

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kajian Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan proses penyampaian agama Islam. Dakwah memiliki sifat persuasif, yaitu mengajak manusia dengan cara yang halus. Dengan melakukan kekerasan, teror, intimidasi, ataupun paksaan agar seseorang melakukan ajaran agama Islam tidak bisa disebut sebagai dakwah. Karena makna dari dakwah yaitu mengajak, mengadu, memanggil, meminta, berdoa dan mengundang. Doa memiliki arti sebagai permohonan dari bawahan atau hamba kepada atasan yaitu Sang kuasa.¹

Keberadaan dakwah sangat penting dalam agama Islam, karena dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan satu dan lainnya. Dakwah merupakan usaha untuk mengajak, menyeru serta mempengaruhi masyarakat atau khalayak agar berpegang pada ajaran Allah supaya dapat memperoleh kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Usaha untuk mengajak serta mempengaruhi khalayak agar pindah dari satu situasi ke situasi yang lain. Yaitu dari keadaan yang jauh dari ajaran Allah menuju ke keadaan yang sesuai dengan petunjuk Allah.²

Dakwah yaitu bagian dari pesan atau informasi yang menjadi system penting dalam gerakan-gerakan Islam. Dakwah bisa di pandang sebagai suatu proses perubahan yang diarahkan serta direncanakan dengan tujuan terciptanya individu, keluarga, masyarakat dan peradaban dunia yang di ridhoi oleh Allah swt. Dakwah tidak lepas dari pembicaraan mengenai agama Islam. Karena arti dari Islam sendiri yaitu

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi (Jakarta: Kencana, 2017), 8.

² Irzum Farihah, "Pengembangan karier pustakawan melalui jabatan fungsional Perpustakaan sebagai Media Dakwah," *Librarian* 2, no. 1 (2014): 119–36,

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/1196/1087>.

dakwah. Sebagaimana yang telah dipertegas oleh Allah dalam Al-Qur'an yaitu mengajak dalam kebaikan *al-amru bi al-ma'ruf* dan melarang kemungkaran *wa nahyu an al munkar* yang merupakan bagian dari dakwah.³

Arti lain dari dakwah yaitu aktivitas yang dilakukan oleh orang mukmin sesuai dengan *skill* atau kemampuan yang ia miliki, yang bertujuan agar masyarakat atau khalayak memiliki keinginan untuk memeluk serta menerima agama Islam dengan baik agar mereka mendapatkan kesejahteraan di dunia serta kebahagiaan di akhirat.⁴

Dengan begitu, dakwah bisa kita artikan sebagai aktivitas penyampaian informasi atau pesan yang berkaitan dengan Islam, yang memiliki tujuan untuk mengajak kebaikan dan menghindari ke munkaran.

b. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan komponen-komponen yang tidak pernah tertinggal dalam setiap kegiatan dakwah. Adapun unsur-unsur tersebut yaitu *da'i* (yang melakukan dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *wasilah* (media dakwah), materi dakwah, *thariqah* (metode dakwah), serta *atsar* (efek dakwah).

1) Da'i (pelaku dakwah)

Da'i atau seseorang yang melakukan dakwah biasanya secara umum disebut sebagai mubaligh atau orang yang menyempurnakan ajaran Islam. Namun sebutan ini maknanya terlalu sempit, karena secara umum masyarakat mengartikannya sebagai orang yang melakukan ceramah agama secara lisan di hadapan banyak orang, seperti khatib, penceramah agama, dan sebagainya. Semua muslim pada dasarnya otomatis berperan sebagai da'i atau pendakwah atau orang yang menyampaikan pesan-pesan yang ada dalam

³ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Depublish, 2018), 3.

⁴ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Depublish, 2018), 9.

agama islam, atau dalam bahasa komunikasi disebut sebagai komunikator.⁵

Secara ideal dakwah yaitu orang mukmin menjadikan agama Islam sebagai agamanya, kitab suci al-Qur'an sebagai pedomannya Nabi Muhammad sebagai pemimpin serta teladan bagi dirinya. Ia juga benar-benar dapat mengamalkan dalam setiap tingkah laku dan perjalanan hidupnya. Kemudian, ia juga dapat menyampaikan agama Islam yang meliputi syariah, akidah, serta akhlak kepada seluruh umat. Dari definisi tersebut kita diajarkan atau dituntut agar dapat mempelajari serta mengamalkan ajaran Islam terlebih dahulu sebelum menyampaikannya kepada orang lain.⁶ Seorang da'i tidak identik dengan mubaligh, akan tetapi seorang mubaligh dari segi aktivitasnya dapat digolongkan sebagai da'i. aktivitas seorang da'i bisa meliputi segala bentuk kegiatan seperti kegiatan pendidikan, pembangunan serta kemasyarakatan.⁷

2) Mad'u (Objek Dakwah)

Unsur dakwah yang kedua yaitu Mad'u atau khalayak yang menjadi sasaran dakwah atau yang menerima dakwah. Mad'u bisa berupa individu maupun kelompok, yang beragama islam maupun tidak, atau bisa dikatakan yaitu manusia secara umum atau keseluruhan.⁸

Secara etimologi Mad'u berasal dari bahasa Arab, yaitu berawal dari *isim maf'ul* (kata yang menunjukkan objek atau sasaran). Sedangkan menurut terminologi, mad'u merupakan orang atau kelompok yang yang biasanya disebut sebagai jamaah yang sedang belajar agaman Islam

⁵ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah" *Al-munzir* 9, no. 1 (2016): 29–46.

⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi (Jakarta: Kencana, 2017), 187.

⁷ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Depublish, 2018), 143.

⁸ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah" *Al-munzir* 9, no. 1 (2016): 29–46.

dari seorang da'i atau seseorang yang melakukan dakwah.⁹

Mad'u menjadi peran yang penting dalam kegiatan dakwah. Mad'u merupakan individu yang bersifat dinamis dengan segala kelebihan serta kekurangan. Oleh sebab itu, dalam kerangka interaksi sosial baik secara personal maupun kelompok. Perlu dibimbing serta diarahkan sesuai dengan tujuan dakwah.¹⁰

Dakwah disampaikan kepada semua kalangan baik yang beragama Islam maupun yang belum beragama Islam. Kepada yang belum beragama Islam dakwah memiliki tujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam. Sedangkan untuk orang-orang yang beragama Islam, yaitu untuk meningkatkan agama kualitas iman, Islam dan ihsan.¹¹

Berdasarkan responsi mad'u terhadap dakwah, mad'u dapat digolongkan sebagai berikut:

- a) Golongan pertama yaitu golongan simpati aktif, dimana seorang mad'u yang menaruh simpati serta memberi dukungan moril dan material secara aktif terhadap kesuksesan dakwah. Mereka juga berusaha untuk mengatasi dan menyelesaikan hal-hal yang dia anggap merintang jalannya dakwah bahkan mereka bersedia berkorban demi kepentingan syi'ar Allah.
- b) golongan kedua yaitu golongan pasif, golongan pasif merupakan mad'u yang tidak peduli atau masa bodoh terhadap dakwah.

⁹ Asna Istya Marwantika, "Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia," *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan* 14, no. 01 (2019): 1–14, <https://doi.org/10.37680/adabiya.v14i01.100>.

¹⁰ Anas Habibi Ritonga, "Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah" 14, no. 1 (2020): 87–102.

¹¹ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 67.

Tidak memberikan dukungan terhadap jalannya kegiatan dakwah, namun tidak merintangi kegiatan dakwah.

- c) Terakhir yaitu golongan antipasti, dimana mad'u tidak rela atau tidak suka dengan terlaksananya kegiatan dakwah. Mereka akan berusaha dengan berbagai cara untuk menghalangi serta menggagalkan kegiatan dakwah.¹²

3) Materi dakwah

Materi dakwah merupakan unsur yang selalu ada dalam proses dakwah. Materi dakwah yaitu materi atau isi pesan yang di sampaikan oleh pendakwah atau da'i kepada mad'u. jadi sudah jelas bahwa materi yang disampaikan dalam kegiatan dakwah membahas mengenai ajaran agama Islam. Pada garis besarnya materi dakwah dapat digolongkan menjadi tiga yaitu, aqidah syariah dan akhlaq.¹³ Materi dakwah tidak lain adalah bersumber dari kitab suci al-Qur'an serta hadits yang meliputi aqidah, syariah serta akhlaq. Materi dakwah harus sesuai dan cocok dengan keahlian da'i. materi yang akan disampaikan juga harus cocok dengan metode dan media serta obyek dakwah. Oleh sebab itu perlu pengamatan secara seksama.

4) Wasilah (media dakwah)

Unsur dakwah yang keempat yaitu wasilah. Wasilah atau media dakwah merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah, contohnya seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, surat kabar, serta internet.¹⁴

¹² Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013) 69.

¹³ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013) 70.

¹⁴ Pattaling, *Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur-unsur Dakwah* 10, no. 2 (2013): 143–56.

Media dakwah merupakan alat atau instrument yang digunakan oleh seorang pendakwah atau da'i untuk menyampaikan ajaran Islam kepada mad'u. media dakwah dibagi menjadi lima, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.¹⁵

Pada dasarnya dakwah bisa menggunakan berbagai macam media atau wasilah yang dapat merangsang indra-indra manusia dan dapat menimbulkan perhatian mereka agar dapat menerima dakwah. Maka dari itu, semakin cepat serta efektif media yang digunakan semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran agama Islam kepada masyarakat yang menjadi mad'u atau sasaran dakwah.¹⁶

5) Thariqah (metode dakwah)

Thariqah sangat erat kaitannya dengan wasilah. Jika wasilah merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan dakwah, maka thariqah merupakan metode yang digunakan dalam menyampaikan dakwah.¹⁷

Metode merupakan suatu cara yang dilakukan atau ditentukan secara jelas dengan tujuan untuk mencapai serta menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, dan tata pikir manusia. Jadi, metode dakwah yaitu jalan atau cara yang digunakan oleh da'i untuk menyampaikan ajaran, materi, serta pesan-pesan dakwah islam.

Dari beberapa pengertian tersebut, para ahli memberikan definisi metode dakwah, antara lain yaitu:

- a) Bahiy al-Khuli berpendapat bahwa metode dakwah yaitu memindahkan manusia dari situasi ke situasi yang lain, yaitu pindah ke

¹⁵ Muhlis, Usman Jasad, dan Abdul Halik, "Bentuk Dakwah Di Facebook," *Journal of Chemical Information and Modeling* 04, no. 1 (2016): 1–17.

¹⁶ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 77.

¹⁷ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah." *Al-munzir* 9, no. 1 (2016): 29–46.

situasi yang lebih baik melalui cara serta rencana yang baik pula.

- b) Shalahuddin Sanusi mengartikan metode dakwah sebagai *ishlah* atau perbaikan serta pembangunan masyarakat.
- c) Syekh Ali Mahfuz mengatakan bahwa metode dakwah sebagai pendorong manusia untuk melakukan kebaikan serta memberikan petunjuk, mengajak mereka berbuat yang ma'ruf serta melarang yang mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.¹⁸ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa metode dakwah merupakan suatu cara yang dilakukan oleh seseorang untuk menyampaikan pesan-pesan atau ajaran agama islam.

6) Efek dakwah

Setiap aksi pasti menimbulkan reaksi, begitu juga dengan kegiatan dakwah. Jika kegiatan dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, media dakwah serta metode dakwah maka akan timbul respon atau efek pada Mad'u atau obyek dakwah.

Efek dakwah sering disebut sebagai *feedback* atau umpan balik dari sebuah proses kegiatan dakwah sering dilupakan atau tidak menjadi perhatian dari seorang pendakwah atau da'i. Kebanyakan para da'i menganggap bahwa setelah mereka menyampaikan dakwah maka dakwah telah selesai, sehingga tidak memperhatikan efek dari dakwah tersebut, padahal efek dakwah sangat penting untuk menentukan langkah-langkah dakwah berikutnya.¹⁹

¹⁸ Abdul Piroi, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Depublish, 2018), 30.

¹⁹ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 83.

2. Kajian Tentang Radio

a. Radio Sebagai Media Dakwah

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk menghantar sinyal melalui cara modulasi serta radiasi elektromagnetik atau gelombang elektromagnetik. Gelombang tersebut melintas serta merambat melalui jalur udara dan juga bisa merambat melalui ruang angkasa yang hampa di udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pangangkut seperti molekul udara.

Radio menjadi media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan warta jarak jauh yang dapat tersampaikan oleh sekelompok orang yang mendengarnya melalui pemancar radio. Radio memegang peran penting dalam menyampaikan materi dakwah dalam bentuk pidato, ceramah dan kuliah. Pesawat radio dapat menjangkau mad'u dalam jarak yang jauh serta luas.²⁰

Sejak lama radio telah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan agama. karena radio telah diyakini memiliki kekuatan dalam bentuk serta format yang berbeda dengan media-media yang lain. Oleh karena itu di Amerika Serikat dan Inggris radio dikenal sebagai “*religious broadcasting*” atau “*missionary radio*”.²¹

Jika dibandingkan dengan media yang lain, ternyata radio memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk mendapatkan informasi dimanapun dan kapanpun. Radio lebih mudah digunakan karena media yang satu ini dapat dijangkau oleh semua orang, bahkan di tempat terpencil yang sulit untuk dijangkau. Radio dapat di dengarkan oleh siapapun dengan tetap beraktivitas.

²⁰ Irzum Farihah, “Radio Sebagai Solusi Problema,” *AT-TABSYIR* 2, no. 2 (2014): 137–56.

²¹ Dim Wahid dan Jamhari Makruf, *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia* (Jakarta: PPIM, 2017), 152.

Dengan begitu, radio dapat menembus batas-batas geografis, demografis serta kelas sosial.²²

Radio sangat penting dijadikan sebagai media dakwah, karena radio memiliki beberapa kelebihan. Diantaranya yaitu bersifat langsung, kegiatan dakwah dalam radio tidak harus melalui proses yang kompleks seperti penyampaian pesan dakwah melalui media pers, majalah dan sebagainya. Dakwah melalui radio tidak melalui proses yang rumit, karena dengan menyiapkan skrip da'i dapat langsung menyampaikannya melalui mikrofon.

Radio tidak memiliki jarak serta halangan. Radio dianggap memiliki kekuasaan karena tidak mengenal jarak serta rintangan. Radio dapat menjangkau jarak yang jauh, dengan menggunakan radio dalam melakukan kegiatan dakwah, maka ruang dan waktu tidak akan menjadi masalah. Bahkan daerah-daerah yang terencil yang sulit dijangkau dapat diatasi dengan media ini.

Siaran radio memiliki daya tarik yang kuat, karena sifatnya yang serba hidup yang dipengaruhi oleh tiga unsur yaitu musik, kalimat atau kata-kata yang diucapkan oleh penyiar serta efek suara yang ada dalam siara itu sendiri.

Radio memiliki biaya yang relatif murah, umumnya masyarakat telah memiliki radio baik dari kalangan menengah ke atas maupun kebawah. Karena memiliki biaya yang cukup murah maka radio menjadi salah satu media yang populer dikalangan masyarakat.²³

Radio juga dapat menjangkau tempat-tempat terpencil. Radio menjadi satu-satunya alat komunikasi yang efektif yang dapat menjangkau tempat-tempat terpencil di beberapa negara. Media yang satu ini juga tidak memiliki hambatan oleh kemampuan baca dan tulis. Beberapa negara di Asia

²² Dim Wahid dan Jamhari Makruf, Dim Wahid dan Jamhari Makruf, *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia* (Jakarta: PPIM, 2017), 154.

²³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 352.

populasi kemampuan baca tulisnya mencapai lebih dari 60%. Jutaan orang tersebut tidak tersentuh oleh media-media yang lain kecuali radio dalam bahasa mereka.²⁴

b. Program Dakwah di Radio

Ada beberapa jenis program siaran dakwah dalam radio diantaranya yaitu, ceramah, dialog Islam atau talk show, insert renungan, pemutaran lagu-lagu religi, penyiaran kumandang adzan, siaran langsung atau tunda khutbah sholat jumat, siaran langsung atau tunda pengajian, berita keislaman, dan juga majalah udara atau feature yang bertema keislaman.²⁵

Ceramah adalah jenis pidato yang digunakan untuk menjelaskan sesuatu kepada pendengar. Ceramah dalam kamus *Besar Bahasa Indonesia* merupakan pidato yang disampaikan seseorang di hadapan banyak orang mengenai suatu hal atau pengetahuan. Secara umum, ceramah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan berbicara di depan khalayak umum dalam situasi tertentu serta dengan tujuan tertentu dan juga kepada pendengar tertentu. Tujuan dari ceramah sendiri yaitu untuk memberikan informasi serta pengetahuan.²⁶ Dalam program siaran radio ceramah disampaikan oleh seorang kiai atau ustadz yang di siarkan melalui media radio.

Jenis program dakwah yang kedua yaitu talk show atau dialog islam. Talk show merupakan sebuah program siaran televisi atau radio dimana seseorang atau kelompok berkumpul bersama dan mendiskusikan berbagai macam topik dengan suasana yang santai tapi serius, yang dipandu oleh seorang host atau moderator talk show radio sebagai program favorit pendengar.²⁷ Sedangkan talk show dalam

²⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 353.

²⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 155.

²⁶ Apriyanto Dwi Santoso, *Diskusi, Negosiasi, dan Ceramah* (Surakarta: PT Aksarra Sinergi Media, 2019), 44.

²⁷ Rusna Wati dan Umami Habibah, "Talkshow Radio Sebagai Program Favorit Pendengar (Study Terhadap Program 'Efriday Talkshow' • Pada

program siaran dakwah radio sendiri biasanya di isi oleh host radio dan juga narasumber seorang ustadz atau tokoh agama yang berbincang mengenai ajaran agama islam.

Program dakwah di radio yang ke tiga yaitu insert renungan. Insert renungan biasanya berupa kata-kata mutiara yang bertema keislaman yang di putar setiap satau jam atau setengah jam atau tiap pergantian acara program siaran radio. Program ini berdurasi antara 1-2 menit, berupa “voicer” seperti spot iklan. Insert renungan terdiri dari voice atau suara narrator dan *backsound* atau *sound effect*.

Program siaran dakwah yang berikutnya yaitu penyiaran atau pemutaran lagu-lagu ruhani Islam. Dalam program ini pendengar dapat *request* lagu. Biasanya program ini dikemas dengan selingan penyampaian, ayat suci al-qur’an, hadits, ungkapan ulama, atau nasihat-nasihat islami oleh penyiar.

Selain pemutaran lagu-lagu religi, program dakwah di radio juga ada pemutaran atau penyiaran kumandang adzan. Adzan akan di putar setiap tiba waktu sholat, yang jadwalnya telah ditentukan sesuai jadwal adzan pada daerah radio masing-masing. Setelah pemutaran adzan bisa dikemas dengan pemutaran insert renungan atau lagu-lagu religi.

Selanjutnya, yaitu program siaran langsung atau tunda. Program ini menyiarkan khutbah atau sholat jum’at serta pengajian atau tabligh akbar. Jadi dalam program siaran langsung atau tunda ini menyiarkan sebuah acara baik khutbah jumat maupun tabligh akbar. Acara ini dapat di siarkan secara langsung maupun tidak, jika di siarkan secara tidak langsung maka selama berlangsungnya acara akan di record kemudian melalui proses editing sebelum di udarkan.²⁸

Radio Siaran Rumoh Pmi,” *Jurnal Al-Bayan* 23, no. 2 (2017): 162–75, <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/2497/1920>.

²⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 155.

Dan yang terakhir yaitu program berita, majalah udara, drama, quiz serta *feature* yang beretama tentang keislaman. Berita-berita yang disiarkan mengenai umat Islam atau aktivitas keagamaan, seperti pengajian, ormas Islam, pesantren, sekolah Islam, serta lembaga keislaman atau lembaga dakwah lainnya.²⁹

c. Proses Produksi Program Siaran Dakwah di Radio

1) Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahap pencarian ide, penetapan topik, penyusunan rencana aksi, penetapan format program misalnya seperti program *talk show*, diskusi, drama atau dokumenter. Tahap ini juga menyiapkan skrip atau naskah, pemilihan musik, latihan pengisi suara dan juga penyusunan anggaran jika perlu.³⁰ proses atau tahap pra produksi sangat penting sehingga harus di siapkan secara matang untuk memudahkan ke tahap produksi. Tahap pra produksi secara umum yaitu meliputi:

a) Penemuan Ide Siaran Radio

Proses pra produksi sebuah program acara berawal dari sebuah ide atau gagasan yang muncul dari perorangan maupun kelompok atau *teamwork*. Kemudian dilanjutkan dengan proses diskusi atau *brainstorming* agar mendapatkan sebuah program yang terstruktur dan rapi.³¹

Brainstorming atau sumbang saran merupakan salah satu cara agar mendapatkan banyak ide dari beberapa orang dalam waktu yang singkat. William JJ Gordon dan Arthur

²⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 156.

³⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 52.

³¹ Fachir Yusuf, "Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda," *eJournal IlmuKomunikasi* 4, no. 3 (2016): 98–111, [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/JurnalOnline\(08-06-16-06-50-27\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/JurnalOnline(08-06-16-06-50-27).pdf).

D. dari Little Company, mengungkapkan bahwa *brainstorming* merupakan teknik kreatif operasional yang dilakukan oleh kelompok dalam bentuk tukar pikiran atau diskusi akan tetapi prinsipnya dapat digunakan secara perorangan.³²

b) Perencanaan Siaran Radio

Perencanaan dalam produksi program siaran radio yaitu dengan memilih format acara yang dapat menarik pendengar, termasuk perekrutan DJ atau penyiar yang sesuai dengan format yang telah dipilih. Pada tahap perencanaan ini Program Director akan bekerjasama atau berkoordinasi dengan General Manager dan juga Marketing Manager agar program acara yang dibuat atau di rencanakan tidak hanya sesuai dengan visi misi radio dan kebutuhan pendengar namun juga sesuai dengan *marketable*.³³

Tahap ini meliputi penentuan *time schedule* atau jangka waktu kerja, penyempurnaan skrip atau naskah, pemilihan *crew*. Selain itu, dalam tahap ini juga perlu membuat estimasi biaya, penyediaan biaya serta rencana alokasi yang harus dibuat secara hati-hati dan teliti.

c) Persiapan Siaran Radio

Tahap ini merupakan penyempurnaan dari beberapa perencanaan yang sudah dilakukan. Meneliti kembali serta melengkapi alat-alat yang diperlukan selama produksi. Semua persiapan sebaiknya di selesaikan sesuai dengan *time schedule* atau jangka

³² Rusman Latief, *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama* (Jakarta: Kencana, 2020), 93.

³³ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 69.

waktu kerja yang telah ditentukan sebelumnya.³⁴

Tiga proses ini sangat menentukan keberhasilan produksi program siaran radio. Sehingga perlu diperhatikan dengan baik antara perencanaan serta persiapan yang telah dibuat.

2) Produksi

Tahap produksi merupakan pelaksanaan konsep baik secara *live* (siaran langsung) maupun rekaman.³⁵ Tahap produksi pada dasarnya yaitu memvisualisasikan konsep naskah atau *rundown* acara agar dapat dinikmati oleh pendengar. Pada tahap ini melibatkan bagian lain yang bersifat teknis, karena di tahap produksi harus bisa memvisualisasikan ide atau gagasan saat diskusi. Maka dari itu harus menggunakan peralatan dan operator terhadap peralatan yang dioperasikan atau biasa dikenal dengan istilah *production service*.³⁶

Produksi siaran radio dapat diartikan sebagai proses memproduksi suara untuk di udarkan atau diperdengarkan melalui media radio. Karena pada dasarnya, karakter utama media radio yaitu *auditory* yaitu media dengar atau media yang hanya bisa di dengar.

Jadi, hakikat produksi dari siaran radio yaitu produksi suara (*audio production*) atau mengubah apapun yang akan di siarkan melalui radio menjadi suara. Ia merupakan paduan penciptaan gambar suara dengan menggunakan rangkaian kata-kata atau kalimat, music, serta *sound effect*

³⁴ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi* (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007), 39.

³⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 52.

³⁶ Fachir Yusuf, "Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda," *eJournal IlmuKomunikasi* 4, no. 3 (2016): 98–111, [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/JurnalOnline\(08-06-16-06-50-27\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/JurnalOnline(08-06-16-06-50-27).pdf).

menjadi satu kesatuan yang utuh yang dapat membangkitkan sugesti, emosi, serta imajinasi pendengar.³⁷

Ada beberapa tahap dalam produksi program siaran dakwah diantaranya yaitu:

a) Membuat naskah program radio

Naskah dalam pengertian ini yaitu hasil karya seorang pengarang yang di ungkapkan ke dalam sebuah tulisan yang kemudian di sajikan dalam bentuk program siaran radio. Ada dua hal yang perlu di perhatikan dalam naskah yaitu identitas naskah, nomor urutan dialog antar pemain dan juga penulisan.

Identitas naskah sangat penting karena mengandung informasi mengenai jenis program acara, proses produksi siaran, serta *sound effect* yang dibutuhkan.

Selain itu nomor urutan dialog antar pemain juga sangat penting karena akan sangat berguna saat produksi. Karena jika terjadi kesalahan baik kesalahan baca maupun kesalahan rekaman proses pengulangan dapat diketahui lebih mudah mulai dari mana dan berakhir dimana.

Dan yang terakhir yaitu penulisan, dalam penulisan skrip gunakan huruf kecil untuk kalimat yang disuarakan dan gunakan huruf kapital untuk katalimat yang mengandung keterangan maupun perintah. Selain itu, gunakan tanda baca dengan menggunakan garis miring satu untuk koma, gunakan garis miring dua untuk titik koma, dan gunakan garis miring tiga untuk tanda pada bagian yang harus dibaca atau di suarakan. Gunakan sistem penulisan skrip dengan bahasa yang baik dan benar.

³⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 37–38.

Naskah berfungsi sebagai materi atau bahan siaran, naskah juga dapat mengendalikan siaran agar tepat waktu serta sesuai dengan visi misi program, untuk menyeragamkan tata bahasa penyiar dan membentuk *image* radio di benak para pendengar radio tersebut.³⁸

b) Taping atau rekaman

Taping atau merekam merupakan kegiatan mendokumentasikan sebuah informasi kedalam suatu media tertentu misalnya seperti kaset atau CD, kemudian informasi tersebut dapat kita perdengarkan kembali dengan tujuan tertentu. Adapun beberapa jenis audio yang direkam yaitu meliputi musik, sandiwar radio, wawancara dan sebagainya.³⁹

c) Mixing

Mixing merupakan proses pencampuran masing-masing track hasil dari rekaman yang kemudian digabungkan menjadi satu file produk rekaman. Contohnya seperti, suara vocal dan musik yang masing-masing direkam di waktu yang berbeda kemudian digabungkan menjadi satu. Biasanya dalam memproduksi spot iklan atau spot promo program, suara vocal diambil atau direkam terlebih dahulu, lalu setelah itu di *mixing* bersama musik latar.⁴⁰

3) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi yaitu penyiaran atau penayangan hasil produksi dan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan mengenai kesesuaian hasil dari produksi siaran dengan rancangan yang telah disusun atau format yang telah dikehendaki. Tahap pasca produksi juga membahas masalah yang

³⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 74–75.

³⁹ Sri Sartono, *Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi, dan Film* (Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), 170.

⁴⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 53–54.

muncul selama masa produksi serta penyiarannya, kekurangan atau kelemahan yang terjadi. Pada tahap ini juga mengevaluasi respons dari pendengar radio, kualitas audio, atau kualitas siaran secara keseluruhan.

Evaluasi juga dapat menyangkut topik serta format siaran, apakah sesuai atau tidak dengan situasi nyata yang saat ini menjadi kebutuhan dari khalayak atau pendengar, kinerja aktor-aktor yang ikut terlibat dalam masa produksi termasuk kinerja penyiar.

Tujuan dari evaluasi diantaranya yaitu untuk mengukur kekurangan yang ada dalam materi serta kemasan acara. Mengukur kedisiplinan dan kreativitas penyelenggara acara, mengukur dampak acara atau reaksi pendengar, dan yang terakhir yaitu untuk meningkatkan kualitas acara secara keseluruhan di masa yang akan mendatang.⁴¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai salah satu bahan acuan dalam menyelesaikan penelitian ini, sekaligus sebagai referensi serta perbandingan dalam penelitian ini. Berikut beberapa karya penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Faisal Goni, Ahmad S. Rustan, dan Muhammad Qadaruddin berupa jurnal ilmiah dengan judul “Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Konsultasi Agama Islam di Radio Mesra Fm)”⁴². Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan program, faktor pendukung serta penghambat dan hasil dari pelaksanaan program konsultasi agama islam di radio Mesra fm. Hasil dari penelitian ini yaitu proses produksi acara ini merupakan program mingguan yang

⁴¹ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 52–53.

⁴² Muhammad Qadaruddin Faisal Goni, Ahmad S. Rustan, “Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Konsultasi Agama Islam di Radio Mesra FM),” *KOMUNIDA* 6, no. 01 (2016): 1–116.

mengudara setiap hari jumat. Program konsultasi agama Islam ini sangat bermanfaat bagi masyarakat. Adapun faktor pendukung dalam program ini yaitu adanya dukungan moril dari masyarakat, sedangkan faktor penghambatnya yaitu kurangnya minat masyarakat mengenai konsultasi agama Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas mengenai analisis program dakwah dan proses produksinya. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini meneliti tiga hal yaitu proses pelaksanaan program, faktor pendukung serta penghambat, dan hasil dari pelaksanaan program tersebut. namun, penelitian yang dilakukan penulis hanya membahas mengenai proses produksi program siaran dakwah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Intan Leliana staf pengajar akademi Komunikasi BSI Jakarta program studi Hubungan Masyarakat. Berupa jurnal ilmiah dengan judul “Analisis Program Siaran Balada Cerita Ramadhan di Radio Prambors 102.2 Fm Jakarta”.⁴³ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses produksi program siaran Balada Cerita Ramadhan. Hasil dari penelitian ini yaitu proses produksi dilakukan melalui tiga tahap yaitu pra produksi, proses produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi yang pertama kali dilakkan adalah melakukan *meeting* untuk menentukan ide-ide cerita dan lain sebagainya. Sedangkan pada tahap produksi ide-ide atau perencanaan yang telah di siapkan pada pra produksi di tuangkan menjadi skrip dan melalui proses rekaman. Setelah itu, pada tahap pasca produksi radio Prambors akan meng-update pada website radio agar pendengar dapat mengirim kritik dan saran melalui sms. Persamaan penelitian ini dnegan penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai proses produksi program siaran dari proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Sedangkan perbedaannya yaitu, penelitian ini dilakukan di radio Prambors 102.2 Fm Jakarta, namun penulis melakukan penelitian di radio Suara Kudus 88 Fm serta dengan program acara yang tentunya berbeda juga.

⁴³ Intan Leliana, “Analisis Program Siaran Balada Cerita Ramadhan di Radio Prambors 102.2 FM Jakarta,” *Humaniora* 16, no. 1 (2016).

Ketiga, hasil penelitian berupa jurnal ilmiah yang dilakukan oleh Muhammad Samih Rozin dan Fatmawati yang berjudul “Manajemen Dakwah Program Kisah Menawan Sang Teladan Di Radio Rodja 65,6 Am Bogor”.⁴⁴ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses pra produksi, produksi serta pasca produksi atau evaluasi dalam acara Kisah Menawan Sang Teladan. Hasil dari penelitian ini yaitu program Kisah Menawan Sang Teladan merupakan program dakwah yang sasarannya anak-anak. Program ini melalui beberapa tahap yaitu pra produksi meliputi penemuan ide, perencanaan format acara, materi siaran, pengisi acara, nama program, serta penentuan waktu siaran. Selanjutnya, proses produksi meliputi pelaksanaan siara, materi produksi, pelaksanaan produksi, pengawasan, serta sarana dan prasarana. Yang terkahir yaitu proses pasca produksi atau evaluasi. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang proses produksi siaran dakwah, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif dalam melakukan penelitian. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini dilakukan di tempat yang berbeda dengan penelitian penulis. Segmentasi peneliti ini merujuk pada usia anak-anak, namun program acara yang diteliti oleh penulis bersegmentasi pada orang dewasa.

Keempat, Jurnal ilmiah dari Abdi Fauji Hadiono, Sugiyono, dan Ahmad Aid Alfaizin yang berjudul “Analisis Program Darussalam Memberi Solusi (DASI) Di Radio Darussalam”.⁴⁵ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis program serta proses produksi program acara DASI. Hasil dari penelitian ini adalah program DASI memiliki beberapa proses sebelum *on air* salah satunya yaitu dengan mencari topik yang sedang *trend* di kalangan masyarakat untuk dijadikan tema saat *on air*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama

⁴⁴ Fatmawati Muhammad Samih Rozin, “Manajemen Dakwah Program Kisah Menawan Sang Teladan di Radio Rodja 75,6 AM Bogor,” *Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

⁴⁵ Ahmad Aid Alfaizin Abdi Fauji Hadiono, Sugiyono, “Analisis Program Darussalam Memberi Solusi (Dasi) di Radio Darussalam” XI, no. 2 (2020): 280–97.

meneliti mengenai program acara dakwah dan proses produksinya. Perbedaannya yaitu penelitian ini dilakukan menggunakan teori analisis interaktif Miles dan Huberman, sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif.

Kelima, skripsi dari Nia Andesta mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul “Produksi Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Republik Indonesia Bandar Lampung”.⁴⁶ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses produksi serta kelebihan dan kekurangan proses produksi program Hikmah Fajar di radio Republik Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah dalam proses produksi Hikmah Fajar dilakukan melalui tiga tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama-sama meneliti mengenai proses produksi siaran dakwah di radio dan menggunakan pendekatan kualitatif dalam melakukan penelitian. Perbedaannya, penelitian ini dilakukan di tempat yang berbeda dengan program acara yang berbeda pula, penelitian ini juga tidak hanya terfokus pada proses produksi saja namun juga membahas mengenai kelebihan dan kekurangan dalam proses produksi. Sedangkan penulis fokus penelitiannya hanya mengenai proses produksi saja.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Hanim Mufidah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan judul skripsi “Siaran Dakwah Radio Suara Akbar Surabaya (Analisis Proses Produksi Berbasis Streaming)”.⁴⁷ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses produksi program siaran dakwah berbasis streaming. Hasil dari penelitian ini adalah radio SAS fm berusaha memberikan program-program dakwah yang bermanfaat bagi masyarakat, menghibur dan syar’i. adanya perkembangan teknologi internet maka radio

⁴⁶ Nia Andesta, “Produksi Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Republik Indonesia Bandar Lampung”, (Skripsi, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017).

⁴⁷ Hanim mufidah, “siaran dakwah radio suara akbar Surabaya (analisis proses produksi berbasis streaming)”, (skripsi, Surabaya: universitas negeri sunan ampel Surabaya, 2018)

SAS memiliki inovasi yaitu melakukan siaran melalui audio serta video streaming. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama meneliti mengenai proses produksi dakwah di radio dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya, selain tempat dan program acara, penelitian ini meneliti mengenai proses program streaming sedangkan penulis tidak berbasis streaming.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah gambaran mengenai bagaimana setiap variabel dengan posisinya yang khusus akan dipahami hubungan, serta hubungannya dengan variabel yang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. (metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian pendidikan bahasa 209) Setelah mengetahui tinjauan teori atau kerangka teori tentang dakwa dan radio. Maka, dalam penelitian ini akan disusun kerangka berfikir dengan menghasilkan sebuah metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui proses produksi program acara Qur'an Tuntunan Umat (Quantum) di Radio Suara Kudus. Program siaran dakwah ini disiarkan setiap satu minggu sekali pada hari jum'at. Acara ini tidak di siarkan secara live, namun melalui proses taping atau rekaman terlebih dahulu.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

