sup>25</sup>

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا  
الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ  
وَسَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
حُبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

<sup>25</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 169-173.

## 2) Strategi dakwah struktural

Strategi dakwah struktural adalah strategi yang dilakukan melalui jalur kekuasaan. Menurut kuntowijoyo, disebut strategi struktural kalau perjuangan itu harus memaknai struktur teknis berupa birokrasi, lembaga-lembaga negara, partai-partai dan semua usaha yang mengarah ke pengambilan keputusan politik. Sedangkan menurut muhammad sulthon, strategi dakwah struktural adalah strategi dakwah yang mengambil bentuk dan masuk ke dalam kekuasaan, terlibat dalam proses eksekutif, yudikatif dan legislatif serta bentuk bentuk struktur sosial, politik, ekonomi guna menjadikan Islam sebagai basis ideologi negara, atau setidaknya memanfaatkan perangkat negara untuk mencapai tujuan dakwahnya.

Strategi dakwah struktural juga pernah dilakukan oleh kelompok syi'ah Islamiyah yang mempersiapkan pembentukan dinasti fatimiyah. Setelah dinasti terbentuk, para da'i memiliki kekuasaan untuk membina para pengikut pemula syiah Islamiyah sekaligus membimbing spiritualitasnya sesuai dengan tradisi yang ada di syi'ah. Selain itu, kegiatan dakwah juga dilakukan secara formal oleh negara sehingga negara memiliki hak untuk memaksa rakyatnya menjalankan tradisi syi'ah Islamiyah.

Pada zaman orde baru, penerapan strategi dakwah struktural mengalami fluktuasi. Pada awal pemerintahan orde baru yang berupaya untuk menghentikan perjuangan politik umat Islam, maka strategi perjuangan umat beralih pada strategi dakwah yang bersifat kultural, melalui kegiatan pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Kemudian menjelang awal tahun 1990-an, umat isalm banyak yang terlibat dalam jalur birokrasi dan menjadi pemimpin partai politik, maka penerapan strategi dakwah struktural

mengalami peningkatan. Berbagai produk undang-undang untuk kepentingan umat Islam dibuat oleh negara.

Sejatinya dakwah struktural tidak hanya terfokus pada lembaga politik, kita perlu memperluas dan mendorong agar bidang-bidang lain seperti ekonomi, birokrasi dan kaum profesional perlu mendapatkan sentuhan dari dakwah struktural. Fenomena menarik yang berkembang di masyarakat menjadi bahan refleksi bagi kita agar terus mengupayakan adanya dakwah struktural yang lebih terbuka, profesional, dan memiliki komitmen tinggi. Dan satu sisi, ada kecenderungan para kaum elite dan kaum eksekutif yang mulai dekat dengan Islam dan mau mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan. Di sisi lain, banyak pemimpin daerah dan para kaum elite politik yang terjerat kasus korupsi dan moralitas yang rendah. Dua hal tersebut merupakan peluang yang amat besar bagi umat Islam dan para aktivis pergerakan untuk terus berupaya mengatur strategi dakwah struktural yang lebih membumi dan sesuai dengan kebutuhan objek dakwahnya.<sup>26</sup>

#### **d. Dakwah Melalui Media Radio dalam Membangun Keberagaman**

Dalam komunikasi media merupakan sarana yang di pergunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, yang apabila komunikan jauh tempatnya, banyak jumlahnya, atau keduanya. Demikian juga dengan dakwah merupakan bagian dari aktifitas komunikasi, jelas-jelas sangat membutuhkan media itu sendiri yang dapat menunjang proses kegiatan dakwah, sehingga tujuan dakwah untuk mencapai masyarakat yang Islami dapat terwujud. Sedangkan pengertian dari media dakwah itu sendiri adalah alat obyektif menjadi saluran untuk menghubungkan ide dengan

---

<sup>26</sup>Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 175-178.

umat, dan juga membutuhkan suatu elemen yang vital dan itu merupakan urat nadi dalam totalitet dakwah.

Sebagai suatu elemen yang vital, tentu saja media dakwah harus benar-benar dapat berperan dalam usaha kesuksesan dakwah, dan sudah seyogyanya apabila media dakwah dapat di sesuaikan dengan kondisi mad'u yang dalam hal ini masyarakat yang sudah mengalami peradaban yang tinggi.

Dalam abad informasi sekarang ini, dakwah tidak bisa dan tidak harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern seperti: radio, televisi, film, pers, internet, dan sebagainya. Tak ada yang dapat membantah kemampuan media massa ini dalam penyebaran suatu agama.<sup>27</sup>

Media massa yang mutlak harus dipergunakan dalam dakwah Islam, yang memiliki efektifitas yang tinggi antara lain adalah radio. Kelebihan-kelebihan radio sebagai media dakwah adalah :

1) Bersifat langsung

Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana penyampaian pesan dakwah melalui pers, majalah, dan sebagainya.

2) Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan

Selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah, bagaimana pun jauhnya sasaran yang di tuju.

3) Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat.

Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yaitu, : musik, kata-kata dan efek suara.

4) Biaya alternatif murah

Radio umumnya telah menjadi media utama yang di miliki setiap penduduk, baik kaya maupun miskin.

---

<sup>27</sup>Rizka Prasti, *“Dakwah Melalui Media Radio”* (Skripsi, UIN Jakarta Syarif Hidayatullah , 2010), 26.

## 5) Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil

Di beberapa negara radio bahkan merupakan radio satu satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungkan tempat-tempat terpencil.

## 6) Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis.

Kegiatan dakwah menggunakan media radio juga, tersirat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang artinya sebagai berikut:<sup>28</sup>

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ  
وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ  
صَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Kata hikmah pada ayat di atas dapat dimaknai dengan perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil. Selain itu kata hikmah yang selalu diterjemahkan dengan bijaksana itu maksudnya adalah meletakkan sesuatu sesuai dengan tempatnya dan menggunakan media sesuai dengan

<sup>28</sup>Nasor M, "OPTIMALISASI FUNGSI RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH" Al-AdYaN/Vol.XII, N0.1 (2017), diakses pada 2 februari, 2019, <file:///E:/smt%207/proposal/jurnal/jurnal%20optimal%20dakwah%20melalui%20radio%20referensi%20sub%20bab%20dakwah%20melalui%20radio.pdf> .

kondisinya. Jadi hendaknya dalam melaksanakan dakwah menurut cara, metode, dan media yang wajar sesuai dengan kondisi masyarakat. Dengan dasar kata hikmah dalam pelaksanaan dakwah diperbolehkan dan memanfaatkan potensi radio sebagai media dawah dan memang radio memiliki pengaruh besar terhadap individu dan kelompok semakin terpercaya.

## **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh :

1. Ahmad Zaini dengan judul “ Dakwah Melalui Radio : Analisis Terhadap Format Siaran Dakwah di Radio PAS FM Pati” Fokus penelitian ini menganalisis format siaran dakwah yang disiarkan di Radio PAS FM Pati dan faktor kekurangan dan kelebihan format siaran dakwah di Radio PAS FM Pati. Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa format siaran dakwah di Radio PAS FM Pati berbentuk dialog interaktif dan rekaman. Target acara baik dialog interaktif maupun rekaman adalah untuk memberikan siraman rohani tentang ajaran Islam, supaya masyarakat lebih mengerti tentang ajaran agama Islam dan memberikan kesempatan kepada pendengar untuk bertanya langsung secara *on air*. Sementara Format siaran dakwah Radio PAS FM Pati memiliki target khusus yaitu mengupas permasalahan seputar fikih wanita dan keluarga sakinah. Adapaun kelebihan format dialog interaktif yaitu aktual, pendengar dapat bertanya secara langsung tentang permasalahan yang dihadapi, sedangkan kekurangan format dialog interaktif adalah banyak narasumber yang memiliki latar belakang yang berbeda yang membuat jawaban pun berbeda. Kelebihan format “features” berbentuk rekaman, nara sumber menyampaikan materi yang telah disiapkan, sedangkan kekurangannya para pendengar tidak dapat bertanya secara langsung kepada nara sumber.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Ahmad Zaini, “Dakwah melalui Radio: Analisis terhadap Format Siaran Dakwah di Radio PAS FM Pati”, Jurnal Komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa penelitian yang peneliti lakukan ada perbedaan dengan penelitian terdahulu, perbedaan tersebut terdapat pada fokus penelitian. Pada penelitian yang dilakukan Ahmad Zaini yang berjudul “ Dakwah Melalui Radio : Analisis Terhadap Format Siaran Dakwah di Radio PAS FM Pati” membahas tentang bentuk format siaran dakwah di radio PAS FM Pati sedangkan penelitian ini fokus terhadap salah satu program dengan membahas pelaksanaan program siaran mulai dari perencanaan, produksi hingga evaluasi program siaran Nuansa Senja sebagai wahana informasi dakwah di Radio Manggala Station Kudus. Adapun persamaannya adalah mengetahui bentuk siaran dakwah melalui media radio.

2. Siska Fitriah dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASFM Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren OnAir” Fokus penelitian ini pada konsep dakwah dan strategi pengelola radio dan lebih umum nya pada strategi komunikasi dakwah radio 95,5 RASFM Jakarta pada Program cahaya sore RAS fm. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. analisis data dengan dokumentasi, wawancara dan studi literatur. Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa radio RASfm mengonsep dakwah pada program siaran Cahaya Sore pesantren OnAir dengan adanya dai mad'u dan media yang mampu memaksimalkan dakwah secara efektif. Program acara cahaya sore ini menggunakan strategi komunikasi dakwah yang terdapat pada kitab Bhulughul Maram dengan metode penjelasan narasumber melalui sesi tanya jawab dengan pendengar.<sup>30</sup>

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa penelitian yang peneliti lakukan ada perbedaan dengan

---

Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 (2016), diakses pada 12 Januari, 2019, <file:///E:/smt%207/proposal/jurnal/pak%20zaini%20perbandingan%20skripsi.pdf>.

<sup>30</sup>Siska Fitriah, “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASFM Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren OnAir” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2014). 85.



penelitian terdahulu, perbedaan tersebut terdapat pada fokus penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Siska Fitriah dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASFM Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren OnAir” membahas tentang strategi komunikasi dakwah yang terdapat pada kitab Bhulughul Maram, sedangkan penelitian ini fokus mengetahui faktor penghambat dan strategi dakwah program siaran Nuansa Senja sebagai wahana informasi dakwah di Radio Manggala Station Kudus. Adapun persamaannya adalah mengetahui bentuk strategi siaran dakwah melalui media radio.

3. Mustakim dengan judul “Strategi Dakwah Produser Pada Acara Dakwah Pagi Di Radio Komunitas Induk Balerante 907 Dalam Menyiarkan Islam di Wilayah Balerante” Fokus penelitian ini pada langkah langkah produser dalam menentukan strategi dakwah pada Acara Dakwah Pagi Di Radio Komunitas Induk Balerante 907 Dalam Menyiarkan Islam di Wilayah Balerante. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Meliputi wawancara, dokumentasi, observasi, uji validitas data dan teknik analisis data (reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan). Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Strategi Dakwah mengacu pada teori yang di ungkapkan Asmuni Syukir yang meliputi azaz filosofi, azaz kemampuan dan keahlian Da’i, azaz sosiologi, azaz psikologis, azaz efektifitas dan efisien.<sup>31</sup>

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa penelitian yang peneliti lakukan ada perbedaan dengan penelitian terdahulu, perbedaan tersebut terdapat pada fokus penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Mustakim dengan judul “Strategi Dakwah Produser Pada Acara Dakwah Pagi Di Radio Komunitas Induk

---

<sup>31</sup>Mustakim, “Strategi Dakwah Produser Pada Acara Dakwah Pagi Di Radio Komunitas Induk Balerante 907 Dalam Menyiarkan Islam di Wilayah Balerante”(Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), 71-73.

Balerante 907 Dalam Menyiarkan Islam di Wilayah Balerante” membahas tentang Strategi Dakwah dengan teori yang di ungkapkan Asmuni Syukir, sedangkan penelitian ini fokus terhadap strategi dakwah program siaran Nuansa Senja sebagai wahana informasi dakwah di Radio Manggala Station Kudus. Adapun persamaannya adalah mengetahui bentuk strategi siaran dakwah melalui media radio.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir berfungsi untuk menghindari kerancuan penafsiran tentang pelaksanaan program siaran Nuansa Senja pada radio Manggala Station Kudus. Kerangka berfikir dalam penelitian ini yaitu mengenai suatu konsep yang akan memberikan penjelasan terhadap teori dan pelaksanaan yang dilakukan oleh pihak Radio Manggala Station Kudus pada program siaran Nuansa Senja.

Program siaran Nuansa Senja di dimulai dari pukul 17.00 sore hingga pukul 17.30 sore, durasi siaran 30 menit berisikan tausiyah yang disiarkan dari Radio Manggala Station Kudus, sedangkan materi yang disampaikan berbagai informasi menarik seperti khasanah Islam, sosial dan lainnya.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

