

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Radio

a. Pengertian Radio

Radio merupakan sebuah teknologi yang diciptakan sebagai alat komunikasi dengan alat pemancar dan menggunakan sinyal elektromagnetik. Gelombang elektromagnetik pada radio berfungsi sebagai pembawa pesan berupa suara maupun gambar yang memiliki kecepatan tinggi sehingga gelombang elektromagnetik dapat dipancarkan atau dikirimkan di mana saja. Gelombang elektromagnetik tersusun dari pasangan medan listrik dan medan magnet, sehingga gelombang ini terbentuk karena sinyal listrik yang dihasilkan, yang memiliki sifat dapat merambat di udara, dapat dibiaskan, dan dapat dipantulkan.¹

Dalam produksi penyiaran, radio memanfaatkan gelombang elektromagnetik dengan frekuensi tertentu. Frekuensi radio adalah jumlah pengulangan getaran dalam satu detik dalam satuan *cycle* atau *Hertz* (Hz). Frekuensi suara yang dapat didengar oleh manusia terbilang paling rendah, antara 20 Hz hingga 20.000 Hz yang disebut sebagai frekuensi audio. Selain frekuensi tersebut, terdapat frekuensi radio yang frekuensinya lebih tinggi daripada frekuensi audio, antara skala 100.000 Hz (gelombang panjang) hingga 30.000.000 Hz (gelombang pendek) yang digunakan untuk mengirimkan transmisi sinyal jarak jauh.²

Media Radio dianggap sebagai tonggak pertama lahirnya dunia penyiaran, cara kerja radio ialah dengan menggunakan suara yang dihasilkan dari pancaran sinyal. Sehingga dapat diterima dan banyak digunakan oleh masyarakat pada saat itu. Menurut Max Well, radio merupakan suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi

¹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 34.

² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 35.

ruang angkasa secara gelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya dalam ruang yang hampa yaitu 300.000 km/detik.³

Radio adalah media yang berfungsi sebagai pemberi pesan, komunikasi, hiburan, berita, informasi dan lainnya. Radio merupakan media komunikasi dengan sifatnya relatif murah serta dapat dengan mudah dijangkau di mana saja dan kapan saja misalnya mendengarkan radio di mobil. Seiring berkembangnya teknologi, radio juga bisa diakses dan dapat didengarkan melalui layanan *live streaming* sehingga radio bisa eksis hingga sekarang dan masih banyak peminatnya dari khalayak dulu hingga khalayak kini. Radio adalah suara, suara tersebut dijadikan modal utama dalam penayangan siaran radio. Suara merupakan sebuah kombinasi berupa tekanan yang bersifat emosional sehingga dapat mempengaruhi emosi dan dapat mengajak pendengarnya untuk berimajinasi.⁴

Keunggulan radio ialah bersifat *auditif* (didengar), relatif murah dapat dibawa di mana saja atau didengarkan kapan saja. Radio juga merupakan media untuk mengekspresikan imajinasi karena sifatnya yang hanya bisa didengar. Sehingga seorang penyiar radio harus kreatif dalam mengolah suara agar tercipta visualisasi yang menyebabkan pendengar atau audiens ikut terbawa suasana dalam program siaran yang dibawakan oleh penyiar. Radio memiliki beberapa karakteristik, salah satunya yang banyak diketahui adalah auditif (untuk didengar) selain itu, radio dalam isi program siaran yang disampaikannya sifatnya sepiantas dan tidak dapat diputar ulang, biasanya kebanyakan radio identik dengan musik-musik.⁵

Media penyiaran radio dianggap sebagai media massa (*mass communication*), yang memiliki sifat sama seperti media massa lainnya (televisi, internet, koran, majalah, dan lain-lain), yaitu menyeluruh (*universal*), berisi informasi

³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 34.

⁴ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LkiS, 2004), 16.

⁵ Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter, & Reporter* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2007), 6.

aktual terkini berdasarkan fakta yang ada, dapat diakses oleh khalayak ramai kapan saja dan di mana saja tempatnya.⁶

Sifat radio untuk menyampaikan informasi perlu diketahui jika radio sifatnya dapat didengar bila siaran, memiliki daya rangsang yang rendah, bersifat elektris, relatif murah dan daya jangkauannya yang terbilang cukup luas. Radio dianggap sebagai media yang menguasai ruang tetapi radio tidak menguasai waktu, artinya siaran dari suatu media radio dapat diterima di mana saja dan kapan saja selagi dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi isi siarannya yang tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu).⁷

b. Sejarah Radio di Indonesia

Sejarah media penyiaran dunia ditandai dengan lahirnya radio yang dianggap sebagai tonggak pertama media penyiaran yang dimulai pada tahun 1887 ketika ahli fisika Jerman Heinrich Hertz berhasil mengirimkan dan menerima gelombang radio. Setelah itu dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi seorang dari Italia pada tahun 1874-1937 yang berhasil mengirimkan sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada alat penerima. Sinyal tersebut berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan suatu gelombang elektromagnetik. Radio ini lebih banyak digunakan oleh pemerintahan dan militer untuk kebutuhan mengirim dan menerima suatu informasi dan berita. Radio tersebut lebih banyak dimanfaatkan oleh penguasa untuk tujuan yang berhubungan dengan ideologi dan politik secara umum.⁸

Penyiaran radio di Indonesia dimulai sejak masa penjajahan Belanda (1925-1942), dengan radio pertama yang muncul pada saat itu adalah Radio *Bataviasche Radio Vereeniging (BRV)* yang merupakan siaran dari radio perkumpulan pada saat itu tanggal 16 Juni 1925. Setelah itu, muncul kembali radio siaran perkumpulan yang bernama NIROM (*Nederlands Indische Radio Omroep Maatschappij*) yang kemudian menyebabkan banyak stasiun penyiaran radio

⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2007), 14.

⁷ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 11-12.

⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 1-2.

yang berdiri setelahnya. Mulai dari *Vereniging Van Radio Amateurs Voor Bandoeng en Omstreeken* pada 1926 di Bandung, selanjutnya *Algemene Radio Vereniging Omroep (ARVO)* pada 12 Juli 1934 di Surabaya dan masih banyak lainnya. Awalnya format program siaran radio NIROM hanya berisi politik saja, tetapi kemudian diperluas dengan memasukkan acara ketimuran, agar dapat menarik perhatian masyarakat Indonesia pada saat itu.⁹

Pada 30 Juni 1940, radio NIROM diambil alih oleh badan organisasi milik negara Indonesia yaitu PPPK dan diserahkan melalui Surat Keputusan Pemerintah No. 1458/A yang berisi penyerahan Radio NIROM kepada PPPK. Setelah masa penjajahan Belanda berakhir, kemudian dilanjutkan oleh masa penjajahan Jepang (1942-1945) selama kurang lebih tiga setengah tahun, pada era tersebut pemerintahan Jepang mengambil alih hampir semua stasiun penyiaran radio swasta. Beberapa program sengaja dibentuk untuk propaganda perang Asia Timur Raya. Awal enam bulan Jepang berkuasa, ternyata radio di Indonesia masih menggunakan bahasa Inggris, Belanda, Prancis, Arab, kemudian setelah itu penjajah Jepang mengganti bahasa untuk menyiarkan program siaran dengan menggunakan bahasa Indonesia dan Jepang, untuk musik yang diputar pun hanya musik-musik Indonesia dan Jepang. Selama Jepang berkuasa, format program siaran seni kebudayaan pada masa Jepang terbilang sangat baik pada masa itu sehingga dapat menciptakan seniman-seniman baru pada masa itu.¹⁰

Masa Jepang berakhir, tetapi Belanda masih ingin untuk menjajah Indonesia, untuk itu Indonesia memiliki siasat dengan memerdekakan diri dengan mengumumkan kemerdekaannya menggunakan radio pada saat itu dengan menggunakan alat-alat peninggalan siaran radio milik bangsa Belanda dan Jepang pada saat itu, sehingga radio yang digunakan pada saat itu diberi nama Radio Republik Indonesia (RRI) yang menyebarkan kabar Indonesia merdeka hingga luas ke negara-negara lain. Setelah Indonesia berhasil mengumumkan kemerdekaan, seiring perkembangan waktu

⁹ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2011), 10-12.

¹⁰ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2011), 14-15.

muncul banyak sekali radio-radio baik swasta maupun milik pemerintah baik berizin maupun radio ilegal pada wilayah Indonesia hingga sampai saat sekarang.¹¹

c. Karakteristik Radio

Karakteristik radio menjadikan pedoman dalam setiap media penyiaran radio tersebut memiliki ciri khas yang membedakan dengan radio lain. Karakteristik radio merupakan sifat khas yang dimiliki suatu perusahaan radio dengan berbagai kelebihannya. Adapun beberapa karakteristik radio pada umumnya ialah:

1) Auditori

Ciri atau sifat radio yang pertama ini pasti sudah banyak yang tahu jika radio merupakan media yang bersifat auditori atau mengandalkan suara dengan merangsang alat indra pendengaran dalam penyampaiannya kepada audiens pendengar. Berbeda dengan media cetak yang menampilkan tulisan yang dapat dibaca, radio hanya bisa didengarkan dengan sepiantas sehingga menyebabkan audiens harus fokus pada suara yang keluar dari radio. Sehingga dalam proses produksi siaran radio suara yang dihasilkan harus jelas serta mudah dipahami pada saat diputar dan didengarkan.

2) Cepat

Radio dianggap sebagai media yang tercepat melebihi media cetak ataupun televisi dalam hal penyampaian informasi kepada khalayak umum. Radio dikatakan cepat karena proses produksi dan siarannya tidak memerlukan proses yang rumit karena radio bersifat langsung, sehingga langsung dapat diterima lebih cepat pesan informasi kepada audiens pendengar.

3) Imajinatif

Media radio yang bersifat auditori atau mengandalkan suara tentunya merupakan hal yang membosankan jika didengarkan saja secara terus-menerus. Dengan demikian untuk menghilangkan sifat bosan yang timbul itu, diperlukan imajinasi oleh penyiar untuk menarik minat audiens pendengar menggunakan seni memainkan banyak kata indah dan suara yang bagus. Sehingga dapat

¹¹ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2011), 15-16.

menimbulkan kesan imajinatif di hati pendengar pada saat mendengarkan media radio.

4) Relatif Murah

Media radio dianggap sebagai media yang paling murah daripada berlangganan dengan media massa lainnya seperti (TV, Koran, Majalah, Internet dan lainnya). Hal tersebut dikarenakan media radio hanya menerima upah dari pemerintah apabila radio tersebut milik pemerintah (untuk kepentingan negara) ataupun upah dari pemasang iklan apabila radio tersebut merupakan radio swasta yang berdiri sendiri. Dengan demikian audiens yang mengakses radio bebas dari biaya apapun.¹²

5) Tanpa Batas

Karakteristik radio selanjutnya ialah sifatnya yang tanpa batas. Tanpa batas yang dimaksud ialah siaran dari penyelenggaraan program radio dapat menerobos batas-batas mulai dari demografis (berdasarkan usia, agama, suku, jenis kelamin, pendidikan, tingkat penghasilan dan sejenisnya), geografis (berdasarkan wilayah) dan SARA (berdasarkan suku, agama, ras dan anataragolongan) yang dapat mendengar dan menikmati siaran radio.

6) Sederhana

Sederhana karekteristik radio yang dimaksud ialah media radio mulai dalam pra produksi, proses produksi ataupun pasca produksi siarannya berjalan tidak sulit dan tidak rumit.

7) Hangat

Media memiliki karakteristik yang hangat, yaitu kuncinya berasal dari sisi penyiar ataupun pengisi program acara. Penyiar harus kompeten dan luwes pada saat menyiarkan program acara di radio dan memperhatikan mulai dari pemilihan kata yang digunakan, antara lemah lembut atau tegas, bahasa formal atau informal disesuaikan dengan program acara yang dibawakan. Penyiar ataupun pengisi program acara juga harus mampu menarik hati audiens sehingga audiens merasa nyaman pada saat berinteraksi dengan penyiar.

¹² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 11.

8) Akrab dan Dekat

Radio sifatnya akrab dengan pendengarnya. Kebanyakan radio didengarkan oleh audiens sendiri dan tidak bersama-sama. Suara yang dikeluarkan oleh radio sifatnya jauh tetapi jika penyiar orangnya humble pasti audiens merasa tidak sendirian karena terasa ditemani oleh penyiar di manapun dan kapanpun melakukan aktivitas ataupun pada saat istirahat.¹³

d. Sistem Penyiaran Radio

Sistem dalam penyiaran sudah tertulis pada Undang-Undang Penyiaran yakni Undang-Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Adapun beberapa isi penting yang perlu diketahui dalam sistem penyiaran adalah sebagai berikut:

1) Jenis Stasiun Penyiaran

Jenis stasiun penyiaran di Indonesia menurut Undang-Undang Penyiaran yang berlaku di dalamnya telah membagi jenis penyiaran menjadi empat yaitu: Stasiun penyiaran swasta, stasiun penyiaran berlangganan, stasiun penyiaran publik dan stasiun penyiaran komunitas. Semua stasiun penyiaran tersebut tidak hanya berlaku untuk radio tetapi juga penyiaran televisi. Dari keempat stasiun penyiaran di atas, stasiun penyiaran swasta dan stasiun penyiaran berlangganan bersifat komersial atau mencari keuntungan dalam penyarannya. Sedangkan stasiun penyiaran publik dan stasiun penyiaran komunitas bersifat nonkomersial atau tidak mencari keuntungan.¹⁴

(a) Stasiun Swasta

Sesuai dengan namanya menurut ketentuan undang-undang penyiaran, stasiun penyiaran swasta ini bersifat komersial atau mencari keuntungan dalam penyelenggaraannya. Stasiun swasta ini terbentuk dalam badan hukum Indonesia pada bidang usahanya yang mengutamakan jasa pada penyiaran penyiaran radio dan televisi. Badan swasta ini berdiri dengan tujuan mencari keuntungan yang berasal dari layanan iklan dan usaha lainnya yang berhubungan dengan penyiaran. Stasiun swasta ini dalam proses

¹³ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2007), 15-20.

¹⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 88.

penyiarannya menggunakan sistem satelit secara analog maupun digital.¹⁵

(b) Stasiun Berlangganan

Stasiun berlangganan terbentuk oleh badan hukum Indonesia dengan menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan melalui televisi, radio, multimedia maupun media informasi yang lainnya.

Terdapat empat stasiun berlangganan yang ada di Indonesia yaitu: stasiun penyiaran berlangganan melalui satelit, stasiun penyiaran berlangganan melalui kabel dan stasiun penyiaran berlangganan melalui terestrial. Stasiun penyiaran berlangganan melalui stasiun harus memenuhi beberapa ketentuan yang sudah ditetapkan yaitu: memiliki jangkauan siaran berada di Indonesia, punya stasiun pengendali, pemancar satelit dan *landing right*, dapat dipastikan diterima oleh orang yang berlangganan stasiun penyiaran tersebut. Sedangkan stasiun penyiaran berlangganan yang melalui kabel dan terestrial, jangkauan siarannya harus ada dalam suatu daerah yang berlangganan dan yang memiliki izin menyelenggarakan siaran. Sebagian penyiaran berlangganan mengambil 20 % isi format siaran swasta.¹⁶

(c) Stasiun Komunitas

Selaras dengan namanya, stasiun komunitas ini tentunya didirikan oleh komunitas tertentu, yang terbentuk dari badan hukum Indonesia. Stasiun komunitas ini sifatnya tidak komersial dan independen, daya pancar cukup rendah dan jangkauan wilayahnya juga terbatas karena hanya digunakan untuk kepentingan komunitas saja. Komunitas yang dimaksud disini adalah yang menempati suatu wilayah tersebut dan berdomisili serta melakukan suatu kegiatan interaksi antar sesama. Stasiun komunitas berdiri atas modal para komunitas yang

¹⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 88.

¹⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 103.

menempati wilayah tersebut. Program dan kegiatannya pun khusus seputar komunitas.¹⁷

(d) Stasiun Publik

Stasiun penyiaran publik didirikan dengan tujuan memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Sifatnya netral, tidak komersial dan independen. Stasiun penyiaran publik terbentuk dari badan hukum yang didirikan oleh negara, di mana stasiun penyiarannya terdiri dari Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang pusat daripada penyelenggaraan penyiarannya berlokasi di Ibu Kota Negara.

Tujuan stasiun penyiaran publik adalah guna memberikan layanan informasi, hiburan, pendidikan, sosial dan tidak lepas dari pelestarian budaya yang ada pada lapisan masyarakat dan memberikan layanan atas kepentingan masyarakat atau wilayah Indonesia.¹⁸

2) Jangkauan Siaran Radio

Stasiun penyiaran memiliki jangkauan siaran di dalam proses penyelenggaraannya. Jangkauan stasiun siaran tersebut adalah jangkauan stasiun lokal, jangkauan stasiun nasional dan jangkauan stasiun jaringan. Jangkauan stasiun siaran harus dimanfaatkan bagi pemasangan iklan karena sangat menguntungkan bagi produk barang atau jasa yang ditawarkan melalui radio dengan melihat wilayah pemasaran yang telah dipilih.¹⁹

(a) Stasiun Lokal

Stasiun lokal dianggap sebagai stasiun penyiaran dengan jangkauan yang terkecil baik untuk penyiaran radio maupun penyiaran televisi. Stasiun lokal memiliki beberapa syarat dalam penyiaran yaitu: lokasi penyiaran sudah ditentukan sesuai dengan jangkauan siarannya, iklan bisa dipasang oleh

¹⁷ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 104.

¹⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 105.

¹⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 112.

perusahaan-perusahaan lokal baik untuk stasiun penyiaran radio maupun stasiun penyiaran televisi.²⁰

(b) Stasiun Nasional

Stasiun penyiaran nasional baik radio maupun televisi ini menayangkan programnya harus ke wilayah negara dengan satu stasiun penyiaran. Pemasang iklan pada stasiun penyiaran nasional memiliki kelebihan yaitu dapat menyiarkan iklan hampir ke seluruh wilayah negara dengan tersebar secara serentak.²¹

(c) Stasiun Jaringan

Selaras dengan namanya, stasiun penyiaran jaringan menggunakan sistem penyiaran dengan cara bekerja sama dengan menyelenggarakan program-program siaran. Stasiun jaringan disebut juga sebagai stasiun penyiaran yang menyediakan suatu program. Biasanya bekerja sama dengan pemilik stasiun-stasiun lokal pada wilayah siaran tertentu. Dengan stasiun jaringan, pemasang iklan bisa menyiarkan iklan hampir ke seluruh wilayah negara dengan tersebar secara serentak sama seperti stasiun nasional.²²

e. Pengertian Penyiar Radio

Penyiar, *disc jockey*, *announcer* ialah seseorang yang memiliki tugas sebagai pemandu radio. Penyiar melakukan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung untuk menyampaikan suatu informasi, hiburan, dan pendidikan kepada audiens. Seorang dikatakan berhasil sebagai penyiar radio jika mampu menghidupkan acara yang ada sehingga menyebabkan para audiens tertarik dan ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program acara tersebut, masuknya iklan dan banyaknya audiens yang minat dengan badan radio tersebut.²³

Sebagai seorang penyiar hendaknya memiliki kemahiran atau *skill* yang wajib dipunyai, antara lain:

²⁰ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 113.

²¹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 113.

²² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 114.

²³ Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter, & Reporter* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2007), 19.

1) Berbicara

Seorang penyiar hendaknya pandai memilih kosa kata, pandai mengimprovisasi suatu kata-kata, memiliki kemampuan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dengan pendengar dan memiliki pengetahuan tinggi dan memiliki vokal yang jelas. Punya vokal dengan kualitas baik sehingga dapat menunjang kelancaran serta kefasihan berbicara, dapat dilakukan penyiar menggunakan cara melakukan kursus seperti latihan pernapasan diafragma, latihan irama untuk dengan menggunakan aksen kata-kata khusus, latihan intonasi suara, latihan pengaturan *speed* kecepatan berbicara, latihan pelafalan atau pengucapan dalam lafal kata-kata asing.²⁴

2) Membaca

Penyiar memiliki keterampilan *Spoken Reading* yaitu pembacaan naskah siaran tanpa membaca menggunakan naskah. Penyiar bertugas memberi tahu tentang sesuatu yang disiarkan dan bukan semata-mata membacakan naskah yang akan disiarkan.²⁵

3) Menulis

Kelebihan seorang penyiar harus mempunyai keterampilan dalam menulis naskahnya sendiri sebelum diberikan naskah siaran oleh *scriptwriter*.²⁶

Menjadi penyiar profesional dituntut memiliki kualitas sebagai seorang penyiar yang memiliki jam mengudara tinggi dengan mengantisipasi hal-hal sebagai berikut:

- (a) Mengatur waktu dengan tepat.
- (b) Berpikir secara sistematis, mampu mengendalikan emosi dan menyingkirkan hal-hal yang bersifat negatif.
- (c) Mempunyai keingintahuan yang tinggi.
- (d) Mampu mengendalikan perasaan gugup dan gagap.
- (e) Memiliki kreativitas dan imajinasi yang tinggi.
- (f) Mampu membuat suasana menyenangkan dan tidak tegang.
- (g) Dapat beradaptasi dengan audiens.

²⁴ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional* (Yogyakarta: PT. Lkis Pelangi Aksara, 2004), 120.

²⁵ Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwrter, & Reporter* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2007), 20.

²⁶ Fatmasari Ningrum, *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwrter, & Reporter* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2007), 20.

- (h) Luwes dalam berbicara tanggap dengan kondisi dan situasi dengan cara peka dan dapat mengatur acara dengan baik.
- (i) Selalu belajar, memahami dan mempelajari tentang penyiaran.
- (j) Mempersiapkan sesuatu baik dari segi materi maupun mental.²⁷

f. Audiens Penyiaran Radio

Biasanya media penyiaran radio menyajikan suatu program siaran yang disesuaikan dengan selera pendengar karena tidak mungkin pengelola media penyiaran tersebut menyusun program siarannya sendiri karena akan mempengaruhi target pendengar. Audiens penyiaran yang dibahas ini adalah mengenai audiens radio dan target audiens radio yang telah melekat hingga sekarang pada media penyiaran radio.²⁸

Audiens Radio di Indonesia sudah tersegmentasi, karena stasiun radio harus membagi segmen dalam setiap penyiaran yang diselenggarakannya agar penyiarannya berjalan sesuai dengan selera masyarakat yang menempati wilayah tersebut. Radio memiliki sifat lokal di mana jangkauannya yang cukup terbatas, sehingga pembagian segmentasi ini sangat perlu diterapkan.²⁹

Tujuan dari segmentasi penyiaran adalah untuk langsung membidik format program siaran dari pemilihan program dan gaya siaran sesuai dengan target yang dituju. Pembagian segmentasi penyiaran bekerja dengan cara penyiar melayani pendengar dengan sebaik mungkin dan tidak mengecewakan.³⁰

Dengan demikian pembagian segmentasi dalam penyiaran radio dapat dibagi menjadi segmentasi demografis,

²⁷ Ega Wardana, *Sukses Menjadi Penyiar Radio Profesional Panduan Praktis Untuk Profesi Dunia Radio* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2009), 40-41.

²⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 172.

²⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 177.

³⁰ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 179.

segmentasi geografis, segmentasi geodemografis dan segmentasi psikografis.³¹

1) Segmentasi Demografis

Selaras dengan namanya, segmentasi demografis ini dikelompokkan berdasarkan pada peta kependudukan yaitu pada usia, agama, suku, jenis kelamin, pendidikan, tingkat penghasilan dan sejenisnya. Adapun yang diperlukan pemasang iklan adalah data dari segmentasi geografis karena dapat menentukan bagaimana langkah strategi periklanan yang disiarkan agar tepat sasaran.³²

Contohnya, pemasang iklan harus mengetahui porsi dari usia audiens atau pendengar agar target promosi iklan dapat diterima oleh pembagian kalangan usia tersebut. Contoh iklan makanan ringan dan makanan cepat saji yang ditayangkan pada segmen program anak-

anak. Kemudian iklan obat herbal yang ditayangkan pada segmen program untuk kalangan dewasa atau lanjut usia, begitu pun seterusnya mengenai segmen demografis yang lainnya.

2) Segmentasi Geografis

Selaras dengan namanya, segmentasi demografis ini ditujukan pada khalayak masyarakat umum yang menempati suatu wilayah tertentu berdasarkan geografisnya. Pemasang iklan menyesuaikan untuk menawarkan prodaknya berdasarkan kebiasaan berbelanja yang berbeda-beda dari lokasi ditinggali oleh khalayak tersebut.³³

3) Segmentasi Geodemografis

Segmentasi geodemografis ini berdasarkan penggabungan dari segmentasi demografis dan segmentasi geografis. Karena cenderung memiliki sifat seperti geografis yang sama dan juga tetapi wilayahnya yang berbeda.³⁴

³¹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 180.

³² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 181.

³³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 188.

³⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 188.

4) Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis ini cenderung kepada gaya hidup atau kepribadian manusia sehingga menimbulkan budaya konsumtif bagi mereka. Tetapi dari segi gaya hidup di tengah masyarakat pasti memiliki perbedaan. Contohnya gaya hidup yang dipilih wanita karir pasti sangat berbeda dengan gaya hidup yang dipilih oleh ibu rumah tangga. Dengan demikian pemasang iklan juga harus menawarkan iklannya sesuai dengan porsi segmentasi psikografis.³⁵

g. Format Program Siaran Radio

Dalam stasiun penyiaran radio pasti memiliki format program siaran sesuai yang telah dicantumkan dalam izin mendirikan media penyiaran. Format siaran dibuat untuk mengetahui sasaran audiens yang berada di suatu wilayah tertentu guna melakukan persaingan kompetitif antara media lain yang telah berdiri. Format siaran bisa didasari dari segmen demografis mulai dari usia, agama, suku, jenis kelamin, pendidikan, tingkat penghasilan dan sejenisnya.³⁶

Banyaknya radio yang berdiri saat ini tentunya memiliki beragam format acara siaran dalam produksinya, sesuai dengan visi dan misi radio tersebut. Sehingga menjadikan persaingan dalam dunia penyiaran radio, masing-masing menampilkan dan mengemas acara program siaran dengan berbeda-beda supaya dapat diminati oleh audiens.³⁷

Adapun jenis format siaran radio yang dibagi oleh Michael C. Keith (1987) dalam buku yang ditulis oleh Asep Syamsul M. Romli yang berjudul *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, antara lain:

- 1) *Adult Contemporary (AC)*, ialah format acara siaran radio dengan sasaran audiens usia 25-50 tahun, atau untuk kalangan muda dan dewasa dengan menyajikan siaran informasi berita, balada, dan musik-musik pop milenial.
- 2) *Contemporary Hit Radio (CHR)*, menampilkan format acara siaran informasi serta tips terkini dan pemutaran

³⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 189.

³⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 231.

³⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2007), 55.

lagu-lagu hits yang diminati audiens usia 12-20 tahun terkhusus remaja dan anak-anak muda.

- 3) *All News/All Talks*, menyajikan format acara utamanya berita atau *information (straight news and hard news)*, *live report*, dan majalah udara yang memfokuskan para peminat usia 25-50 tahun kalangan dewasa.
- 4) *Classic/Oldies*, berisi seputar pemutaran lagu-lagu klasik dan informasi penyanyi serta lirik lagu yang diputarkan. Sasaran audiens berusia 35-60 tahun ke atas atau kalangan dewasa hingga tua.³⁸

Format program siaran radio menurut Pringle-Starr-McCavitt yang dituliskan dalam buku *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi* karya Morissan, dapat dikelompokkan menjadi format musik, format informasi dan format khusus (*specialty*). Format musik adalah format yang sudah banyak menayangkan musik diberbagai media penyiaran radio yang sifatnya komersial, terdiri dari *Adult Contemporary, Album Oriented Rock, Beautiful Music, Classical, Contemporary Bit Radio, Classic Rock, Country, Jazz, Middle Of Road, Nostalgia, Oldies dan Urban Contemporary*.³⁹

Format informasi yang terbagi menjadi format berita (*all news*) yang berisi berita baik lokal, nasional maupun internasional dan dominasi perbincangan (*all talk* atau *talk news*) di mana target audiens pada format program siaran ini adalah usia 25 hingga 54 tahun. Dan yang ketiga adalah format khusus (*specialty*) yang khusus menyelenggarakan siaran berdasarkan format etnik dan format agama maupun keduanya secara langsung.⁴⁰

2. Dakwah Islam

a. Pengertian Dakwah

Islam merupakan risalah agama yang diturunkan oleh Allah SWT dan kemudian dikembangkan oleh Nabi Muhammad SAW untuk disebarakan dari sudut kota Makkah Al Mukarromah. Selanjutnya agama islam diteruskan kepada

³⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2007), 57-58.

³⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 235.

⁴⁰ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), 233-236.

para pengikut nabi untuk disebarkan kepada para orang-orang muslim. Perkembangan kemajuan islam dilakukan dengan cara menyebarkan dakwah dari generasi ke generasi berikutnya sehingga saling menyambung dan tidak pernah terputus. Hal tersebut menjadikan agama islam adalah agama dakwah di mana di dalamnya berisi tentang kewajiban menyebarkan kebenaran, menjauhi keburukan dan mengajak orang untuk mempercayainya. Oleh karena itu, kewajiban dakwah merupakan suatu tugas suci yang harus diterapkan oleh masing-masing pribadi muslim.⁴¹

Dakwah islam tidak hanya disebarkan dengan cara ceramah oleh seorang da'i, tetapi dakwah islam juga harus memikirkan dakwah "*How To Manage*" yaitu bagaimana dakwah itu disusun dan diatur, bagaimana dakwah itu direnankan dan diorganisir agar menjadi suatu program yang dapat dilaksanakan secara sistematis. Sifat dakwahnya pun bukan sekedar amatiran tetapi lebih ke profesional. Profesional yang dimaksud adalah dengan menggunakan kecanggihan dalam penerapan strategi dakwah islam untuk mencapai target penerima dakwah tertentu. Dakwah bisa juga disebarkan melalui media publik, seperti media massa. Tujuannya guna menginterpretasikan dakwah islam tersebut agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami dan mengartikan dakwah kepada khalayak penerima dakwah.⁴²

Dakwah secara bahasa, berasal dari bahasa Arab *Da'wah* yang artinya adalah ajakan. Sedangkan secara etimologi dakwah memiliki beberapa arti yaitu seruan, ajakan, panggilan, do'a, permohonan, datang dan undangan. Dakwah adalah ajakan atau seruan untuk menggerakkan manusia agar mengerjakan dan menaati ajaran-ajaran Allah SWT dalam melakukan amar makruf (hal positif) dan menjauhi nahi mungkar (hal negatif) guna mencapai kebahagiaan hidup di dunia maupun akhirat. Menurut M. Arifin perihal dakwah, yang dikutip dari buku *Edisi Revisi Ilmu Dakwah* karya Moch. Ali Aziz, menjelaskan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan untuk mengajak umat baik secara sadar dan

⁴¹ Mahfudh Syamsul, dkk., *Rahasia Keberhasilan Dakwah K.H. Zainuddin, M.Z* (Surabaya: Ampel Suci, 1994), 1.

⁴² Mahfudh Syamsul, dkk., *Rahasia Keberhasilan Dakwah K.H. Zainuddin, M.Z* (Surabaya: Ampel Suci, 1994), 34-35.

teragenda untuk mencoba meyakinkan individu maupun secara kelompok guna menciptakan rasa sadar dan pemahaman terhadap ajaran agama yang disampaikan merupakan ajaran yang tanpa paksaan, dan dapat dilakukan secara lisan, tulisan maupun melalui tingkah laku yang baik.⁴³

Dakwah islam bukan hanya tugas Ulama', Kyai, Ustadz maupun Da'i. Meskipun sekarang umat islam sudah mayoritas dan islam sudah tersebar, tetapi sebagai umat islam harus diwajibkan untuk tetap berdakwah mengajarkan ajaran-ajaran islam. Umat islam yang wajib mendakwahkan islam adalah pribadi muslim yang sudah mengerti agama islam dan bertanggung jawab atas agamanya. Banyak sekali sekarang umat islam yang melalaikan tugas dan kewajibannya untuk menyebarkan dan memperkenalkan dakwah islam kepada orang selain islam. Bahkan orang islam ada yang hanya mengetahui sekedar agamanya saja islam dan islam hanya sebatas bacaan syahadat. Begitupun masih ada umat islam yang tidak bisa sholat bahkan jarang menjalankan kewajiban sholat. Oleh sebab itu dakwah tidak boleh ditinggalkan, kewajiban umat muslim adalah mengajak dan menyerukan untuk kembali menjalankan ajaran-ajaran islam.⁴⁴

Dakwah dan islam dianggap sebagai satu kesatuan yang menyambung dan fatal jika dipisahkan, karena islam sendiri dapat maju karena syiar dakwah yang disebarkan. Islam sendiri merupakan ajaran agama dan bukan ilmu pengetahuan. Ajaran islam yang disyiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan masyarakat dari kehancuran.⁴⁵

Islam disebut sebagai agama dakwah karena penyebaran islam dilakukan dengan cara halus, santun, penuh kasih sayang dan bijak. Ajaran-ajaran islam disebarkan dengan cara damai tanpa adanya unsur kekerasan. Islam selalu mengajak umatnya untuk selalu berbuat baik, ajaran agama dakwah islam memuat petunjuk agar umatnya menjadi

⁴³ Moh. Ali Aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), 13.

⁴⁴ Mahfudh Syamsul, dkk., *Rahasia Keberhasilan Dakwah K.H. Zainuddin, M.Z* (Surabaya: Ampel Suci, 1994), 38-39.

⁴⁵ Moh Ali aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), 37.

individu yang lebih baik, beradab dan berkualitas supaya mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat kelak.⁴⁶

Penyampaian dakwah hendaknya dilakukan secara jujur, terbuka dan bebas. Jujur dalam dakwah sama artinya dengan *al-ballagh*, artinya dakwah harus menyampaikan kebenaran yang sesungguhnya tanpa ada kebohongan di dalamnya. Dakwah dilakukan dengan cara terbuka artinya dakwah harus memiliki sikap tawadu atau rendah hati dengan menerima segala macam masukan atau segala keterbatasan yang ada. Kemudian dakwah dilakukan secara bebas artinya berdakwah tanpa menggunakan unsur paksaan dan bertanggung jawab atas kebenaran. Dakwah islam adalah dakwah tanpa propaganda atau peperangan, niat berdakwah harus ikhlas dan tulus karena Allah SWT dan tanpa mencampuri dakwah atas kepentingan-kepentingan yang bersifat pribadi maupun kelompok.⁴⁷

Dalam menjalankan praktik dakwah, yang harus dilibatkan dalam proses penyebaran syiar ajaran islam ialah adanya penyampai pesan dakwah, sebuah informasi atau pesan dakwah dan penerima pesan (*mad'u*). Dakwah islam mengandung makna yang luas yaitu umat islam harus berbuat baik dan menjauhi kemungkaran serta memberikan keselamatan dan kebahagiaan *fii dunya wal akhirah*. Dakwah islam juga merupakan agama yang memberikan rahmat kepada semua orang (*rahmatan lil 'alamin*), tidak hanya digunakan sebagai acuan hidup bagi umat islam, tetapi dakwah islam bersifat universal (untuk semua umat dan sepanjang masa).⁴⁸

Allah SWT Berfirman pada Q.S. Ali Imran (3) ayat 104:

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٠٤)

⁴⁶ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 4.

⁴⁷ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 12-13.

⁴⁸ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), 17.

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung” (QS. Ali Imran:104)⁴⁹

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dakwah ialah segala aktivitas atau kegiatan penyampaian ajaran agama islam untuk mengajak manusia selain muslim agar mengerjakan dan menaati ajaran-ajaran Allah SWT dalam melakukan amar makruf (hal positif) dan menjauhi nahi mungkar (hal negatif) guna mencapai kebahagiaan hidup di dunia maupun diakhirat. Dakwah tersebut bisa dilakukan oleh individu maupun kelompok orang-orang islam dalam menjalankan dakwah.

b. Jenis-jenis Pendekatan Dakwah

Menurut Muhammad Natsir, jenis-jenis pendekatan dakwah terbagi menjadi tiga yaitu:

- 1) Dakwah bil-lisan, ialah salah satu dakwah yang terjadi antara da’i yang mendakwahi para penerima dakwahnya dengan menggunakan media verbal (lisan). Dakwah ini merupakan dakwah nyata yang dapat dinikmati secara langsung dengan tujuan agar penerima dakwah mudah memahami dan jika tidak mengerti terhadap suatu hal bisa langsung ditanyakan kepada da’i. Jenis pendekatan dakwah ini meliputi ceramah, pengajian, khotbah, pidato, acara terprogram, bimbingan dan lainnya dengan menggunakan kata-kata yang baik.
- 2) Dakwah bil-qalam atau bit-tadwin, ialah dakwah melalui (tulisan) yang ada pada masa milenial sekarang, baik dalam mengerjakan buku, kitab, dalam bentuk tulisan sehingga informasi dakwah yang tersampaikan dapat dikemas secara efektif. Adapun keunggulannya ialah tidak akan hilang digerus oleh waktu hingga zaman meskipun penulisnya sudah tidak ada.
- 3) Dakwah bil-hal, adalah berdakwah dengan cara menjalankan kegiatan dakwah secara refleksi. Kegiatan dakwah ini ialah dengan menjalankan suatu aksi atau kegiatan yang sifatnya kelembagaan meliputi mengikuti

⁴⁹ Nafan Akhun, *Al Quran Terjemah Depag PDF Interactivev201905*, (Semarang: Nafan Akhun, 2019).

ormas islam, mengikuti lembaga sosial, lembaga pembelajaran islam, dan lain sebagainya.⁵⁰

c. Model-model Dakwah

Model-model dakwah ini dari hasil pengembangan jenis pendekatan dakwah. Model dakwah merupakan pengelompokan dakwah berdasarkan kecil atau besarnya penerima dakwah yang ikut terlibat.

- 1) Dakwah Fardyah, ialah dakwah yang dilaksanakan oleh seorang da'i dalam menyebarkan dakwah pada jumlah yang kecil atau spesifik kepada satu individu dengan individu lainnya secara perseorangan yang bertujuan agar penerima dakwah menjalankan ajakan da'i menjadi lebih baik dan mengimani Allah SWT agar mendapat ridha-Nya. Dakwah fardyah ini sering berlangsung tanpa ada persiapan. Kategori dakwah fardyah dalam penyampaianya ialah memperingatkan dalam hal yang baik, mengajak serta menasehati teman.
- 2) Dakwah Ammah, dakwah ini merupakan berkebalikan dari dakwah fardyah. Dakwah ini dikerjakan oleh suatu lembaga dengan suatu media secara lisan yang kemudian disebarkan kepada banyak orang dengan tujuan agar penerima dakwah menjadi lebih baik dalam menganut ajaran-ajaran islam dan mengimani Allah SWT serta mendapatkan ridha-Nya. Media dakwah yang digunakan adalah khotbah (pidato).⁵¹

d. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah memuat bagian-bagian yang terdapat pada kegiatan-kegiatan yang melibatkan dakwah, meliputi:

1) Subjek Dakwah

Subjek dakwah merupakan pelaku utama pada dakwah, penerima dakwah atau da'i, perencana serta pengelola dakwah yang melaksanakan tugas-tugas dakwah. Subjek dakwah itu ialah seorang yang bertugas untuk menyebarkan dakwah baik dalam tulisan ataupun lisan dengan menjalankan perbuatan yang baik dengan individu maupun berkelompok sesuai dengan besar

⁵⁰ Murodi, *Dakwah dan Filantropi Jalan Menuju Kesejahteraan Umat* (Jakarta: Prenada, 2021), 15-17.

⁵¹ Murodi, *Dakwah dan Filantropi Jalan Menuju Kesejahteraan Umat* (Jakarta: Prenada, 2021), 15.

kecilnya permasalahan dakwah yang sedang dihadapi. Sebagai seorang da'i hendaknya mereka menguasai isi dari kandungan dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasul serta menguasai suatu ilmu pengetahuan yang erat hubungannya sebagai tugas berdakwah.⁵²

2) Objek Dakwah

Objek dakwah ialah setiap orang baik islam maupun non islam yang menjadi sasaran dakwah yang dituju. Sesuai dengan pengertian tersebut maka dakwah yang dilakukan menyesuaikan dengan sasaran dakwah mulai dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, warna kulit, pekerjaan, pendidikan dan lain sebagainya. Objek dakwah yang dimaksud adalah penerima dakwah atau *mad'u* yang dijadikan sebagai target dakwah, entah muslim ataupun nonmuslim, seluruh umat manusia baik individu perorang ataupun berkelompok. Dakwah yang ditujukan kepada mereka yang non muslim ialah agar senantiasa mengikuti islam dan menyeru hanya kepada Allah, sedangkan dakwah ditujukan kepada mereka yang muslim supaya semakin meningkatkan keimanan, keislaman dan rasa ihsan.⁵³

Muhammad Abduh telah membagi 3 golongan *mad'u*, yaitu:

- (a) Golongan cerdas cendekiawan, merupakan golongan yang paling tinggi ilmunya. Mereka golongan orang cinta kebenaran yang selalu berpikir kritis dan rasional serta cepat dalam menangkap suatu perbincangan, perdebatan atau persoalan
- (b) Golongan awan, merupakan golongan dibawah cerdas cendekiawan, mereka banyak yang belum bisa berpikir secara kritis ataupun rasional dalam suatu persoalan yang tinggi.
- (c) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan sebelumnya, mereka lebih senang membahas suatu

⁵² Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 13.

⁵³ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 23.

persoalan tetapi hanya sekedar tahu dan tidak mempelajari lebih mendalam.⁵⁴

3) Materi Dakwah

Materi, bahan ataupun isi dakwah ialah segala sesuatu yang memuat atau berisi kandungan informasi yang diberikan oleh subjek dakwah (penda'i) kepada objek dakwah (*mad'u*). Adapun bahan dakwah yang disampaikan biasanya mengenai pembelajaran ajaran islam sebagaimana yang terkandung dalam sanad Al-Qur'an dan Hadis.⁵⁵ Bahan dakwah terbagi menjadi beberapa kategori berikut:

- (a) Pesan Akidah yang memuat anjuran untuk mengimani atau mempercayai Allah SWT, kepada Malaikat, percaya kepada kitab-kitab Allah, beriman kepada para Rasul, adanya hari akhir dan percaya pada Qada dan Qodar.
- (b) Pesan Syariah yang meliputi ibadah sholat, puasa, thoharah zakat dan berhaji.
- (c) Pesan Muamalah memiliki beberapa makna yang mencakup Hukum Perdata (al-Qununul Khas) yang meliputi, Hukum Waris, Hukum Niaga (Waratsah), Munakahat (Hukum Nikah), dan lainnya. Terdapat juga Hukum Publik (al-Qununul'am) yang meliputi, Jihad (Hukum Perang dan Damai), Hukum Negara (khalafah) dan lainnya.
- (d) Pesan Akhlak, yaitu akhlak pada Allah SWT, akhlak pada makhluk (manusia, diri sendiri, masyarakat) dan juga akhlak pada bukan manusia (tumbuhan, hewan, dan sebagainya).⁵⁶

4) Media Dakwah

Media ialah alat yang digunakan subjek dakwah sebagai penyampaian bahan dakwah yang memuat tentang ajaran islam kepada penerima dakwahnya. Alat dakwah yang digunakan bisa menjadikan penentu utama perjalanan

⁵⁴ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

⁵⁵ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 15.

⁵⁶ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010), 20.

dakwah seorang da'i dalam menyampaikan bahan dakwah secara menyeluruh.⁵⁷

Adapun alat dakwah yang telah dibagi oleh Hamzah Ya'qub ialah:

- (a) Lisan (alat yang paling sederhana dalam bentuk ceramah, pidato, penyuluhan, bimbingan, kuliah dan sebagainya).
- (b) Tulisan (berupa buku, majalah, surat kabar, surat, email, sms, spanduk dan lain sebagainya).
- (c) Alat dakwah melalui lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya
- (d) Audiovisual yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran ataupun penglihatan manusia bahkan keduanya. Meliputi radio, internet, televisi, film, OHP dan sebagainya.
- (e) Akhlak, yaitu alat dakwah berupa perbuatan-perbuatan manusia, tentunya berupa perbuatan baik yang bersifat nyata dalam mencerminkan ajaran-ajaran islam yang dapat didengarkan dan dinikmati langsung oleh penerima dakwah.⁵⁸

5) Metode Dakwah

Metode sendiri adalah cara. Jadi, metode dakwah adalah suatu cara dalam menyampaikan ajaran-ajaran islam kepada penerima dakwah baik individu perorangan ataupun berkelompok dengan tujuan agar isi pesan dakwah dapat diterima dan dikerjakan.⁵⁹

Metode dakwah dengan cara yang dibawakan oleh seorang da'i sebagai pemberi pesan informasi dakwah dengan menjalankan serangkaian kegiatan yang dijalankan untuk menanggapi sasaran objek dakwah sehingga mudah dipahami dan tercapai tujuan dakwahnya.⁶⁰

Dakwah dikategorikan menjadi beberapa metode, antara lain:

⁵⁷ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandug: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010), 20.

⁵⁸ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 32.

⁵⁹ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 15.

⁶⁰ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 21.

- (a) Bil Hikmah, menjalankan dakwah dengan cara berdakwah mengamati kondisi situasi objek dakwahnya disesuaikan kecakapan yang mereka miliki, sehingga dalam penyampaiannya tidak lagi merasa berat atau mengalami keterpaksaan dalam menerima dakwah untuk selanjutnya.⁶¹
- (b) Mau'izatul Hasanah, merupakan cara berdakwah dengan kelembutan hati dan tanpa kekerasan, sehingga *mad'u* dapat menerima nasehat dakwah dan merasakan ajaran islam dengan rasa penuh kasih sayang.⁶²
- (c) Mujadalah, merupakan cara berdakwah yang dilakukan oleh sekelompok komunitas dengan berdiskusi atau bertukar pikiran dengan mengungkapkan masing-masing argumen mereka dengan santun. Metode ini merupakan metode jalan keluar apabila metode yang sebelumnya tidak dapat diaplikasikan. Cara ini menjadi pilihan terakhir dalam berdakwah oleh orang-orang dengan pikiran yang kritis.⁶³

6) Efek Dakwah

Efek banyak orang yang mengetahui adalah umpan balik atau timbal balik (*feed back*), efek dakwah ialah umpan balik, respons balik yang diterima oleh penyampai dakwah di dalam proses dakwahnya.⁶⁴ Hal ini menyebabkan aktivitas dakwah dianggap penting dan merupakan langkah terakhir yang dapat disimpulkan dalam keberhasilan proses dakwah yang telah dijalankan untuk mengetahui pemahaman para *mad'u* ketika menerima dakwah dengan cara merespons atau menunjukkan sifat umpan balik.

Adapun menurut Jalaludin Rahmat, efek *kognitif* akan terjadi apabila *mad'u* mengalami perubahan terhadap

⁶¹ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 22.

⁶² Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 34.

⁶³ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 22.

⁶⁴ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 21.

yang dirasakan, mengenai (informasi, kepercayaan, keterampilan, pengetahuan). Efek *afektif* akan terjadi apabila *mad'u* mengalami perubahan terhadap yang dirasakan, disenangi dan dibenci, mengenai (sikap, emosi dan nilai). Sedangkan efek *behavioral* akan terjadi apabila *mad'u* mengalami perubahan pada perilaku nyata yang telah dialami, mengenai (pola-pola tindakan, tindakan dalam berperilaku, kebiasaan dan terhadap kegiatan).⁶⁵

e. Tujuan Dakwah

Dalam suatu proses dakwah tentu memiliki sebuah tujuan bersama yang akan dicapai. Dakwah islam secara hakiki memiliki tujuan yaitu menyampaikan kebenaran ajaran-ajaran islam berdasarkan dengan apa yang telah terkandung pada Al-Qur'an dan Hadis.⁶⁶

Tujuan dakwah berdasarkan aspeknya, dapat dibagi menjadi dua yaitu berdasarkan aspek materi dan aspek objek. Tujuan aspek materi menurut Masyhur Amin yaitu tujuan akidah (akidah yang sudah tertanam dalam diri manusia), tujuan hukum (untuk mematuhi hukum-hukum syariat islam), dan tujuan akhlak (menjadikan muslim yang memiliki akhlak baik dan berbudi luhur). Sedangkan tujuan dakwah aspek objek dalam dakwah antara lain para penerima dakwah yang akan menjalankan aspek materi dakwah yaitu tujuan perorangan, keluarga, serta masyarakat sedunia.⁶⁷

Oleh karenanya tujuan dari dakwah di atas ialah menjalankan proses kegiatan dakwah sesuai dengan berbagai aktivitas yang dijalankan dengan melakukan suatu usaha guna mendapatkan nilai-nilai kebenaran yang akan dicapai dengan melakukan perubahan-perubahan guna membangun nilai-nilai kebenaran islam.⁶⁸

3. Program Siaran Dakwah di Radio

Program siaran dakwah di radio ialah segala bentuk siaran dengan materi yang disiarkan berupa syiar islam atau dakwah.

⁶⁵ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 35.

⁶⁶ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 11.

⁶⁷ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 11.

⁶⁸ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 12.

Dakwah di Radio biasanya menyiarkan dakwahnya dengan bilisan dan pada stasiun radio pasti memiliki program siaran dakwah berupa ceramah dan/atau talkshow dengan jam siar dan jenis program yang yang berbeda-beda. Adapun jenis program siaran dakwah di radio antara lain:⁶⁹

- a. Ceramah, yang isinya mengenai pidato atau narasi dalam dakwah islam yang diisi oleh seorang yang paham dengan agama atau bisa ustadz ataupun kiai.
- b. Dialog Islam (*talk show*), ialah suatu program dengan melakukan perbincangan atau diskusi atau tanya jawab dengan narasumber dengan membahas tema-tema islam.
- c. Insert Renungan, dimana diisi dengan *voicer*, atau *backsound* atau *sond effek* yang memiliki durasi sekitar 1-2 menit tentang keislaman.
- d. Pemutaran lagu-lagu religi atau rohani islam, di mana memutar jenis lagu islami, atau bisa diputarkan ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadis dan lain-lain.
- e. Penyiaran Kumandang Azan, yang diputarkan ketika waktu azan telah tiba yang menandakan sholat wajib lima waktu harus dilaksanakan bagi umat islam.
- f. Siaran Langsung (atau Tunda), baik yang berisi khotbah, pengajian, tablig akbar dan lainnya.
- g. Berita Keislaman, yang berisi seputar berita islam bisa pengajian, ormas islam, pesantren dan lain-lain.
- h. Majalah Udara, drama atau quiz yang bertema islam.⁷⁰

Dalam penayangan program dakwah di radio hendaknya memperhatikan elemen pada siaran dakwah di radio. Beberapa elemen siaran dakwah tersebut meliputi: Pertama, materi atau tema yang disiarkan berupa akidah/fikih, akhlak serta tema islam lainnya yang aktual dan baru. Kedua, sumber materi yang dibawakan bersumber dari terjemahan hadis, ayat Al-Qur'an, ungkapan sahabat Nabi Saw, nasihat ulama, kata-kata dalam mutiara islam dan lainnya. Ketiga, narasumber pengisi materi dakwah merupakan ulama, kiai, ustadz, cendekiawan muslim, tokoh islam yang memahami media radio sebagai media auditif. Keempat, penyiar merupakan seseorang yang lebih pandai dan paham tentang agama dari audiens pendengar, serta elemen

⁶⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 154.

⁷⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 155-156.

terakhir ialah berupa musik atau lagu-lagu yang diputar meliputi lagu-lagu dengan unsur islami atau religi yang dapat menyentuh qolbu.⁷¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang membahas perihal analisis program dakwah melalui radio sejauh yang diketahui oleh penulis sudah banyak sehingga mendapatkan pemahaman dan gambaran pada saat melakukan penelitian ke lapangan. Beberapa penelitian tersebut antara lain:

1. Ahmad Zaini dalam jurnal penelitian revisi hasil penelitian peneliti di STAIN Kudus tahun 2015 yang berjudul “Dakwah Melalui Radio: Analisis terhadap Format Siaran Dakwah di Radio PAS FM Pati.” Tujuan dakwah secara umum ialah mengajak umat kepada jalan yang baik dan diridai oleh Allah SWT agar mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia maupun akhirat. Demikian yang dibutuhkan dalam berdakwah adalah menyampaikan ajaran islam maupun pesan dakwah kepada mitra dakwah. Adapun sarana berdakwah yang digunakan dapat melalui berbagai media baik media cetak (buku, koran, majalah dan lain-lain) ataupun media elektronik (radio, televisi, internet, film dan sebagainya). Adapun hasil jurnal peneliti ialah radio digunakan sebagai sarana dakwah guna menyebarkan syiar islam, dengan mengkategorikan format acara dakwah meliputi ceramah, khotbah (langsung maupun tunda) dan lain-lain.

Adapun persamaan penelitian ini ialah Ahmad Zaini dan peneliti sama-sama menganalisis format program-program acara dakwah di radio, sedangkan perbedaannya ialah pada bedanya lokasi penelitian yang diteliti dan saya sendiri meneliti langsung di lapangan sedangkan Ahmad Zaini meneliti dengan cara merevisi dari hasil penelitian peneliti di STAIN Kudus tahun 2015.⁷²

⁷¹ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 157.

⁷² Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Radio: Analisis Terhadap Format Siaran Dakwah di Radio PAS FM Pati,” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, no. 4 (2016): 71-94, diakses pada 24 Agustus, 2021, <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2907/2078>.

2. Abdur Rohim, dalam penelitiannya “Analisis Pesan Dakwah Zainul Adzvar di Radio HOT 88.2 FM Semarang.” Melihat perkembangan media dakwah telah memudahkan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan sangat cepat, efisien, hemat waktu dan efektif dengan menggunakan media radio. Pada skripsinya peneliti mengulas relevansi pesan dakwah seorang Zainul Adzvar melalui rekaman di radio. Hasil penelitiannya yaitu pesan dakwah Zainul Adzvar yang ada di radio dapat dikategorikan meliputi akidah, syariah, dan muamalah.⁷³

Persamaan peneliti dengan dengan penelitian sebelumnya ialah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan perbedaannya ialah pada ruang lingkup, objek dakwah, dan lokasi penelitian.

3. Surianor dalam penelitiannya “Analisis Program Dakwah pada Radio-Radio Siaran Swasta Niaga di Kalimantan Selatan.” Adapun kelebihan radio sebagai media massa dengar ialah radio dapat memengaruhi perasaan pendengar, bersifat efektif dalam waktu dan biaya serta menjadikan dakwah islam lebih mudah untuk disebarkan melalui radio. Produksi siaran radio dapat melalui beberapa tahap yaitu *pre production planning, setup and rehearsal, production, post production*.⁷⁴

Persamaan dari penelitian saya ialah sama-sama meneliti tentang analisis program dakwah yang ada di radio sedangkan perbedaannya ialah pada lokasi penelitian dan fokus penelitiannya di mana saya meneliti semua program acara baik yang bersifat *offair* maupun *onair*. Sedangkan penelitian Surianor hanya meneliti pada program acara yang *offair* saja di mana pada radio tersebut hanya memutar kaset-kaset berisi ceramah rutin yang diulang-ulang, pemutaran lagu islami dan pemutaran azan.

⁷³ Abdur Rohim, “Analisis Pesan Dakwah Zainul Adzvar di Radio HOT 88.2 FM Semarang,” *Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang*, (2009), diakses pada 24 Agustus 2021, <http://eprints.walisongo.ac.id/4905/>.

⁷⁴ Surianor, “Analisis Program Dakwah pada Radio-Radio Siaran Swasta Niaga di Kalimantan Selatan,” *Jurnal Ilmu Dakwah*, no. 15 (2017): 15-33, diakses pada 24 Agustus, 2021, <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1012>.

C. Kerangka Berpikir

Dakwah melalui radio ialah sebuah cara atau pemanfaatan sebuah media radio sebagai proses pengiriman pesan-pesan dakwah agar tersampaikan kepada audiens penerima dakwah guna tercapai tujuan dari proses berdakwah tersebut. Adapun program siaran dakwah di radio berisi materi program acara tentang syiar islam. Ragam program siaran dakwah di radio meliputi a) ceramah, yang isinya mengenai pidato atau narasi dalam dakwah islam yang diisi oleh seorang yang paham dengan agama atau bisa ustadz ataupun kiai, b) dialog islam (*talk show*) ialah suatu program dengan melakukan perbincangan atau diskusi atau tanya jawab dengan narasumber dengan membahas tema-tema islam, c) insert renungan dimana diisi dengan *voicer*, atau *backsound* atau *sond efek* yang memiliki durasi sekitar 1-2 menit tentang keislaman, d) pemutaran lagu-lagu religi atau rohani islam di mana memutar jenis lagu islami, atau bisa diputarkan ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadis dan lain-lain, e) penyiaran kumandang azan, yang diputarkan ketika waktu azan telah tiba yang menandakan sholat wajib lima waktu harus dilaksanakan bagi umat islam, f) siaran langsung atau tunda baik yang berisi khotbah, pengajian, tablig akbar dan lainnya, g) berita keislaman yang berisi seputar berita islam bisa pengajian, ormas islam, pesantren dan lain-lain, h) *Feature* islam, drama atau quiz yang bertema islam.⁷⁵

Materi dalam dakwah merupakan sebuah materi yang berisi pesan atau sebuah informasi yang dibawakan oleh pendakwah (da'i) untuk disampaikan kepada penerima dakwah (mad'u). Bahan dakwah yang disampaikan ialah berupa ajaran-ajaran pokok islam yang bersumber pada kandungan Al-Qur'an dan Hadis. Adapun yang berkaitan di dalamnya ialah masalah akidah (keimanan), akhlak (perilaku), muamalah (hukum syariat) dan syariah (hukum-hukum islam).⁷⁶

Masalah Akidah (keimanan) dalam materi dakwah akidah, tentunya berhubungan dengan keimanan yang dapat membentuk moral ataupun budi pekerti manusia. Masalah akidah tersebut erat kaitannya dengan rukun iman, dengan mempercayai dengan akal pikiran dan hati. Orang yang berdakwah dengan iman, mereka tentu dapat menjalankan ajaran islam yang bersifat baik dan menjauhi

⁷⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 155.

⁷⁶ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 24.

larangan-larangan islam yang sifatnya buruk karena mengetahui akibat dan kerugian yang didapat jika mengerjakan amal keburukan sehingga tercapai tujuan dari dakwah islam itu sendiri.⁷⁷

Masalah Syariah (Hukum-Hukum Islam) dan Muamalah (Hukum Syariah), masalah syariah umumnya bersifat menyeluruh, yang dapat menjelaskan tentang hak-hak yang dimiliki oleh orang muslim dan orang non muslim, bahkan hak bagi seluruh umat yang ada. Masalah syariah merupakan suatu tatanan, hukum dan aturan Allah demi mengatur jalinan Tuhan dengan manusia serta mengatur segala hal kehidupan sosial di masyarakat. Hukum syariah menyangkut masalah beribadah kepada Allah dengan menjalankan anjuran islam (sholat, zakat, puasa haji, dan lain-lain) dengan menggunakan status hukum yang bersifat wajib, dianjurkan (*mandub*), dibolehkan (*mubbah*), dianjurkan untuk tidak dikerjakan (*makruh*) dan dilarang atau haram.⁷⁸ Dalam hukum syariah juga terdapat hukum muamalah yang meliputi hukum jual beli, utang piutang, hukum waris, hukum nikah, hukum pidana, hukum keluarga, hukum perang dan damai. Adapun beberapa larangan yang ada dalam hukum syariah yaitu larangan berjudi, larangan mencuri, larangan berzina, larangan minum minuman keras, dan lainnya.⁷⁹

Masalah Akhlak (Perilaku) erat kaitanya dengan tabiat, perilaku dan perbuatan manusia. Akhlak merupakan penyempurnaan dari keimanan dan keislaman dari diri seseorang. Adapun kriteria akhlak yang baik dan terpuji ialah sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an yang ada pada 99 sifat-sifat Allah SWT atau sering kita kenal dengan sebutan Asmaul Husna. adapun mereka yang memiliki budi pekerti yang baik dan berakhlak mulia maka mereka termasuk orang yang baik dan berbahagia.⁸⁰

⁷⁷ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 26.

⁷⁸ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 27.

⁷⁹ Wahyu Ilaih, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 20.

⁸⁰ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaih, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2008), 30.

Gambar 2.1.
Bagan Kerangka Berpikir

