

BAB II KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Pustaka

1. Analisis Isi

a. Definisi Analisis Isi

Menurut beberapa ahli dalam buku Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, seperti yang dijelaskan oleh Eriyanto ada enam definisi analisis isi antara lain sebagai berikut :

- 1) Menurut Barelson, analisis isi merupakan suatu metode penelitian untuk meneliti dan menganalisis isi pesan komunikasi secara objektif dan kuantitatif dari isi pesan yang tampak atau *manifest*.
- 2) Menurut Holsti, analisis isi adalah suatu metode penelitian terhadap pesan untuk membuat infrensi dengan menggunakan cara objektif dan identifikasi secara sistematis dari pesan tersebut.
- 3) Menurut krippendrof, analisis isi merupakan metode penelitian untuk mempelajari tentang replikasi (tiruan) dari shahihnya data dengan meniru konteks teksnya.
- 4) Menurut weber, analisis isi merupakan suatu teknik penelitian yang menggunakan beberapa prosedur untuk membuat infrensi yang valid dari teks.
- 5) Menurut Riffe, Lacy, dan Fico, analisis isi merupakan pengajuan penelitian yang sistematis dan dapat direplikasikan dari symbol-simbol komunikasi yang ditandai dengan numerik pengukuran yang valid, menggunakan metode analisis stastitik untuk menggambarkan isi komunikasi, dan menarik kesimpulan dari penyamapaian konteks yang berupa produksi maupun konsumsi.
- 6) Menurut Neuendorf, sebuah ringkasan yang terdiri dari penjumlahan pesan melalui metode ilmiah objektif-intersubjektif, teruji, valid, dan digeneralisasikan dalam

pengujian hipotesis, tanpa membatasi jenis-jenis variable dalam konteks yang ditampilkan.¹

Secara umum analisis isi digunakan untuk mengumpulkan sebuah data dan menganalisis isi dari data tersebut. Analisis isi merupakan suatu teknik penelitian yang dilakukan secara sistematis, objektif dan deskriptif terhadap pesan yang tampak. Selain itu, analisis isi digunakan sebagai teknik penelitian untuk membuat rumusan dari kesimpulan-kesimpulan serta mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari sebuah teks. Analisis isi adalah penelitian yang bersifat pembahasan secara mendalam terhadap informasi tertulis maupun tercetak dalam media massa.²

Informasi yang disajikan di balik data dan mencakup sebuah media atau teks bisa menggunakan analisis isi. Selain itu, analisis isi bermanfaat untuk merumuskan masalah atau bisa digunakan untuk mengungkapkan sebuah permasalahan. Yang pertama, analisis isi bisa digunakan untuk memecahkan sebuah informasi yang cukup banyak di dalam teks dan peneliti bisa menggunakan sebuah sampel. Kedua, analisis isi bisa digunakan untuk menganalisis history pemikiran tokoh yang sudah meninggal, karya sastra terdahulu, maupun menganalisis lagu yang pernah populer pada zamannya. Ketiga, apabila peneliti kesulitan untuk menganalisis sebuah teks, maka peneliti bisa menggunakan analisis isi.³

b. Tujuan Analisis Isi

Tahapan penelitian dengan menggunakan analisis isi harus menyusun data riset yang sangat jelas dan menggunakan tujuan yang jelas. Karena, data riset dalam penelitian bertujuan untuk menjawab pertanyaan dalam riset penelitian. Dari tujuan analisis isi tersebut, peneliti

¹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: KENCANA, 2011), 15-16.

² Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 20.

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 95.

harus menentukan kegunaan analisis isi untuk menggambarkan suatu pesan atau menggunakan analisis isi untuk menarik penyebab kesimpulan dari sebuah pesan. Jika penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan secara detail tentang isi penelitiannya, maka peneliti hanya fokus pada variabel yang dibahas dalam penelitian. Sedangkan, jika peneliti ingin meneliti tentang penyebab dari isi penelitiannya, maka peneliti harus meneliti faktor lain yang mempengaruhi pada isi penelitian. Berikut tujuan dari analisis isi, antara lain :⁴

1) Menggambarkan Karakteristik Pesan

Karakteristik suatu pesan sering digambarkan dengan analisis isi. Menurut bahasa, analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan dari *what*, *to whom* dan *how*. Pertanyaan yang mengenai tentang apa isi dari suatu pesan, tren, dan perbedaan antara pesan dari komunikator yang berbeda, maka harus menggunakan pertanyaan "*what*". Sedangkan pertanyaan "*to whom*" digunakan untuk menguji hipotesis isi pesan dan diberikan kepada penerima yang berbeda. Dalam menggambarkan bentuk dan teknik-teknik pesan pada analisis isi harus menggunakan pertanyaan "*how*". Terdapat empat analisis isi yang biasanya digunakan dalam menggambarkan karakteristik pesan, antara lain :

- a) Analisis isi yang menggambarkan kecenderungan (tren) dari suatu pesan komunikasi, harus menggunakan sumber yang sama dengan waktu yang berbeda. Sehingga peneliti bisa mengamati perbedaan pesan dari waktu ke waktu.
- b) Analisis isi yang digunakan untuk melihat situasi budaya, sosial, dan politik harus menggunakan pesan yang sama pada situasi yang berbeda. Sehingga, pada penelitian ini bias
- c) digunakan untuk perbandingan isi pesan antarnegara maupun antarbudaya.
- d) Penelitian yang merujuk pada bentuk dan gaya iklan biasanya menggunakan analisis isi untuk dari khalayak yang berbeda dan menghasilkan pesan.

⁴ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 15-16.

pada analisis isi ini karakteristik khalayak harus berbeda dari khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa media.

2) Menarik Kesimpulan Penyebab dari Suatu Pesan

Analisis isi umumnya tidak digunakan sebagai gambaran atau karakteristik suatu pesan. Namun, analisis isi juga bisa digunakan sebagai penarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Analisis ini berfokus untuk menjawab pertanyaan mengapa dalam bentuk tertentu. Untuk mengetahui penyebab isi di dalam pesan, maka peneliti harus merencanakan jawaban dari setiap pertanyaan. Salah satunya penelitian desain time order yang digunakan untuk menjawab setiap pertanyaan dalam suatu isi bab tertentu. Penelitian desain time order hamper memiliki kemiripan dengan desain eksperimental. Karena, desain eksperimental harus menentukan penyebab terlebih dahulu dan melihat perubahan isi sebelum penelitian.⁵

c. **Karakteristik Analisis Isi**

1) Objektif

Objektif dalam analisis isi ialah proses penelitian yang dimana peneliti memaparkan dan menggambarkan secara nyata dan apa adanya dari data yang diperoleh di lapangan, serta tidak mengindikasikan keberpihakan terhadap objek yang diteliti. Sehingga hasil yang diperoleh benar-benar merefleksikan sebuah teks tanpa adanya kecenderungan terhadap sesuatu yang mengakibatkan subjektivitas.

2) Isi yang Tampak (*Manifest*)

Analisis isi dengan karakteristik isi yang tampak digunakan untuk meneliti pada sebuah konten media, baik media cetak maupun media elektronik. Hal ini dikarenakan hasil yang diperoleh dari penelitian menggunakan metode analisis secara objektif, dan tidak berdasar kepada penafsiran peneliti. Apabila peneliti menggunakan analisis isi untuk mencari sebuah pesan yang tidak tampak, maka hasil akhir yang diperoleh oleh peneliti adalah bersifat subjektif.

⁵ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, 32.

3) Replikabel

Karakteristik pada analisis isi ini merupakan metode yang dapat ditiru dan bisa diulangi oleh peneliti lain. Teknik maupun metode yang digunakan oleh peneliti sebelumnya bisa dijadikan sebagai bahan acuan untuk seorang peneliti dengan topik pembahasan yang sama, namun dengan latar belakang yang berbeda.

4) Sistematis

Karakteristik sistematis dalam analisis isi merupakan proses penelitian yang dilakukan harus runtut sesuai dengan teori isi yang ada. Yang dimaksud dengan proses runtut yaitu, mampu memberikan hasil akhir yang sesuai dengan pembahasan rumusan masalah sebelumnya. Karena rumusan masalah mampu memberikan keterkaitan antara variabel, kategori, dan teori yang digunakan. Sehingga pendefinisian dalam analisis isi bisa berkaitan antara kategori dengan objek yang diteliti saat melakukan penelitian.⁶

5) Perangkuman

Penelitian yang menggunakan metode analisis isi, untuk hasil akhirnya tidak menunjukkan penjelasan secara detail dan keseluruhan dari konten yang dianalisis. Hasil dari analisis merupakan sebuah rangkuman dari beberapa temuan yang dihasilkan oleh peneliti.

6) Generalisasi

Generalisasi pada metode analisis isi digunakan untuk perangkuman atau penyamarataan. Generalisasi ini digunakan apabila penelitian menggunakan sampel, sehingga hasil akhir penelitian berbentuk penyamarataan populasi yang berasal dari penelitian dengan sampel yang dipilih oleh peneliti.⁷

d. Pendekatan Analisis Isi

1) Pendekatan Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan keseluruhan suatu pesan secara detail.

⁶ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, 17-26.

⁷ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, 27-30.

Desain analisis deskriptif tidak bisa digunakan untuk menguji sebuah hipotesis atau menguji hubungan di antara variabel lainnya. Oleh karena itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan aspek-aspek karakteristik suatu pesan.

2) Pendekatan Eksplanatif

Analisis isi yang menggunakan pendekatan eksplanatif dapat menggunakan pengaruh hipotesis tertentu. Hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya bisa menggunakan pendekatan eksplanatif. Dalam penelitian eksplanatif, peneliti tidak cukup menggambar secara deskriptif, namun peneliti harus membuat hubungan antara isi pesan dengan variabel lainnya. Pendekatan eksplanatif dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a) Untuk menjawab pertanyaan atau pengujian hipotesis harus menggunakan alat ukur analisis isi dari sejumlah variabel.
- b) Perbedaan setiap variabel menurut komunikator, waktu dan konteks bisa digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan.

3) Pendekatan Prediktif

Analisis isi yang berusaha memprediksi hasil dari variabel dalam analisis isi. Dalam penelitian ini, peneliti harus menggunakan metode penelitian yang lain, seperti survei dan eksperimen. Tetapi dari dua hasil tersebut harus dihubungkan dan saling berkaitan.⁸

e. Tahapan Analisis Isi

Metode analisis isi sama halnya dengan metode-metode yang lainnya dan memiliki proses prosedur dalam penyusunannya. Tahapan-tahapan ini dilakukan agar peneliti menggunakan metode analisis isi dengan baik dan benar. Adapun tahapan-tahapan dalam metode analisis isi adalah sebagai berikut :

1) Perumusan Tujuan Masalah

Perumusan tujuan masalah ini digunakan untuk mengetahui masalah penelitian dan untuk menjawab lewat metode analisis isi yang digunakan.

⁸ Gusti Arafat, "Membongkar Isi Pesan Dan Media Dengan Content Analysis Gusti Yasser Arafat UIN Antasari Banjarmasin" 17, no. 33 (2018): 32-48.

2) **Konseptualisasi dan Operasionalisasi**

Pada tahapan ini peneliti mampu merumuskan konsep penelitian dan melakukan operasionalisasi, sehingga konsep yang dilakukan oleh peneliti bisa diukur.

3) **Lembar Coding**

Lembar coding ialah memasukkan hal yang ingin dilihat dalam cara pengukurannya, sehingga menurunkan operasionalisasi ke dalam lembar coding.

4) **Populasi dan Sampel**

Populasi dan sampel ini peneliti perlu melakukan merumuskannya dalam analisis isi, apakah populasi yang digunakan bisa diambil semua. Namun, jika tidak menggunakan teknik penarikan, maka bisa menggunakan sampel dan jumlah sampel yang akan di analisis.

5) **Pelatihan *Coder* dan Pengujian Validitas Reliabilitas**

Peneliti menguji reliabilitas, jika realibitas yang digunakan belum memenuhi syarat. Maka dilakukannya perubahan lembar coding samapai angka realibilitas tinggi. Pelatihan *coder* dilakukan untuk membaca dan menilai isi penelitian.

6) **Proses *Coding***

Proses *coding* dilakukan untuk mengkode semua isi berita ke dalam lembar coding yang telah disusun oleh peneliti.

7) **Perhitungan Realibilitas Final**

Perhitungan ini dilakukan untuk menghitung angka realibilitas dari hasil coding yang diperoleh oleh peneliti dengan menggunakan rumus yang sudah tersedia.

8) **Input Data dan Analisis**

Proses ini digunakan untuk melakukan input data dari lembar *coding* dan analisis data.⁹

2. **Pesan Dakwah**

Pesan adalah segala sesuatu yang dikomunikasikan dari komunikator kepada khalayak. Pesan pada dasarnya bersifat abstrak dan pesan akan menjadi kongkret, jika diterima oleh

⁹ Eriyanto, *Analisi Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, 56-57.

komunikasikan dalam bentuk visual, simbol, audio, mimik dan gerak-gerak lainnya.¹⁰

Pesan adalah segala sesuatu ucapan dari da'I yang disampaikan kepada mad'u. da'i menyampaikan pesan bisa berupa tentang materi ajaran Islam yang terdapat di dalam kitabullah dan sunnah rasul-Nya. Sumber pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i bersumber pada al-Quran, al-Hadis, ijtihad, serta fatwa ulama. Karena al-Quran dan al-Hadis sebagai sumber pertama untuk menyampaikan pesan dakwah. Sedangkan ijtihad atau fatwa ulama dijadikan sumber penjelas atau penguat terhadap al-Quran dan al-Hadis. Pesan dakwah adalah sesuatu yang disampaikan di dalam proses materi dakwah. Karena pesan dakwah adalah unsur yang terpenting dalam pelaksanaan dakwah dan menentukan keberhasilan sebuah materi yang diterima oleh komunikan. Materi yang disampaikan oleh da'i atau komunikator harus berkesinambungan dan dibutuhkan oleh mad'u, sehingga pesan dakwah tersebut membawa mad'u dalam sasaran yang tepat. Sumber utama untuk menyampaikan pesan dakwah adalah bersumber dari Al-Quran. Karena Al-Quran berfungsi sebagai pedoman hidup manusia di dunia dan di akhirat. Selain Al-Quran, al-Hadist biasa digunakan untuk menyampaikan sumber-sumber pesan dakwah, kemudian ijtihad dan fatwa ulama dijadikan sebagai penjelas dan penguat al-Quran dan al-Hadist.

Untuk menyampaikan suatu pesan dakwah harus dibutuhkan berdakwah. Dalam penyampaian pesan itulah memerlukan komponen dakwah, antara lain sebagai berikut :¹¹

a. Pengertian Dakwah

Pengertian dakwah dalam buku pengantar ilmu dakwah memiliki dua definisi yaitu menurut bahasa dan istilah. Dakwah menurut bahasa memiliki arti panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan dakwah menurut istilah adalah memanggil menyeru dan mengajak kebaikan. Selain itu secara terminologi, dakwah menurut para ahli memiliki pengertian sebagai berikut :

¹⁰ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 62.

¹¹ Kamaluddin, "Pesan Dakwah," *kajian ilmu-ilmu keislaman* Vo.2, no.2 (2016), 39-40.

- 1) Syaikh Abdul Ba'alawi
 Dakwah adalah mengajak mad'u atau seseorang yang belum mengerti tentang agama Islam, kemudian da'i menyeru mad'u ke jalan yang benar dan di rindhoi Allah Swt. Agar mad'u mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat.
- 2) Muhammad Natsir
 Dakwah adalah kewajiban seorang muslim untuk mengajak orang lain dengan cara amal ma'ruf nahi mungkar.
- 3) Prof. Toha Yahya Oemar
 Dakwah Islam adalah sebagai upaya untuk mengajak umat muslim maupun umat lainnya dengan cara yang bijaksana dan menuju jalan yang baik sesuai dengan ketetapan Allah Swt.
- 4) Syaikh Ali Makhfudz
 Dakwah islam adalah dakwah yang diggunakan untuk mendorong manusia melakukan kebaikan dan menjauhi larangan-larangan dari Allah swt. Agar umat manusia bahagia di dunia dan di akhirat.
- 5) Hamzah Ya'qub
 Dakwah adalah mengajak umat muslim dengan cara yang hikmah dan bijaksana, sesuai petunjuk dari Allah Swt.
- 6) Syaikh Muhammad Abduh
 Dakwah adalah fardhu yang diwajibkan kepada umat muslim untuk menyeru kebajikan dan meninggalkan larang-larangan dari Allah Swt.¹²

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah aktivitas untuk menyeru individu maupun masyarakat luas agar mengubah situasi yang tidak baik ke situasi yang lebih baik. Berikut pengertian dakwah secara istilah, antara lain :

- 1) Dakwah adalah kegiatan untuk mengamalkan ajaran islam kepada umat muslim lainnya dengan cara menyeru dan mengajak kepada hal yang sudah ditetapkan oleh Allah Swt.

¹² Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 1-2.

- 2) Dakwah adalah ajaran Islam yang disampaikan dengan kesadaran.
- 3) Dakwah adalah suatu aktivitas yang menyampaikan ajaran islam kepada mad'u dengan menggunakan metode tertentu.
- 4) Dakwah adalah kegiatan yang sudah direncanakan untuk mencari sebuah kebahagiaan yang dirindhoi oleh Allah Swt.
- 5) Dakwah digunakan sebagai pandangan hidup dalam sikap bathin maupun perilaku umat muslim yang menyimpang dan tidak sesuai dengan ajaran agama Islam.¹³

b. Unsur-unsur Dakwah

Penyampaian pesan dakwah harus memiliki unsur-unsur dakwah yang terkandung dalam kegiatan berdakwah, unsur-unsur tersebut adalah :

- 1) Da'i (subjek dakwah) adalah seseorang yang menyiarkan dakwah kepada masyarakat (objek dakwah). Setiap da'i bisa melakukan berdakwah secara individu maupun secara berorganisasi. Seorang da'i adalah umat muslim atau muslimat yang menyampaikan dakwah sebagai tugas yang pokok untuk berdakwah. Selain itu, da'i juga disebut dengan ahli dakwah, *wa'ad*, *mubaligh mustama'in* dan seorang da'i harus bisa menyeru, mengajak, memberi pelajaran kepada mad'u tentang agama islam, alam semesta, dan kehidupan di dunia maupun diakhirat. Dalam kegiatan berdakwah da'i sangat berperan penting, tanpa mengajarkan ajaran islam kepada masyarakat, maka kehidupan ideologi dalam masyarakat tidak akan terwujud. Oleh dari itu, ajaran islam harus disebarakan untuk dijadikan pondasi, ide, dan ajaran masyarakat.¹⁴
- 2) Mad'u (objek dakwah) adalah masyarakat yang menjadi sasaran dakwah, baik individu, kelompok dan manusia yang beragama islam maupun manusia yang beragama islam. Secara sederhana dakwah mengajak kepada manusia yang belum mengenal Islam, agar

¹³ Muhammad Munir & Wahyu Illaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2006), 21.

¹⁴ Wahyu, *Manajemen Dakwah*, 22.

mereka mengikuti agama Islam dan memeluk agama Islam.¹⁵ Sedangkan untuk manusia yang sudah beragama Islam bertujuan untuk meningkatkan keimanan terhadap Islam. Di dalam Al-Quran surah al-Baqarah ayat 2-20 disebutkan bahwa mad'u dibagi menjadi tiga bagian yaitu, golongan orang kafir, golongan mukmin dan golongan munafik. Mad'u dalam kehidupan manusia sehari-hari di golongkan dari profesi, ekonomi, dan lingkungannya. Berikut penggolongan mad'u sesuai kehidupan masyarakat :

- a) Dari segi wilayah terdiri dari masyarakat pegunungan, pedesaan, perkotaan, kota kecil hingga masyarakat pinggir laut.
 - b) Dari segi status sosial di tanah jawa meliputi golongan priyayi, abangan, dan santri.
 - c) Dilihat dari segi tingkatan usia meliputi, golongan anak-anak, remaja dan orang tua.
 - d) Berdasarkan segi profesi dibagi menjadi lima bagian yaitu, petani, pedagang, seniman, buruh dan pegawai negeri.
 - e) Dilihat dari segi ekonomi masyarakat dibagai menjadi tiga bagian yaitu, kaya, menengah dan miskin.
 - f) Mad'u dibagi berdasarkan jenis kelamin di bagi menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan.
 - g) Dilihat dari masyarakat yang berkebutuhan khusus di dalam masyarakat yaitu, masyarakat tunawisma, tunasusila, tunakarya dan lain sebagainya.¹⁶
- 3) Materi dakwah (maddah) adalah materi atau isi pesan yang disampaikan kepada mad'u. karena sebelum berdakwah materi dakwah harus dipersiapkan terlebih dahulu, agar diterima mad'u dengan jelas.¹⁷ Dalam materi dakwah harus tentang ajaran islam, dan secara umum materi dakwah dibagi menjadi empat, yaitu :
- a) Akhidah (Keimanan)

Aspek akidah adalah ilmu yang dijadikan atau dipelajari untuk membentuk moral perilaku atau

¹⁵ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah," *Al-munzir*, Vo. 9, No. 1 (2016): 29-46.

¹⁶ Amimudin, *Konsep Dakwah*, 32.

¹⁷ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 8.

akhlak manusia. Oleh karena itu, akidah dijadikan sebagai materi dakwah yang pertama untuk dijadikan akidah atau keimanan seseorang. Selain itu, akidah juga mempunyai perbedaan dengan agama yang lainnya, antara lain:

1. Syahadat, seseorang muslim atau islam harus bisa mengucapkan syahadat sebagai dasar persaksian antara manusia dan Allah Swt.
2. Cakrawala, seorang muslim harus mempunyai pandangan yang luas tentang Allah Swt adalah Tuhan seluruh alam semesta.
3. Aqidah dijadikan sebagai ketahanan antara iman dan Islam antara iman dan amal perbuatan. Oleh karena itu, akidah dijadikan sebagai pedoman dalam bermasyarakat.¹⁸

b) Syariah

Syariah adalah kegiatan ibadah dan muamalah yang dilakukan di tengah masyarakat dan ber kesinambungan dengan orang banyak. Materi yang disampaikan dengan tema syari'ah bersifat sangat luas (universal) dan mencakup seluruh umat Islam, karena syariah merupakan jantung dari agama Islam yang tidak boleh terpisahkan dari kehidupan umat Islam dan materi syariah juga menjelaskan tentang hak-hak umat muslim dan nonmuslim. Adapun materi syariah seperti, ibadah, mawaris, muamalah, munakahat, jinayah dan siyasah. Untuk itu ibadah mencakup beberapa aspek seperti, shalat, zakat, puasa, haji dan sunnah-sunnah lainnya. Sedangkan mu'amalah aspek yang mempelajari tentang tata cara dalam perekonomian seperti jual-beli, simpan pinjam, pengadaian dan kerjasama. Munakhat mencakup aspek berumah tangga seperti, nikah, thalak, dan mahar. Mawaris mempelajari aspek tentang harta warisan, syiah diggunakan untuk mengatur sebuah hukum kekuasaan dan politik. Sedangkan jinayah merupakan pelajaran untuk mempelajari hukum pidana. Dengan adanya materi dakwah tentang

¹⁸ Illaihi, *Manajemen Dakwah*, 24-26.

syariah ini, maka tatanan dunia bisa diatur dengan baik.

c) Akhlak

Akhlak secara etimologi yang berasal dari basa Arab memiliki arti *Khulqun* yang berarti budi pekerti, tabiat maupun tingkah laku. Sedangkan secara terminologi akhlak memiliki keterkaitan antara masalah tabiat dan kondisi batin untuk mempengaruhi suatu perilaku manusia. Materi akhlak diprioritaskan untuk menentukan sebuah baik dan buruknya akal, dan kalbu dijadikan sebagai kestandaran dalam kebiasaan diri di masyarakat. Dengan begitu materi akhlak dalam agama Islam mengenai tentang sifat dan kriteria perbuatan manusia dalam memenuhi kewajibannya. Dapat diartikan bahwa akhlak adalah tiang untuk orang yang bertakwa dalam menggunakan akal dan memprioritaskan sebuah akhlak mulia untuk dijadikan sebuah ajaran agama Islam. Dalam Islam akhlak dibagi menjadi dua yaitu, akhlak mulia yang menjadi tujuan yang baik sedangkan akhlak tercela adalah akhlak yang harus dijauhi. Untuk itu, dalam materi akhlak akan dikemukakan sifat-sifat yang dimiliki oleh umat Islam yaitu, sabar, jujur, adil, tawadlu' dan pemurah.

4) Metode Dakwah

Metode dakwah memiliki dua kata yang berasal dari *meta* (melalui) dan *hodos* (cara atau jalan). Jika dijabarkan kata metode dakwah adalah suatu teknik atau cara yang harus dilalui untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan dalam bahasa Yunani metode memiliki arti *methodos* yang memiliki arti jalan, sedangkan dalam bahasa arab kata metode memiliki makna *thariq*. Selain itu, metode dakwah memiliki arti yang berbebeda dari sudut pandang para pakar ilmuwan, diantaranya sebagai berikut :

Pertama, metode dakwah menurut Baikhall Khauli, yaitu suatu proses untuk menghidupkan peraturan-peraturan Islam kembali dan

mentransformasikan umat Islam dari keadaan yang kurang baik ke keadaan yang baik.

Kedua, metode dakwah menurut Syekh Ali Mahfudz yaitu dakwah adalah mengajak seseorang untuk berbuat kebaikan dan meninggalkan keburukan. Agar bisa bahagia dunia akhirat.

Secara garis besar metode dakwah dapat diartikan bahwa untuk menyampaikan suatu dakwah harus memiliki cara-cara tertentu yang dilakukan oleh da'i kepada mad'u. Tujuan dalam penyampaian dakwah harus bertujuan atas dasar kasih sayang dan hikmah.¹⁹

5) Efek Dakwah

Efek dakwah adalah respon dari mad'u atau yang disebut dengan umpan balik (feed back). Jika dakwah sudah dilakukan dalam penyampaian sebuah materi dakwah, maka akan timbul *feed back* dari mad'u. Jika tidak ada *feed back* dari mad'u, maka penyampaian pesan tersebut belum sempurna atau kesalahan cara da'i dalam penyampaian pesan tersebut. Dalam efek dakwah ini harus memiliki tujuan yang hendak di capai dalam penyampaian dakwah.²⁰ Adapun tujuan tersebut dibagi menjadi dua cara yaitu, tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek adalah agar manusia yang menerima dakwah tersebut bisa mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menciptakan akhlak yang mulia, keluarga yang sakinah dan membentuk bangsa yang sejahtera. Sedangkan tujuan jangka panjang yang dimaksud adalah agar manusia tersebut tetap menjalankan apa yang dilakukan di tujuan jangka pendek.²¹

c. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana atau media yang digunakan untuk menyampaikan dakwah tentang ajaran Islam kepada mad'u. Dengan adanya media dakwah ini sangat membantu dan mempermudah untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Selain itu media dakwah juga memiliki pengertian lain yaitu suatu alat penunjang

¹⁹ M. Munir, *Metode Dakwah*, 6-8.

²⁰ Illaihi, *Manajemen Dakwah*, 35.

²¹ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 9.

berdakwah yang bertujuan untuk mengefektifkan da'i dalam penyampaian pesan kepada mad'u. Dalam era digital seperti ini, banyak media massa yang digunakan sebagai alat untuk penyampaian dakwah. Maka seorang da'i harus pintar dalam memilih media massa yang digunakannya.²² Berikut macam-macam media dakwah yang digunakan untuk berdakwah, antara lain sebagai berikut :

1) Media Massa

Media massa dipergunakan jika khalayak berjumlah sangat banyak dan bisa mencakup di wilayah mad'u yang berbeda-beda dan jauh. Media masa yang digunakan seperti, televisi, radio, surat kabar, maupun majalah.

2) Media Audio

Media audio adalah media yang digunakan sebagai alat penunjang dakwah yang berupa audio dan didengarkan dengan alat indera telinga.²³ Media audio memiliki dua macam, yaitu :

Pertama, radio digunakan sebagai alat media berdakwah sangat efektif dan efisien. Karena radio bersifat langsung dalam meyampaikan sebuah dakwah melalui mikrofon dan penyampaiannya tidak memerlukan proses yang panjang seperti majalah, koran maupun pres.²⁴

Kedua, tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi sebagai rekaman dalam bentuk pita kaset. Pita kaset tersebut didalamnya sudah berisi file rekaman yang kemudian kita tinggal memutar dalam bentuk suara. Jika seorang da'i menggunakan tape recorder seperti ini maka diperlukan persiapan yang matang. Karena intonasi, suara, dan dalil-dalil harus benar-benar benar dan tidak memiliki kesalahan.

3) Media Audio Visual

Media visual adalah media yang bisa didengarkan dan dilihat oleh khalayak. Media visual memiliki unsur gambar dan unsur audio, jadi memudahkan khalayak

²² Aminuddin, "Media Dakwah," *Al-munzir*, Vo. 9, No.2 (2016), 348.

²³ Aminuddin, "Media Dakwah", 352

²⁴ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2004), 412.

untuk menyimaknya.²⁵ Berikut macam-macam media audio visual, antara lain :

Pertama, televisi adalah media elektronik yang menangkap suatu gambar dan audio yang dapat dilihat dari jarak jauh. Jika dakwah Islam menggunakan media televisi memungkinkan sangat efektif diterima oleh masyarakat. Karena kebiasaan masyarakat pedesaan banyak menghabiskan waktu di depan televisi. Jadi, dakwah yang disampaikan di media televisi otomatis jangkauannya lebih banyak dan memberi kesan keagamaan terhadap masyarakat yang menontonya.

Kedua, film bisa dikatakan sebagai movie atau gambar hidup, karena di dalam film terdapat beberapa bentuk yaitu, seni, hiburan dan bisnis. Jika dakwah ditayangkan dalam bentuk film harus memiliki keseriusan yang sangat tinggi di mulai dari membuat naskahnya, shooting dan actingnya. Selain itu, pembuatan film tentang berdakwah juga memerlukan biaya yang banyak dan proses waktu yang panjang. Namun, hasil dari film tersebut bisa dijangkau berberpa kalangan.²⁶

4) Media Visual

Media visual adalah media yang hanya dilihat dengan mata dan dibaca sendiri melalui indera mulut. Berikut macam-macam media visual, antara lain :

Pertama, pers adalah media cetak yang berupa majalah, tabloid dan sebagainya. Jika media pers dijadikan sebagai sarana untuk berdakwah, maka mad'u (pembaca) tidak terikat oleh waktu. Media pers ini sangat efektif bagi pembacanya, jika pembacanya lelah maka boleh dilanjut atau tidak sesuai kebutuhan pembaca.

Kedua, surat adalah surat yang berisi tentang pernyataan tulisan dari sebuah pihak dan bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada pembaca atau pihak lain. Surat memiliki fungsi tertentu yaitu, sebagai fungsi pedoman untuk mengambil tindakan yang lebih lanjut dari masalah, sebagai alat ukur dari intansi, dan sebagai sarana untuk memperpendek jarak.

²⁵ Aminuddin, "Media Dakwah", 352.

²⁶ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 352.

Pada zaman Nabi saw dakwah melalui surat sudah dicontohkan, yaitu dikirim melalui kurir. Pada zaman sekarang pesan tersebut bisa diakses di internet, dan pembaca mudah untuk mengakses.

d. Jenis-jenis Pesan Dakwah

Sumber pesan dakwah jika ditarik ke dalam garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu, al-Quran dan hadis dijadikan sumber utama dalam berdakwah, selain al-Quran dan hadis dijadikan sebagai bahan tambahan dalam menyampaikan pesan dakwah.²⁷ Jenis pesan dakwah diantaranya sebagai berikut :

1) Ayat-ayat al-Quran

Al-Quran adalah wayu penyempurnana yang diturunkan Allah Swt kepada nabi Muhammad Saw dan melalui perantara dari malaikat Jibril a.s. Seseorang yang mempelajari al-Quran , maka dapat mengetahui kandungan yang terdapat di dalam kitab Taurat, kitab Zabur, dan kitab Injil. Kitab-kitab tersebut diturnukan dalam bentuk lembaran wahyu yaitu shahfifah Nabi Nuh a.s, shahfifah Nabi Ibrahim a.s, shahfifah Nabi Ibrahim a.s dan lain sebagainya.

Selain itu, al-Quran juga memuat keterangan yang di luar wahyu-wahyu yang terdahulu. Untuk melihat wahyu terdahulu dalam al-Quran, seseorang bisa menelaah kandungan surah al-Fatihah yang diungkapkan oleh ulama disebut sebagai ringksan al-Quran. Karena di dalam surah al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang menjadi pondasi dalam berdakwah, yaitu akidah (ayat 1-4), ibadah (ayat 5-6), dan muamalah (ayat 7).

Semua pokok ajaran Islam terdapat di dalam al-Quran, sedangkan secara detailnya di jelaskan di dalam hadis. Dalam mengutip sebuah ayat al-Quran untuk dijadikan sebuah pesan dakwah, harus memperhatikan etika dalam penulisan maupun pengucapan. Adapun etikanya antara lain :

Pertama, pengucapan maupun penulisan ayat al-Quran harus teliti dan benar. Jika kekurangan dalam tanda baca saat membaca maupun menulis bisa

²⁷ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 424-425.

mengubah makna ayat al-Quran. Untuk membaca dan menulis ayat al-Quran dengan benar maka memerlukan pedoman (*tajwid*) agar tidak salah dari makna ayat al-Quran.

Kedua, penulisan dan pengucapan ayat al-Quran sebaiknya disertai dengan terjemahannya, agar mitra dakwah bisa mengerti bahasa Arab yang terdapat di dalam al-Quran. Karena tidak setiap orang memahami akan arti ayat al-Quran.

Ketiga, dalam membaca al-Quran seseorang harus benar-benar suci dan berwudhu. Selain itu penempatan lembarab-lembaran ayat al-Quran harus diletakkan pada tempat yang bersih dan tidak kotor.

Keempat, untuk membaca ayat al-Quran sebaiknya dibaca dengan *bertartil* dan jelas. Dan untuk menulis al-Quran menggunakan tulisan arab agar mudah dibaca.

Kelima, pengucapan ayat al-Quran sebaiknya jangan di penggal, jika dipenggal maka memiliki arti yang tidak kesinambungan. Apabila seseorang membaca ayat al-Quran tidak mampu samapai akhir, sebaiknya berhenti dahulu dan diulang dari hentian ayat al-Quran tersebut.

Keenam, ayat al-Quran yang di dakwahkan harus relevan sesuai dengan topik yang akan disampaikan kepada mad'u.²⁸

2) Hadis Nabi

Hadis merupakan penunjan al-Quran untuk menyampaikan pesan dakwah. Hadis adalah hal-hal yang berkenaan dengan nabi Saw. yang meliputi ciri khas, sifat, perbuatan, ucapan dan ketetapan. Jumlah hadis Nabi Saw. yang tercantum dalam kitab itu sangat banyak. Untuk itu, para pendakwah atau da'i harus bisa mencari hadis yang sah dan memahami kadungan dari hadis tersebut.

Jika sesorang atau pedakwah ingin mengutip hadis Nabi Saw. maka diperlukan etika untuk mengutipnya. Etika yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut :

²⁸ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 416-418.

Pertama, pedakwah harus memilih hadis yang memiliki kualitas tinggi dan menelusuri kesahihan yang diakui oleh ulama.

Kedua, penulisan dan pengucapan hadis harus benar. Jika dalam pengucapannya salah, maka menimbulkan perubahan dalam makna.

Ketiga, penulisan maupun pengucapannya harus disertai dengan terjemahannya, agar mudah dipahami oleh mitra dakwah. dalam terjemahannya pedakwah sebaiknya bisa membedakan antara *matan* hadis dan perawinya.²⁹

3) Pendapat para sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup pada masa Nabi SAW., dan orang itu pernah bertemu dan beriman kepadanya maka disebut dengan sahabat Nabi SAW. dalam pembelajaran kepada beliau dilakukan secara langsung yang memiliki nilai tinggi. Diantara sahabat-sahabat Nabi SAW., beliau memiliki sahabat senior dan sahabat junior yaitu, *kibar al-shahabah* (sahabat senior) dan *shighar al-shahabah* (sahabat junior). Di dalam kitab hadis pendapatnya berasal dari sahabat senior Nabi SAW., karena sahabat senior itulah yang sudah ikut dari waktu masuk Islam, perjuangan, dan kedekatannya dengan Nabi SAW.

Jika seseorang ingin mengutip pendapat para sahabat Nabi SAW., maka harus memperhatikan beberapa etika yaitu, jika ingin mengutip tidak boleh bertentangan dengan al-Quran dan hadis, harus menyebutkan nama sahabat yang ingin dikutip, dan menulis dengan singkatan r.a dibelakang nama sahabat.³⁰

4) Pendapat Para Ulama

Ulama adalah orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud dari ulama disini dikhususkan untuk orang yang beriman dan menguasai ilmu keislaman secara mendalam serta menjalankan dalam kedadapan sehari-hari. Maksud dari pengertian ini, kita menghindari dari pendapat para ulama yang buruk (*ulama' al-su'*) yaitu ulama jika

²⁹ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 319.

³⁰ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 320.

berdakwah tidak berpegangan pada al-Quran dan hadis dan tidak ada kesesuaian antara ucapan dan perbuatannya. Selain itu, pendapat para ulama dibagi menjadi dua bagian, yaitu pendapat yang telah disepakati atau sudah sah (*al-muttafaq 'alaih*) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhtalaf fih*). Dari dua macam pendapat tersebut, tentu saja yang memiliki nilai tertinggi adalah pendapat yang telah disepakati atau pendapat yang pertama.

Jika kita ingin menggunakannya dan pendapat ulama yang bersebrangan, maka kita mencoba menggunakan kompromi (*al-jam'u*) atau memilih argumen yang lebih kuat untuk dijadikan sebuah pendapat. Selain itu, ada beberapa etika yang harus diperhatikan dalam mengutip pendapat ulama, antara lain :

Pertama, tidak bertentangan dengan al-Quran atau hadis, serta jika ingin mengutip harus disebutkan nama ulama yang hendak dikutip.

Kedua, sebaiknya memilih pendapat para ulama yang tertulis agar memperkecil keliruan tanggapan dari orang lain.

Ketiga, memilih pendapat ulama yang paling dasarnya dan menambah wawasan masyarakat.

Keempat, pendapat ulama sangat beragam varian, oleh karena itu kita harus menghargai setiap pendapat para ulama.³¹

5) Kisah dan Pengalaman Teladan

Jika seorang mitra dakwah kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang kita sampaikan. Maka kita harus mencari upaya lain yang memudahkan untuk berdakwah seperti, menceritakan kisah Nabi SAW dan keteladanan yang dilakukan oleh Nabi SAW. Selain itu pedakwah harus meyakinkan argumentasinya dalam kehidupan sehari-hari dan mencertikan sesuai dengan topik yang disampaikan.

6) Hasil Penelitian Ilmiah

Hasil penelitian ilmiah harus bersifat relatif dan reflektif, karena dengan adanya sifat relatif nilai

³¹ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 322.

kebenarannya bisa berubah-ubah sedangkan sifat reflektif mencerminkan realitasnya sebuah penelitian. Untuk itu seseorang da'i jika ingin mengutip hasil penelitian ilmiah harus mempunyai etika yang harus dipegang, yaitu :

Pertama, harus menyebutkan objek penelitian yang sesuai dengan topik dakwah.

Kedua, dalam menyampaikan atau menyajikan hasil penelitian ini harus dengan kalimat yang jelas, singkat dan tidak bertele-tele.

Ketiga, hasil penelitian ilmiah ini bertujuan untuk menguatkan pesan utama dakwah bukan digunakan untuk memperkuat sebuah penelitian.

7) Karya Seni

Karya seni merupakan karya yang memiliki keindahan yang tinggi dan bersifat subjektif. Karya seni disampaikan dalam bentuk komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Pesan dakwah dalam jenis ini bisa ditafsirkan oleh siapapun yang melihatnya. Jika seseorang ingin menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah. Maka seseorang harus memiliki etika yang harus diperhatikan, yaitu :

Pertama, karya seni yang dijadikan sebagai pesan dakwah tidak boleh bernuansa fotografi, menghina sara, melecehkan seseorang bahkan mengakibatkan dampak yang negatif.

Kedua, untuk menulis ayat atau hadis yang dijadikan sebagai karya seni, maka karya seni tidak boleh tentang makhluk hidup. Karya seni harus berupa alam, atau masih ayat al-Quran yang menjadi kaligrafi. Jika karya seni tentang makhluk hidup dikhawatirkan akan menimbulkan syahwat.³²

8) Karya Sastra

Karya sastra adalah karya yang disampaikan dalam bentuk komunikasi verbal (ucapan). Karena karya sastra memiliki nilai keindahan dalam menyentuh perasaan dan memiliki nilai kebijakan dalam menggugah hati yang mendengarkannya. Karya sastra yang dijadikan untuk menyampaikan pesan dakwah

³² Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 232-324.

bisa berupa syair, puisi, pantun, maupun lagu. Jadi tidak semua karya sastra dijadikan sebagai pesan dakwah, tetapi karya sastra juga bisa digunakan sebagai pemujaan berhala. Oleh sebab itu, jika kita menyampaikan dakwah dengan karya sastra maka harus memperhatikan beberapa etika, diantaranya sebagai berikut :

Pertama, isi dari karya sastra harus memiliki hikmah yang mengajak seseorang untuk taat kepada agama Islam dan mendorong untuk berbuat kebaikan.

Kedua, untuk menyampaikan karya sastra berupa syair maka harus memiliki nilai sastra yang tinggi untuk digunakan sebagai pesan dakwah.

Ketiga, jika penyampaian pesan dakwah menggunakan musik, maka sebaiknya tidak menggunakan musik yang berlebihan. Karena tidak semua ulama menyukai alat musik untuk menyampaikan sebuah pesan dakwah.³³

Dalam penyampaian pesan dakwah seorang da'i harus melakukan teknik penyusunan dakwah. Maksud dari penggunaan teknik penyampaian pesan ini agar bisa membedakan fungsi pesan verbal dan non verbal. Adapun teknik penyusunan pesan sebagai berikut :

a) Penyusunan pesan yang bersifat informatif

Model dari pesan yang bersifat informatif biasanya digunakan untuk menambah wawasan dan kesadaran khalayak. Proses dalam menyampaikan pesan ini bersifat ke arah penyebaran, sederhana, jelas dan tidak mempengaruhi orang lain.³⁴ Adapun penyusunan pesan yang bersifat informatif memiliki empat macam, antara lain :

Pertama, *space order* ialah penyusunan pesan yang melihat suasana dan tempat terlebih dahulu, seperti nasional, daerah dan internasional.

Kedua, *Time order* ialah penyusunan pesan yang disusun secara kronologis berdasarkan waktu dan periode.

³³ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 327-330.

³⁴ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 111.

Ketiga, *Deducative order* ialah penyusunan pesan yang dimulai dari hal-hal yang umum ke spesifik atau khusus.

Keempat, *Inductive order* ialah penyusunan pesan mulai dari hal-hal spesifik ke umum.

b) Penyusunan pesan yang bersifat persuasif

Model dari pesan yang bersifat persuasif bertujuan untuk mengubah presepsi khalayak, agar mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu, pesan yang disampaikan oleh sumber komunikasi harus memiliki perubahan yang diinginkannya dan pesan yang disampaikannya berhasil.³⁵ Adapun teknik dalam penyusunan pesan yang bersifat persuasif, antara lain :

Pertama, *fear appeal* yaitu teknik penyusunan pesan yang menimbulkan rasa ketakutan bagi khalayak. Dalam penyusunan ini, pembicara menjelaskan tentang dampak negatif dari apa yang disampaikan seperti, ancaman dosa, musibah dan siksa kubur.

Kedua, *emotional appeal* yaitu teknik penyusunan pesan dengan membangkitkan emosional khalayak yang mendengarkan.

Ketiga, *reward appeal* yaitu teknik penyusunan pesan dengan menawarkan janji-janji kepada khalayak dan memberi kabar gembira. penyusunan pesan ini cenderung lebih ditetima oleh khalayak, karena memiliki ide yang penuh untuk menarik perhatian khalayak.

Keempat, *motivational appeal* yaitu penyampaian pesan dengan cara menanamkan internal psikologis. Sehingga khalayak dapat mengikuti pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Kelima, *humoris appeal* yaitu penyampaian pesan yang disertai dengan humor, agar khalayak tidak merasa jenuh. Dengan adanya penyusunan

³⁵ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 113.

ini, penyampaian pesan bisa diterima dengan mudah, enak dan menyegarkan bagi khalayak.³⁶

Selain itu, suatu penyampaian pesan dakwah dari da'i kepada mad'u pasti memiliki fungsi dan manfaat tersendiri, diantara fungsi dan manfaatnya sebagai berikut :

a) Fungsi Pesan

Pada fungsi pesan ini terdapat tiga pesan utama dalam menyenlenggarakan sebuah proses dakwah, tiga fungsi tersebut adalah :

Pertama, materi pesan yang disampaikan merupakan pedoman bagi da'i untuk mengarahkan semua proses aktivitas dalam berdakwah dan materi dakwah memang ditujukan kepada mad'u untuk meningkatkan substansi yang harus diajarkan.

Kedua, materi penyampaian pesan dakwah dijadikan sebagai bahan pedoman untuk mengarahkan mad'u dalam aktivitas proses dakwah.

Ketiga, materi merupakan tujuan akhir yang dicapai dalam berdakwah dan menghasilkan sebuah umpan balik atau *feed back* mad'u ke da'i.

b) Manfaat Pesan

Materi pesan merupakan sarana yang harus ada dalam proses berdakwah, agar memberikan tujuan dalam pencapaian pesan. Manfaat dari materi pesan dakwah bagi da'i adalah sebagai alat untuk mencapai keberhasilan terbentuknya perilaku mad'u dari apa yang disampaikan saat berdakwah. Sedangkan manfaat pesan bagi mad'u, jika materi yang disampaikan sangat jelas, menarik dan sesuai dengan kebutuhannya. Maka penyampaian pesan dakwah tersebut sangat memudahkan mad'u untuk memahaminya.³⁷

Semakin canggihnya teknologi, dakwah saat ini tidak hanya dilakukan secara tradisional seperti dakwah dengan bertatap muka secara langsung, melainkan sudah memanfaatkan teknologi

³⁶ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 116.

³⁷ Kamaluddin, "Pesan Dakwah," 56-57.

informasi dan komunikasi untuk menyampaikan pesan secara langsung melalui media-media elektronik kepada masyarakat.

Bentuk penyampain pesan dalam berdakwah ada tiga macam, yaitu ;

- a) Dakwah bil – lisan (komunikasi verbal) adalah cara penyampaian pesannya melalui kata-kata dan kalimat secara lisan. Secara etimologi dakwah bil lisan berasal dari kata dakwah yang memiliki kata dakwatan yaitu menyeru dan memanggil. Sedangkan lisan memiliki arti bahasa. Jika dijabarkan maka dakwah bil lisan ialah memanggil dan menyeru manusia ke jalan Allah SWT dalam menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mad'u untuk kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat.
- b) Dakwah bil – khitbah adalah penyampaian pesannya berbentuk karya tulis seperti menulis tentang dakwah di blog, membuat artikel, mengesahre tentang dakwah di media sosial, dan menulis di sebuah majalah. Dengan adanya tulisan tersebut, bisa menarik perhatian para mad'u untuk belajar tentang dakwah.
- c) Dakwah bil – hal (komunikasi non verbal) yaitu cara penyampaian pesannya dengan tindakan atau mencontohkan keteladanan dan bertujuan untuk mempengaruhi mad'u atau khalayak. Dakwah bil hal ialah sebuah metode dakwah yang menggunakan kerja nyata dan menggunakan faktor-faktor lainnya untuk mempengaruhi mad'u.³⁸

3. Media Radio

Radio adalah media yang dijadikan sebagai hiburan untuk mendengarkan musik yang relatif murah dan terjangkau. Radio sangat berbeda dengan media televisi, radio hanya berbentuk suara (audio). Sedangkan media televisi menggunakan audio visual yang dapat didengarkan dan dilihat oleh khalayak secara

³⁸ Munir, *Metode Dakwah*, 215.

kasat mata.³⁹ Media radio adalah sarana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Selain itu, media radio dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada khalayak untuk kehidupan sehari-hari. Media radio juga memiliki fungsi yang sama dengan media massa yang lainnya, yaitu media radio sebagai media untuk memberikan informasi, pendidikan, hiburan, mempengaruhi dan pengawasan.⁴⁰

a. Fungsi Radio

1) Media radio sebagai informasi

Radio sebagai media telekomunikasi dengan menyiarkan informasi yang berupa audio tanpa visual dengan hasil yang maksimal disebut informasi to inform. Peristiwa kejadian, gagasan, atau ide bisa dijadikan Informasi yang berupa audio dan disiarkan radio agar diterima khalayak pendengar. Manusia sangat berperan penting dalam menggunakan media, walaupun dengan media radio manusia bisa mendengarkan informasi yang disiarkan dalam bentuk berita, wawancara, bahkan reportase.

2) Media radio sebagai pendidikan

Fungsi pendidikan dari media radio adalah digunakan untuk proses pembelajaran antara komunikator dengan komunikan. fungsi pendidikan dijadikan sebagai sarana pembelajaran bagi pendengar. Pembelajaran tersebut berupa apa saja pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui media radio. Dengan adanya media radio sebagai fungsi pendidikan mampu merubah khlayak pendengar, mulai dari wawasan dan pengetahuan serta menumbuhkan daya imanjinasi anak.

3) Media Radio Sebagai Pengaruh

Radio sebagai media memengaruhi ialah karena komunikator sangat memegang peran penting dalam kebutuhan pendengar. Dengan demikian komunikator membawa peran penting dengan tujuan untuk merubah sikap dan perilaku pendengar masyarakat.

³⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast for Teen: Jadi Penyiar Itu Asyik Lho!* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2007), 21-22.

⁴⁰ Innayah, "Partisipasi Stasiun Radio the Participation of Radio Station To Broadcast" vol.18. no 2 (2014): 217-226.

Komunikator bisa memberikan informasi yang sangat dibutuhkan pendengar, sehingga informasi tersebut bisa merubah atau mempengaruhi pendengar radio.

4) Media Radio Sebagai Hiburan

Radio dikatakan sebagai hiburan karena untuk memberikan hiburan kepada pendengar. Jika pendengar galau tentang kehidupan bisa request lagu sesuai segment radio tersebut. Selain itu, radio sebagai hiburan tidak melulu tentang musik bisa saja hiburan tersebut bisa berupa talk show yang menyajikan tentang dunia anak remaja, cerita menyenangkan dan sebagainya.⁴¹

b. Karakteristik Media Radio

Media radio juga memiliki karakteristik yang hampir mirip dengan media massa televisi, majalah dan surat kabar. Media radio memiliki karakteristik yang sama dengan media massa lainnya, yaitu bersifat publik, universal, aktualitas dan berkesinambungan. Tetapi media radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya, antara lain :

1) Auditori

Radio adalah suara atau audio yang didengarkan oleh khalayak melalui indera telinga tanpa melihat visual seperti televisi. Radio disajikan dalam bentuk audio yang bersifat sepiantas (tidak dapat diulang kembali). Dengan begitu, produksi siaran radio harus jelas dan pendengar radio mudah memahami dan menerima siaran dengan baik.

2) Transmisi

Transmisi adalah sarana pemancar telekomunikasi untuk menyebarluaskan audio siaran kepada khalayak pendengar. Sinyal Radio Frekuensi (RF) diubah menjadi sinyal audio dan diterima oleh pesawat (*receiver*) disebut dengan transmisi.⁴²

3) Mengandung Gangguan

Dalam menyiarkan atau menyampaikan informasi di radio terdapat dua faktor gangguan yaitu

⁴¹ M. Nasor, "Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah," *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama* 12, no. 1 (2017): 105–107.

⁴² Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program Dan Teknik Produksi Siaran* (Bandung: NuansaCendekia, 2007), 14-15.

semantic noise factor kesalahan atau jenis ini mengarah kepada kesalahan pribadi penyiar yang berhubungan dengan pengucapan kata, penulisan naskah yang keliru, serta kesalahan persepsi pendengar dalam menangkap kata – kata yang asing. Sedangkan *channel noise factor* atau *mechanic noise factor* adalah kesalahan teknik pada peralatan radio maupun jaringan radio yang mengakibatkan suara penyiar dalam menyampaikan pesan tidak terdengar oleh khalayak pendengar.

4) Imajinatif atau *Theatre of Mind*

Media radio sangat berbeda dengan media massa lainnya, karena media radio bisa menciptakan atau gambaran melalui imajinasi pendengar. Imajinasi diperoleh dari suara dan kata yang disampaikan oleh penyiar. Dengan imajinasi, pendengar mampu membayangkan atau menggambarakan apa saja pesan atau informasi yang disampaikan oleh penyiar.

5) Identik dengan Musik

Tempat yang tepat untuk menemukan hiburan yang paling murah, cepat, dan menarik terutama dalam menampilkan hiburan berupa musik adalah radio. dibandingkan dengan memutar DVD atau Kaset yang sudah diketahui urutan lagunya, kemampuan radio dalam menyiarkan musik lebih berbeda atmosfirnya. Hal ini dikarenakan penampilan musik yang diputarkan di radio tidak bisa ditebak lagu apa yang akan disajikan oleh penyiar, hal inilah yang akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pendengar.⁴³

c. Keunggulan Radio

Adapun keunggulan media radio dibandingkan dengan media penyiaran yang lain adalah sebagai berikut:

1) Cepat dan Langsung

Media radio memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan media massa lainnya. Dalam menyampaikan suatu informasi peristiwa media radio tidak serumit seperti televisi atau koran. Karena untuk menyajikan berita di televisi atau koran itu memerlukan waktu yang panjang dengan proses yang

⁴³ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran*, 16.

rumit. Sedangkan media radio hanya menggunakan via telepon, repoter radio mampu menyiarkan peristiwa yang berada di lapangan secara tidak langsung. Kemudian informasi dari repoter mampu diterima pendengar dengan cepat.

2) Akrab dan Dekat

Media radio bisa dijadikan keakraban tersendiri bagi pendengar setia radio. Karena setiap pendengar tak mungkin mendengarkan radio secara berkelompok, tetapi biasanya pendengar radio cenderung mendengarkan sendirian. Hal inilah yang memicu media radio memiliki keakraban antara penyiar dengan pendengar.⁴⁴

3) Hangat dan Sederhana

Radio memiliki kehangatan tersendiri bagi pendengarnya, karena penyiar mampu memadukan kata – kata informal, musik dan informasi. Dari audio penyiar itulah mampu merubah emosi setiap pendengarnya.

4) Tanpa Batas

Radio dikatakan tanpa batas karena setiap penyiarannya mampu menembus berbagai ras, agama, dan suku. Media radio dalam penyiarannya pun tidak memandang kelas sosial, mulai dari tengah ke bawah maupun tengah ke atas pasti mendengarkan radio.

5) Bisa Mengulang

Siaran radio bisa diulang kembali oleh penyiar, tetapi ketika menggulang siaran informasi dilakukan secara cepat atau disebut dengan *transient nature* (kesementaraan alami).

6) Murah

Media radio dibandingkan dengan media massa lainnya memiliki keunikan tersendiri. Karena pendengar radio tidak ada namanya berlangganan bahkan pendengar radio tidak dipungut biaya. Beda dengan televisi atau majalah, pasti khalayak harus berlangganan dan membayarnya setiap bulan.

⁴⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast Journalism Paduan Menjadi Penyiar, Reporter Dan Scrip Writer* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2004), 24-27.

7) Fleskibel

Seorang pendengar radio tidak harus terikat di samping radio. Namun seorang pendengar bisa menikmati siaran radio dengan melakukan aktivitas lainnya, seperti memasak, bekerja, mengemudi, bersantai dan lain sebagainya.

d. Kelemahan Radio

1) Selintas

Siaran radio tidak bisa diulang kembali oleh penyiar, oleh sebab itu pendengar tidak bisa mengulang apa yang telah disirakan oleh penyiar. Untuk itu, pendengar harus mendengarkan dengan cermat agar tidak salah tangkap dari informasi yang ditangkap.

2) Global

Penyajian dalam siaran tidak bisa bersifat menentang atau sedetail mungkin. Karena pendengar radio itu bisa menjangkau antar kota, dan angka dalam radio itupun ikut dibulatkan. Apabila pendengarnya sampai 2.540, maka penyiar akan menyapa pendengar dengan angka 2.000 saja.

3) Batasan Waktu

Batas penyiran radio dibatasi sampai waktu 24 jam saja. Berbeda halnya dengan surat kabar, surat kabar bisa ditambah halamannya dengan seorang editor. Radio hanya ditetapkan samapai 24 jam saja tidak boleh lebih.⁴⁵

4) Beralur Linear

Program dalam siaran radio sudah ditentukan oleh manjer produksi, jadi programnya bisa dimulai dari musik anak-anak, informasi pagi, musik dangdut, musik pop indonesia dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, pendengar bisa menikmati siaran berdasarkan urutan program yang sudah ditentukan.

5) Mengandung Gangguan

Seperti media massa lainnya, radio juga memiliki gangguan teknis seperti jaringan yang mengakibatkan suara tenggelam dan tidak bisa didengarkan oleh pendengar radio.

⁴⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast Journalism Paduan Menjadi Penyiar, Reporter Dan Scrip Writer*, 28.

4. Penyiaran

a. Definisi Penyiaran

Menurut UU 32 Tahun 2002 lembaga penyiaran adalah lembaga yang berfungsi dan bertanggung jawab dalam menyiarkan informasi kepada khalayak. Lembaga penyiaran sudah memiliki payung teduh dalam UU 32 Tahun 2002. Lembaga penyiaran bisa menyiarkan di lembaga penyiaran swasta, publik, komunitas bahkan lembaga penyiaran yang berlangganan.⁴⁶

Penyiaran radio merupakan media massa yang berupa audio, dan bertujuan untuk menyalurkan informasi maupun gagasan terbuka. Suatu kegiatan yang bertujuan untuk menyalurkan atau memberitahukan suatu informasi disebut dengan penyiaran. Adapun pengertian lain dari penyiaran atau broadcasting adalah semua kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu informasi mulai dari pembuatan materi produksi, penyusunan materi siaran, pemancaran, hingga penerimaan hasil siaran kepada pendengar.⁴⁷

b. Jenis Stasiun Penyiaran

Stasiun penyiaran sudah dibagi oleh Undang-Undang Penyiaran Indonesia menjadi empat bagian, antara lain :

1) Stasiun Swasta

Stasiun penyiaran swasta merupakan penyiaran yang berbadan hukum dan bersifat komersial dalam menyampaikan siarannya. Stasiun swasta yang bersifat komersial memiliki tujuan untuk mengejar keuntungan dari jasa iklan yang sudah sah untuk disiarkannya. Dengan adanya radio yang bersifat komersial bisa membantu perekonomian masyarakat sekitar dan menambah daya minat pendengar untuk membeli suatu produk yang disiarkan oleh radio.

stasiun swasta untuk melakukan sebuah penyiaran melalui sistem analog dan diterima pendengar secara digital. Selain itu, stasiun swasta juga bisa menggunakan saluran multipleksing. Yang di maksud

⁴⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 85.

⁴⁷ Innayah, "Partisipasi Stasiun Radio Dalam Penyiaran Konten Pendidikan," *Balai pengembangan media radio pendidikan* vol 18, no 2, (2014) : 220.

dengan penyiaran multipukxing adalah siaran yang hanya membutuhkan satu channel saja dan mampu menampilkan beberapa program secara bersamaan.

2) Stasiun Komunitas

Komunitas adalah sekelompok seseorang yang terdiri dari tiga orang lebih dan berdomisil maupun berinteraksi di wilayah tertentu, yang meghasilkan sebuah pemikiran untuk memabngun sebuah stasiun radio bersifatnkomunitas. Stasiun komunitas merupakan stasiun yang dibentuk oleh badan hukum Indonesia. Stasiun komunitas bersifat independen dan memiliki daya rendah dalam memancarkan siaran. Selain itu, stasiun komunitas didirikan hanya untuk melayani kebutuhan komunitasnya tanpa mencari keuntungan sepeserpun.

Stasiun komunitas didirikan oleh seluruh anggota komunitasnya dan modalnya berasal dari anggota tersebut. Stasiun komunitas tidak seperti stasiun publik, swasta maupun berlangganan. Kaena stasiun komunitas khusus untuk menyiarkan tentang komunitas. Di sisi lain stasiun komunitas dalam penyiarannya hanya di batasi sampai lima jam per hari tidak boleh lebih. Radius pemancar radio komunitas dibatasi sampai maksimal 2,5 km dengan *effective radiated power* (ERP) maksimal sampai 50 watt dari lokasi pemancar.

3) Stasiun Publik

Stasiun publik ialah stasiun yang didirikan oleh negara dan berbentuk badan hukum yang bersifat independen, nertal, dan tidak komersial. Stasiun publik ini berfungsi sebagai layanan kepentingan msyarakat. Stasiun publik yang didirikan di Indonesia pertama kali ialalah Radio RRI (Radio Republik Indonesia). Untuk berjalannya sebuah program acara, stasiun publik harus memiliki strategi program yang jelas untuk menyiarkan sebuah acara.

4) Staiun Berlangganan

Stasiun berlangganan ialah lembaga penyiaran yang dibentuk oleh badan hukum di Indonesia. Radio berlangganan memiliki kemiripan dengan radio publik, dimana kendali radio tersebut dipegang oleh satu lembabga saja yaitu Lembaga Penyiaran Berlangganan.

Stasiun radio berlangganan telah diakui izinnya untuk menyelenggarakan penyiaran berlangganan. Dengan adanya stasiun berlangganan ini, bisa memancarkan siarannya kepada masyarakat yang berlangganan.⁴⁸

5. Radio Sebagai Media Dakwah

Radio adalah salah satu media massa yang digunakan sebagai menyalurkan informasi maupun hiburan. Media elektronik yang digunakan sebagai alat komunikasi berdakwah untuk menyampaikan pesan dakwah adalah radio. Dengan adanya radio mampu memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dari kemajuan zaman lewat media radio. Selain itu, radio juga berfungsi untuk mengubah suatu persepsi atau pola pikir masyarakat setelah mendengarkan siaran radio. Oleh karena itu, media radio bisa digunakan seefektif mungkin dalam menyampaikan pesan dakwah. Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efisien dalam siarannya. Dengan adanya media radio ini sangat menolong da'i dalam menyampaikan dakwah, yaitu tanpa bertemu dengan mad'u, seorang da'i bisa menyampaikan pesan dakwah sesuai materi.⁴⁹

Radio digunakan sebagai media dakwah harus memiliki sarana dalam menyampaikan sebuah pesan tentang Agama Islam. Dengan begitu, berdakwah melalui radio perlu dikembangkan agar lebih efektif dan efisien diterima oleh pendengar. Selain itu, berdakwah di media radio harus memiliki kemampuan untuk meyakinkan pendengar atau mad'u. Adapun radio digunakan sebagai media berdakwah memiliki beberapa keutamaan, antara lain :

- a. Program radio yang menyiarkan tentang dakwah dipersiapkan oleh ahlinya, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar bermutu untuk pendengar.
- b. Radio merupakan bagian dari budaya Indonesia.
- c. Harga radio terbilang cukup murah, sehingga mayoritas masyarakat masih menggunakan alat ini.

⁴⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*, 88-104.

⁴⁹ Safril Safril, "Radio SQ Dan Pengembangan Dakwah: Studi Difusi Inovasi Tentang Peran Radio SQ 104.3 FM Pangkalpinang Dalam Usaha Pengembangan Dakwah Islam Di Wilayah Pangkalpinang," *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 10, no. 2 (2019): 291–304.

- d. Media radio mudah dijangkau oleh masyarakat, artinya pendengar bisa mendengarkan siaran di rumah bahkan disaat bepergian.
- e. Radio mampu memberikan kebijakan, informasi secara tepat dan akurat.
- f. Dan radio mudah dibawa kemana-mana.

Pada dasarnya, dakwah bisa dilakukan secara langsung atau bertatap muka dengan menggunakan media-media yang ada untuk menjangkau masyarakat. Namun dengan adanya media radio ini sebagai ketepatan dalam berdawah, maka akan efektif jika digunakan secara rutin.

Radio digunakan sebagai media dakwah biasanya pesan-pesan yang terkandung disampaikan atau disisipkan dalam program siarannya. Maka dari itu, sebelum berdakwah seorang da'i harus menata dan mengatur acara radio semenarik mungkin, agar pendengar tertarik untuk mendengarkannya. Kemudian dalam proses siaran radio, seorang da'i memiliki format tersendiri dalam menyampaikan dakwah. Adapun format tersebut diantaranya adalah :

a. Format Dakwah Dialogis

Pola siaran dakwah dialogis ialah siaran yang mengundang da'i atau pembicara yang dipandu oleh moderator dan membahas tentang keislaman. Dalam format dakwah ini da'i berdialog secara langsung untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u.

b. Format Dakwah Monologis

Format dakwah ini dikemas dalam bentuk ceramah dan dilakukan rekam terlebih dahulu. Dalam format ini, seorang da'i mengambil dari sebuah sumber hadits dan al-Quran sebagai tema yang disampaikan kepada mad'u.

c. Format Dakwah Musik Islam

Format dakwah ini dilakukan dengan memutar sebuah audio nunasa Islami seperti, qasidah, nasyid dan lagu-lagu yang mengandung syair-syair Islam.

d. Format Dakwah Dialog Interaktif

Format dakwah seperti ini disajikan dengan cara mendantangkan da'i yang menyampaikan dakwah dan disambungkan ke media telephone. Agar pendengar bisa bertanya via telephone atau pesan singkat untuk menanyakan permasalahan yang sedang dibahas. Kemudian

da'i menjawab pertanyaan-pertanyaan dari mad'u yang disampaikannya.

e. Format Dakwah Pengajian Akbar

Format dakwah pengajian akbar ini bertujuan sebagai pendidikan, khususnya dalam bidang spritual. Dengan begitu format dakwah pengajian ini juga mengembangkan dan menanamkan rasa sosial kepada masyarakat.

f. Format Dakwah dalam Bentuk Motivasi

Format ini mengemas acara dengan khusus yaitu menyisipkan atau memberikan "kata mutiara hikmah". Dengan adanya kata mutiara tersebut mampu menambah nilai spritual dan kerohanian jiwa manusia.⁵⁰

Tujuan penataan format dalam radio adalah untuk menarik perhatian masyarakat secara spesifik dan digunakan untuk berkompetensi dengan media radio lainnya. Format siaran ditentukan dari berbagai aspek, misalnya profesi, sekelompok umur, jenis kelamin, hingga profesi. Dengan penataan format yang semakin spesifik dalam menyiarkan dakwah, maka pesan dakwah yang disampaikan juga memiliki beberapa tingkatan, antara lain :

1) *Marhalah Mubtadi'in* (Tingkat Awal)

Tingkat awal atau dasar ini adalah kelompok pemula dari berbagai kalanga mad'u yang baru mempelajari agama Islam. Yang termasuk dalam tingkatan dasar ialah anak-anak muslim dan muallaf yang belum pernah mempelajari tentang islam. Materi yang dipelajari ialah, hafalan, baca al-Quran, mengenal sifat-sifat Allah, sejarah nabi Muhammad saw., bahasa arab tingkat dasar dan mengenal akhlak yang baik dan buruk.

2) *Marhalah Mutawasitthoh* (Tingkat Tengah)

Tingkat menengah ini adalah seseorang yang sudah pernah belajar ditingkatan dasar. Pada umumnya tingkatan tengah ini ialah seorang muslim yang belajar agama Islam tentang membaca al-Quran dengan tajwid yang benar. Pada tingkatan ini mad'u diajari untuk mendalami agama Islam seperti, ilmu fikih, tauhid, tafsir, hadis dan sejarah Islam.

⁵⁰ *Ibid.*

3) *Marhalah Muttaqaddimun* (Tingkat Akhir)

Tingkatan akhir ini ialah seorang mad'u yang sudah memiliki pengetahuan yang lebih mendalam tentang ajaran-ajaran Islam. Untuk itu, mad'u juga mendalami materi tentang kandungan al-Quran, hadis, fikih, tauhid dan sejarah kebudayaan Islam.⁵¹

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa sumber penelitian jurnal terdahulu yang menjadi bahan acuan peneliti diantara sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Penelitian
1.	M. Nasor	Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah	Penelitian ini membahas tentang proses komunikasi dan pesan yang diterima oleh mad'u. penelitian ini bertujuan agar penyampaian sebuah pesan memiliki kriteria seperti da'i, pembicara, penyampai, komunikator, media, decoder. Agar pembicara atau penyampaian pesan dalam media radio memiliki hakikat tersendiri dari dirinya sendiri yang telah disampaikannya. Setiap pembicara harus bisa berbicara yang jelas dan tidak terbata-bata, dengan begitu pendengar radio mampu mendengarkan dengan jelas apa yang disampaikan oleh komunikator. ⁵²

⁵¹ Kamaluddin, "Pesan Dakwah," 46-47.

⁵² M. Nasor, "Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah" 12, No.1 (2017), https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=JURNAL+RADIO+SEBAGAI+MEDIA+DAKWAH&btnG=-d=gs_qabs&u=%23p%3DvtluzHscc4sJ., diakses pada tanggal 20 Januari 2021.

<p>2.</p>	<p>Ahmad Zaini (STAIN Kudus)</p>	<p>Dakwah Melalui Radio (Analisis terhadap Format Siaran Dakwah di Radio pas FM Pati)</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang format siaran radio untuk menyampaikan sebuah dakwah yang diterima di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui format siaran dakwah yang dibagi menjadi dua format yaitu, dialog interaktif dan rekaman. Dalam media radio yang disirakan berupa format interaktif, maka pendengar bisa tanya jawab melalui nomor radio yang tertera. Yang dimaksud dengan format interaktif yakni da'i siaran secara langsung dan aktual dari materi yang disampaikan. Sedangkan jika siaran dakwah berupa rekaman maka pendengar tidak bisa tanya langsung kepada da'i. karena format rekaman ini tidak bersifat on air, tetapi sebelum on air pengisi acara rekaman tentang materi yang disampaikan. Setelah itu bila waktunya tiba program acaranya tentang dakwah rekaman tersebut baru di siarkan. Tetapi pendengar tidak bisa bertanya tentang materi yang berformat rekaman.⁵³</p>
-----------	--	---	--

⁵³A. Zaini, “Dakwah Melalui Radio (Analisis Terhadap Format Siaran Dakwah di Radio Pas FM Pati)”, [https://scholar.google.com/scholar?q=related:iruQ_qP9TTToJ:scholar.google.com/&scioq=dakwah+melalui+radio+\(analisis+format+siaran+dakwah+di+radio+pas+FM+pati&hl=id&as_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?q=related:iruQ_qP9TTToJ:scholar.google.com/&scioq=dakwah+melalui+radio+(analisis+format+siaran+dakwah+di+radio+pas+FM+pati&hl=id&as_sdt=0,5)

3.	Taufik R. Talalu (IAIN Sultan Amai Gorontalo)	Produksi Program Siaran Dakwah	<p>Penelitian ini membahas tentang produksi dakwah dalam siarannya harus memiliki beberapa topik yang menarik dan memperhatikan prosedur <i>broadcasting</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produksi siaran dakwah diproduksi dengan baik dan diterima di kalangan masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan model studi kasus. Agar, peneliti mengetahui bagaimana produksi siaran dakwah di media radio. Bahwa, produksi siaran dakwah dalam radio memiliki cara produksi yang berbeda-beda. Tetapi dalam penyiaran setiap radio memiliki manajemen yang sama yaitu, startegi dalam perencanaan program, produksi program, eksekusi program dan evaluasi program.⁵⁴</p>
----	---	--------------------------------	---

Selain jurnal tersebut, peneliti juga mengambil dari beberapa sumber penelitan terdahulu dalam skripsi yang menjadi rujukan peneliti diantaranya sebagai berikut :

- d=gs_qabs&u=%23p%3DiruQ_qP9TTtoJ, diakses pada tanggal 20 Januari 2021.

⁵⁴Taufik R. Talalu, “Produksi Program Siaran Dakwah di Radio,” https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&scioq=dakwah+me+lalui+radio+%28analisis+format+siaran+dakwah+di+radio+pas+FM+pati&q=produksi+program+siaran+dakwah&btnG=-+d=gs_qabs&u=%23p%3DdNiCXvN9_H0J, diakses pada tanggal 20 Januari 2021.

1. Abdur Rohim “Analisis Pesan Dakwah Zainul Advar di Radio Hot 88.2 FM Semarang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis isi pesan dakwah atau ceramah dari Kyai Zainul Advar di radio Hot 88.2 FM Semarang.

Persamaan penelitian terletak pada pembahasan yang diteliti yaitu sama-sama membahas tentang pesan dakwah atau materi dakwah dari seorang Kyai di media radio. perbedaan peneliti ini terdapat pada objek peneliti yang hanya menganalisis pesan dakwah dari satu kyai saja, sedangkan penelitian saat ini menganalisis pesan dakwah dari empat kyai yang ceramah.⁵⁵

2. Uswatun Hasanah “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Siaran Sentuhan Qalbu di Radio La Bamba 96.7 FM Tegal”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pesan dakwah dari semua kyai yang berdakwah dalam siaran Qalbu di radio La Bamba 96.7 FM Tegal.

Persamaan peneliti terletak pada pembahasan yang dibahas oleh peneliti yaitu sama-sama membahas tentang teori dakwah atau pesan dakwah. Perbedaan penelitian ini terdapat dalam jenis penelitian yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif.⁵⁶

3. Isti Suryanita “Strategi Penyiaran Tausiyah Islam di Radio Lesitta 101.9 FM Kota Bengkulu”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara penyusunan program tausiyah Islam dan pelaksanaan program tausiyah Islami di Radio Lesitta 101.9 FM.

Perbedaan peneliti terdapat pada pembahasan yang dibahas oleh peneliti. Peneliti dalam skripsi ini membahas tentang penyusunan dan pelaksanaan program, sedangkan peneliti membahas tentang pesan-pesan dakwah yang

⁵⁵Abdur Rohim, “Analisis Pesan Dakwah Zainul Advar di Radio Hot 88.2 FM Semarang,” https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=skrripsi+analisis+pesan+dakwah+Zainul+advar+di+radio+hot+88.2+fm&btnG=-d=gs_qabs&u=%23%3Dpc6P1SIEdesJ, diakses pada tanggal 22 Januari 2021.

⁵⁶Uswatun Hasanah “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Siaran Sentuhan Qalbu di Radio La Bamba 96.7 FM Tegal,” https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=analisis+isi+pesan+dakwah+dalam+siaran+sentuhan+Qalbu+di+Radio+La+Bamba+96.7+FM+Tegal&btnG=-d=gs_qabs&u=%23%3DOEINZ1UYnhAJ, diakses pada tanggal 22 Januari 2021.

disampaikan oleh da'i. perbedaan lainnya juga terdapat pada metode penelitian, peneliti dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian lapangan dan menggunakan metode deskriptif. Sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian analisis isi dengan metode deskriptif.⁵⁷

C. Kerangka Berpikir

Dakwah adalah proses mengajak atau membujuk seseorang untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan kemungkarannya. Dakwah sudah dilakukan pada zaman Rasulullah sampai saat ini dan berdakwah kepada umat muslim lainnya merupakan kewajiban bagi umat muslim untuk menyampaikan ajarannya. Agar umat muslim lainnya yang belum tau tentang ajaran Allah Swt bisa belajar dari seorang da'i dan berdakwah ini bisa berkelanjutan sampai ke penjuru dunia.

Pesan dakwah dan media saling berkaitan, dengan adanya media inilah memudahkan da'i dalam menyampaikan dakwah. Materi yang disampaikan dalam berdakwah meliputi tentang akidah, akhlak, dan syariah. Pada penyampaian pesan dakwah.

Selain itu, penyampaian dakwah dilakukan di media radio pada era sekarang sangat efektif. Karena radio adalah sarana yang paling murah dan paling mudah didapatkan di kalangan masyarakat. Dengan begitu, kebutuhan masyarakat untuk mendengarkan dakwah di media radio bisa dijangkau sangat mudah. Penyampaian pesan dakwah harus sesuai yang dibutuhkan masyarakat, agar masyarakat selalu tertarik dengan apa yang telah disampaikan da'i, sehingga ada feed back atau umpan balik antara mad'u dan da'i.

⁵⁷Isti Suryanita "Strategi Penyiaran Tausiyah Islam di Radio Lesitta 101.9 FM Kota Bengkulu," https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+penyiaran+tausiyah+Islam+di+Radio+Lesitta+101.9+FM+kota+Bengkulu&btnG=-d=gs_qabs&u=%23p%3DbH4IOg4wdh4J, diakses pada tanggal 22 Januari 2021.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

