

BAB II

DAKWAH DAN STRATEGI DAKWAH MELALUI RADIO

2.1 Kajian Tentang Dakwah

2.1.1 Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab (*da'a – yad'u – da'watan*) yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan (Wafiah dan Pimay, 2005: 3). Sedangkan orang yang melakukan seruan atau menyeru biasa disebut dengan panggilan *da'i*.

Sedangkan dalam istilah komunikasi, dakwah merupakan proses penyampaian pesan ajaran Islam oleh komunikator kepada komunikan, sehingga berlangsung hubungan komunikasi antara komunikator (*sender*) dan komunikan (*receiver*) bersifat informatif. (Pimay, 2006: 19)

Adapun secara terminologi, dakwah mempunyai beberapa pengertian. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pengertian atau definisi berbeda-beda. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka dalam memberikan pengetahuan dalam istilah tersebut.

a. Syeikh Ali Mahfuzh dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* :

Sebagaimana dikutip oleh Ya'kub, mengartikan dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk

(agama), memerintahkan kebaikan dan mencegah dari kemungkaran agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Ya'kub, 1981: 13).

- b. Quraisy Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat (Shihab, 1992 : 194)
- c. Muhammad Natsir, dakwah merupakan usaha menyeru dan menyampaikan kepada manusia dan seluruh umat Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi *amar ma'ruf nahi mungkar*, dengan berbagai media dan cara yang diperbolehkan akhlak membimbing pengalamannya dalam kehidupan perorangan, berumah tangga, bermasyarakat dan bernegara (Muri'ah, 2000: 3)
- d. S.M. Nasirudin latif dalam buku *Teori Praktek Dakwah Islamiyah* mendefinisikan dakwah sebagai usaha atau aktifitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman kepada Allah SWT, sesuai dengan garis-garis aqidah, syari'ah, serta akhlak Islamiyah (Muri'ah, 2000:4).
- e. Dakwah merupakan upaya terus menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran (*fikrah*), perasaan (*syu'ur*) dan tingkah laku (*suluk*) yang membawa mereka kepada jalan Allah

(Islam), sehingga terbentuk sebuah masyarakat Islam (*al-mujtama' al-Islam*) (Romli, 2003 : 6)

Dari beberapa pengertian dakwah diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah menyeru kepada umat manusia untuk menuju kepada jalan kebaikan, memerintahkan yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang *munkar* dalam rangka memperoleh kebahagiaan, sehingga setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia.

2.1.2 Unsur-unsur Dakwah

Membicarakan dakwah tentu saja tidak pernah lepas dari unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah (Munir dan Ilahi, 2006: 21). Adapun unsur-unsur tersebut ialah:

a. *Da'i* (Pelaku dakwah)

Nasaruddin Lathief mendefinisikan bahwa *da'i* adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai alamiah pokok. Ahli dakwah adalah *da'i*, *mubaligh mustami'in* (juru penerang) yang menyeru, mengajak, member pegajaran, dan pelajaran agama Islam (Munir, 2006 :22). Jadi subyek dakwah adalah manusia, baik individu, kelompok, ataupun lembaga yang

mampu mengubah suatu situasi yang kurang baik menjadi situasi yang lebih baik dan yang diridhai Allah.

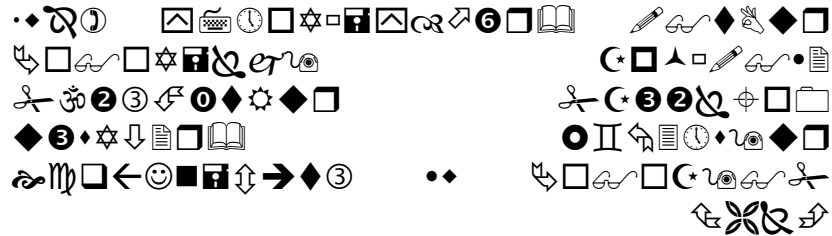
Sejarah mencatat para juru dakwah yang tangguh dan berbekal keteguhan iman kepada Allah SWT, antara lain Abu Bakar, Umar, Utsman, Ali, Khalid bin Walid, Sa'ad bin Abi Waqash dan lain sebagainya. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, *pertama*, para juru dakwah harus memiliki bekal pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman keagamaan yang baik agar proses dakwah berjalan lancar. *Kedua*, para juru dakwah harus memiliki sifat-sifat pemimpin (*qudwah*) dan karenanya para juru dakwah perlu ditempa terlebih dahulu agar mereka tabah, sabar, dan tidak putus asa menghadapi cobaan (Pimay, 2006 :25)

Seorang *da'i* baik perempuan maupun laki-laki harus memiliki pengetahuan dan pengalaman agama yang luas dan benar serta memiliki khasanah ilmu tentang Al-Qur'an dan hadits, karena keduanya merupakan landasan pokok dan sumber ajaran Islam yang harus disampaikan kepada khalayak.

b. *Mad'u* (Penerima dakwah)

Mad'u atau objek dakwah adalah manusia secara individual ataupun kelompok yang menerima pesan-pesan dakwah. Mereka sering disebut dengan komunikan. Bagi *da'i*, *mad'u* atau komunikan adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi titik

fokus kegiatan dakwah, baik itu yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah SWT QS. Saba' ayat 28 :



“Dan kami tidak mengutus kamu melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahuinya”.

Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti atau memeluk agama Islam, sedangkan bagi orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, islam, dan ihsan.

Oleh karena itu, masyarakat yang menjadi sasaran dakwah sangat heterogen dan memiliki pluralitas yang sangat tinggi dalam berbagai aspek, baik segi usia, jenis kelamin, status sosial, tingkat ekonomi, dan jenis profesi.

c. *Maddah* (Materi dakwah)

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu :

1. Masalah akidah (Keimanan)

Ruang lingkup akidah sebagai materi dakwah erat hubungannya dengan *i'tiqad bathiniyah* (keyakinan dalam batin) atau keimanan. Masalah ini di dalam Islam terangkum dalam enam rukun dasar keimanan umat Islam atau lebih dikenal dengan Rukun Iman.

2. Masalah syari'ah (Hukum)

Pembahasan masalah syari'ah atau tata hukum dengan aturan yang berlaku dan harus ditaati oleh umat Islam terbagi menjadi dua, yakni berupa hukum yang berkaitan dengan segala sesuatu yang harus dikerjakan dan hukum atas segala sesuatu yang harus ditinggalkan. Hukum bagi umat Islam terangkum dalam sumber-sumber hukum Islam yaitu Al-Qur'an, Hadits, dan Ijma' para fuqaha.

3. Masalah muamalah (Hubungan sosial)

Segala sesuatu yang menyangkut aktivitas manusia muslim dalam kehidupan bermasyarakat. Seperti jual beli dan hutang piutang.

4. Masalah akhlak (Tingkah laku)

Akhlak dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu akhlak yang baik (*akhlaqul mahmudah*) dan akhlak yang buruk (*akhlaqul madzmumah*). Akhlak menjadi bagian dari ruang

lingkup materi dakwah karena dakwah merupakan bagian nyata (implementasi) seorang muslim dalam memahami dan menjalankan iman sesuai dengan hukum Islam.(Munir,2006 : 24-31)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*, yang sesuai dengan ajaran Islam baik dari Al-Qur'an maupun hadits.

d. *Wasilah* (Media dakwah)

Dalam Ilmu Komunikasi, media adalah alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan/penerima (Mulyana, 2007 : 70). Sedangkan dakwah mempunyai arti ajakan untuk berbuat kebaikan dan menjauhi larangan. Sehingga dapat diartikan media dakwah adalah alat yang digunakan da'i untuk menyampaikan *maddah* (materi dakwah) yang berisikan *beramar ma'ruf nahi mungkar* kepada mad'u.

Ditinjau dari segi sifatnya, media dakwah dibagi menjadi dua golongan :

1. Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti wayang, drama, ludruk, dan sebagainya.

2. Media modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronik” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media ini antara lain Televisi, Radio, Surat Kabar, dan sebagainya. (Aziz, 2004 : 149)

Di Era globalisasi sekarang ini dakwah harus semaksimal mungkin dalam menggunakan media massa modern untuk mengembangkan dakwah Islam, sehingga memiliki efektifitas tinggi. Beberapa media massa modern diantaranya adalah :

1. Surat Kabar (Pers)

merupakan media komunikasi masyarakat pembaca, yang sangat besar pengaruhnya terhadap pembacanya (<http://altajdidstain.blogspot.com/2011/02/surat-kabar-sebagai-media-dakwah.html>. Diakses 19/11/2012). Ada beberapa persamaan antara dakwah dan pers yaitu sama-sama menyampaikan isi pernyataan, sasarannya sama-sama yaitu manusia, sama-sama bertujuan agar manusia lain jadi sependapat, selangkah dan serasi dengan orang yang menyampaikan isi pernyataan. Contohnya : pemberitaan nabi palsu, pembakaran al-Qur'an, dan lain-lain.

2. Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik/

gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara(<http://id.wikipedia.org/wiki/Radio>. Diakses 19/11/2012)

Media radio terbukti efektif sebagai sarana komunikasi massa yang bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan menembus batas, terlebih dengan adanya fasilitas streaming/ internet untuk mengembangkan siaran dakwah dengan membentuk program-program religi.

3. Film

Film merupakan hasil olahan dari beragam komponen, seperti perwatakan, kostum, properti, alur, plot dan lainnya mampu mengemas pesan maupun ideology dari pembuatnya serta menyampaikan realitas simbolik dari sebuah fenomena secara mendalam (http://altajdidstain.blogspot.com/2011/02/dakwah-melalui-film_09.html. Diakses 19/11/2012). Penyampaian dakwah bisa disampaikan dari berbagai sisi, diantaranya melalui pesan/isi cerita, kostum yang digunakan, perwatakan dan lain-lain.

e. *Thariqah* (Metode dakwah)

Metode adalah jalan atau cara yang dipakai untuk menyampaikan dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi jika disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Secara garis besar ada tiga pokok metode dakwah, yaitu:

1. *Bi al-hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga mudah dimengerti dan mereka tidak merasa bosan dengan apa yang da'i sampaikan.
2. *Mau'idzatul hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang (lemah lembut), sehingga apa yang disampaikan da'i tersebut bisa menyentuh hati si mad'u.
3. *Mujadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau tanya jawab dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada sasaran dakwah. Dengan ini da'i bisa mengetahui apa yang menjadi pertanyaan oleh sekelompok orang/individu tentang suatu masalah dalam kehidupan (Munir, 2006 : 34).

2.1.3 Tujuan Dakwah

Pada dasarnya Dakwah Islam bertujuan untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengamalan ajaran Islam baik dalam tataran individu-individu maupun masyarakat demi terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat.

Rosyad Shaleh dalam bukunya “Manajemen Dakwah Islam” mengklasifikasikan tujuan dakwah menjadi dua, yaitu :

- a. Tujuan utama dakwah, yaitu nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai atau diperoleh oleh keseluruhan tindakan dakwah. Pada hakikatnya adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai Allah SWT.
- b. Tujuan departemental dakwah, yakni prosesing dakwah untuk mencapai dan mewujudkan tujuan yang utama. Tujuan departemental merupakan tujuan perantaraan, yaitu tujuan yang dapat mengantarkan kepada pencapaian kebahagiaan dan kesejahteraan dunia dan akhirat (Shaleh, 1997 : 19-28).

2.1.4 Dasar Hukum Dakwah

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima manusia. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang

dipikirkan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah diwajibkan bagi setiap pengikutnya. Pijakan dasar pelaksanaan dakwah ada dalam al-Qur'an dan Hadits.

1. Dasar Kewajiban Dakwah dalam Al Qur'an

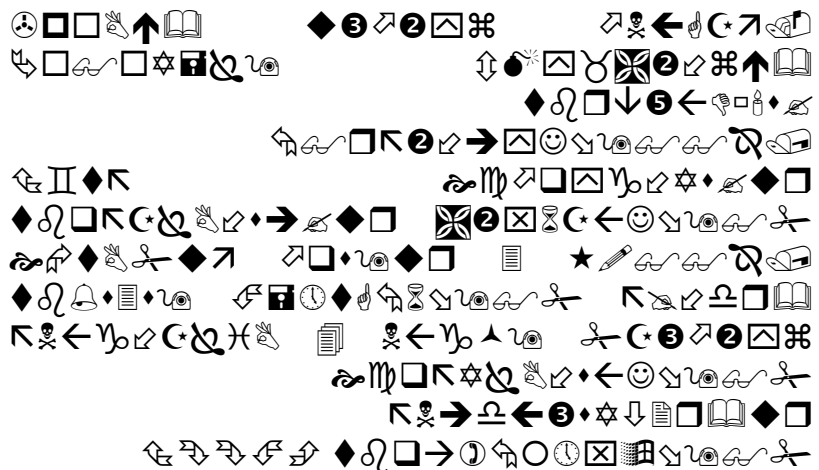
a. Surat An Nahl ayat 125

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Depag RI, 2004: 282).

Ayat di atas memerintahkan kaum muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara-cara pelaksanaannya, yakni dengan cara yang baik yang sesuai dengan petunjuk agama (Aziz, 2004: 38).

b. Surat Ali 'Imran ayat 110

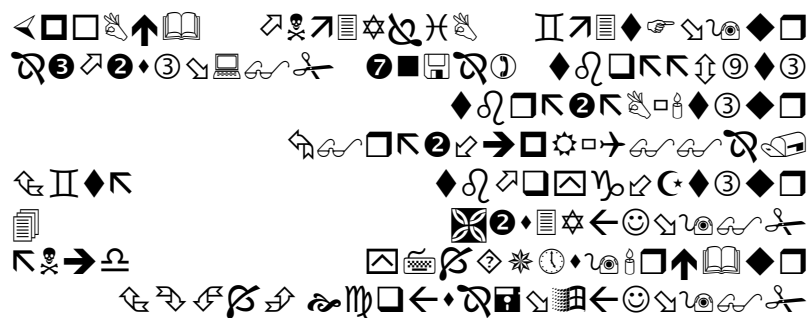


Artinya: "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik" (Depag RI, 2004: 65).

Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa da'wah dalam arti yang luas, adalah kewajiban yang harus dipikul oleh tiap-tiap muslim dan muslimah. Tidak boleh seorang muslim dan muslimah menghindarkan dari padanya (Natsir, 1984: 109).

Kata *"khaira ummatin ukhrijat linnas"* mencakup semua orang Islam, baik berbeda suku, warna, bahasa, dan strata sosialnya. Semua muslim wajib berdakwah (Pimay, 2005: 31).

c. Surat Ali 'Imran ayat 104



"Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung" (Depag RI, 2004: 64).

Sebagian ulama berpendapat bahwa berdakwah itu hukumnya *wajib 'ain (fardhu 'ain)*, maksudnya setiap orang Islam yang sudah dewasa, kaya-miskin, pandai-bodoh, wajib

melaksanakan dakwah. Pendapat ini didasarkan pada penafsiran kata “*wa al takun*” bahwa setiap perintah Allah wajib dilaksanakan, sedangkan “*minkum*” adalah kata keterangan, penjelasan (*bayaniyah*) dan bukan diartikan sebagian (Pimay, 2005: 30).

Sementara itu, ulama yang mengatakan bahwa dakwah itu wajib kifayah (wajib kolektif) artinya wajib bagi sekelompok orang saja, mengartikan *min* sebagai sebagian dari kamu, sebab diantara umat Islam itu, ada beberapa orang yang tidak mampu melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* karena berbagai sebab (Aziz, 2004: 44). Jadi, terdapat perbedaan pendapat dalam mengartikan ayat tersebut, ada yang mengartikan dakwah itu *fardhu 'ain*, dan ada yang mengartikan bahwa dakwah itu *fardhu kifayah*.

2. Dasar Kewajiban Dakwah dalam Hadits

Di samping ayat-ayat Al Qur'an, banyak juga hadits nabi yang mewajibkan umatnya untuk *amar ma'ruf nahi munkar*, antara lain:

a. Hadits riwayat Imam Muslim

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ (روه مسلم)

Artinya: “Dari Abi Sa'id Al Khudriy ra. berkata: Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: siapa saja diantara kamu melihat kemungkaran, maka rubahlah

dengan tangannya, apabila ia tidak mampu, maka rubahlah dengan lisannya, bila ia tidak mampu rubahlah dengan hatinya, dan itu adalah selemah-lemahnya iman” (HR. Muslim).

Selemah-lemahnya keadaan seseorang setidak-tidaknya ia masih tetap berkewajiban menolak kemunkaran dengan hatinya. Kalau ia masih dianggap Allah sebagai orang yang masih memiliki iman (Aziz, 2004: 41).

b. Hadits riwayat Imam Tirmidzi

عَنْ حَدِيثِ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: وَالَّذِي نَفْسِي
بِيَدِهِ لَتَأْمُرَنَّ بِالْمَعْرُوفِ وَلَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُ اللهُ إِنَّ رَبَّكَ جَمِيلٌ يُحِبُّ
الْمَعْرُوفَ (رواه الترمذی)

Artinya: “Dari Hudaiifah ra. dari Nabi Saw., beliau bersabda: demi dzat yang jiwaku dalam genggamannya, seharusnya kalian menyuruh untuk berbuat baik dan mencegah dari perbuatan yang munkar. Jika tidak, sungguh Allah akan menurunkan siksa kepada kalian, kemudian kamu berdo’a kepadanya tetapi Ia tidak mengabulkan do’amu” (HR Tirmidzi).

Hadits di atas menunjukkan bahwa ada dua alternatif bagi umat Islam. Berbuat *amar ma’ruf* atau *nahi munkar* atau kalau tidak mereka akan mendapat malapetaka dan siksa dari Allah serta Allah tidak menghiraukan permohonan mereka, karena mereka telah dianggap Allah sebagai umat yang telah mengabaikan tugas agama yang sangat esensi (Aziz, 2004: 41).

Meskipun terdapat perbedaan pendapat mengenai hukum perintah berdakwah, namun tidak perlu dipersoalkan mengingat

mengajak manusia untuk menjalankan *amar ma'ruf nahi mungkar* merupakan suatu kebutuhan. Terlebih lagi mampu menyadari atas kondisi masyarakat yang sekarang ini miskin akhlak yang mampu berdampak pada eksistensi Islam dan umatnya. Oleh karena itu, dakwah perlu digalakkan dan dikembangkan.

2.2 Tinjauan Strategi Dakwah

2.2.1 Pengertian Strategi Dakwah

Menurut K. Andrews dikutip Mudrajad Kuncoro mengatakan bahwa strategi adalah pola sasaran, tujuan, dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan (Kuncoro, 2005 : 1)

Dakwah adalah aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan yang munkar. Serta memberi kabar gembira dan peringatan bagi manusia (Munir dan Ilyas, 2006 : 17).

Dengan demikian strategi dakwah adalah sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005: 50).

Strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat, taktik atau manovers yang digunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.

2.2.2 Azas-azas Strategi Dakwah

Strategi yang strategis (Sondang P Siagian, 2003: 172) harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a) *Strenght* (kekuatan)
- b) *Weakness* (kelemahan)
- c) *Opportunity* (peluang)
- d) *Threats* (ancaman)

Selain beberapa hal diatas strategi dakwah yang digunakan di dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah (Asmuni Syukur, 1983: 33) antara lain :

- a) Azas Filosofis: Membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktifitas dakwah.
- b) Azas Kemampuan dan Keahlian *da'i* (*Achievement And professional*)
- c) Azas Sosiologi: Membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah dan sebagainya.
- d) Azas Psikologis: membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitu pula dengan sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah yang idiologi atau kepercayaan (ruhaniyah) tak luput dari masalah-masalah *psychologis* sebagai azas (dasar) dakwahnya.

- e) Azas Efektifitas: maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, kalau waktu, tenaga dan biaya sedikit dapat memperoleh hasil yang maksimal mungkin.

Berdasarkan kenyataan dakwah di lapangan (media) serta aspek-aspek normative dakwah yang terdapat dalam al-Qur'an dan Sunnah, maka paling tidak ada beberapa prinsip dakwah sebagai berikut:

1. Mampu menjelaskan tujuan dakwah yang akan dicapai, meliputi: pribadi muslim dan masyarakat Islami.
2. Merumuskan pokok permasalahan umat Islam secara global. Dalam hal ini seorang da'i harus mampu melihat kesenjangan antara idealitas ajaran agama dan realitas di lapangan.
3. Menyusun program siaran yang tepat sasaran, artinya program tersebut mampu memikat pendengar. Sehingga siaran yang disiarkan bisa diresapi dan dipraktikkan oleh pendengar, serta mampu menjawab permasalahan yang ada di masyarakat.

2.3 Kajian Tentang Radio

2.3.1 Pengertian Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas, merambat lewat udara dan bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut, seperti

molekul udara. Gelombang radio adalah satu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik dimodulasi (dinaikkan frekuensinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam spectrum elektromagnetik (<http://id.shvoong.com/social-sciences/communicationmedia-studies/-pengertian-radio/>, akses 22/06/2012).

Radio siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada khalayak umum dalam bentuk suara dengan menggunakan gelombang radio sebagai media

Radio merupakan media *auditif* (hanya bisa didengar), murah, merakyat, bisa dibawa dan di dengarkan di mana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan.

Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi *faktual* melalui telinga pendengarnya. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara, disebut dengan *theatre of mind*. (Masduki, 2001: 9). Radio identik dengan musik atau lagu sehingga dijadikan media utama dalam memperdengarkan musik atau lagu.

Umumnya, musik merupakan kekuatan yang dimiliki stasiun radio untuk menarik pendengar. Misalnya, stasiun radio sengaja memilih format lagu pop agar para penikmat musik satu itu menjadi pendengar setia (Ningrum, 2007: 6)

2.4 Strategi Dakwah melalui Radio

Masyarakat sekarang ini dikenal dengan masyarakat modern yang seringkali diidentikan dengan westerisasi, yaitu masyarakat yang banyak menganut budaya barat atau nilai-nilai modernitas. Sehingga budaya timur atau budaya Islam perlahan-lahan tersisihkan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi dakwah yang tepat untuk mengendalikan nilai-nilai dan gaya hidup masyarakat yang dianggap membahayakan sistem dan tatanan hidup beragama, khususnya agama Islam.

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa sewaktu-waktu berubah bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2006:32).

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung maupun faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung serta faktor-faktor penghambat pada setiap komponen (komunikator, media, pesan, dan komunikan) tersebut (Effendy, 2006:35). Dalam hal ini yang perlu diperhatikan meliputi:

1. Mengetahui sasaran komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, komunikator harus mengetahui sasaran yang hendak dituju. Hal itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikannya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikannya melakukan tindakan tertentu atau agar komunikannya melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*) faktor situasi dan kondisi komunikannya.

2. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang dipergunakan.

3. Pengkajian tujuan komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Hal ini digunakan untuk menentukan teknik yang akan diambil, apakah teknik informasi, persuasi, atau instruksi.

4. Peran komunikator dalam komunikasi

Ada faktor penting pada komunikator agar bisa efektif dalam komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Terkait faktor yang pertama seorang komunikator mampu membuat komunikan merasa ada kesamaan dengan apa yang disampaikan, sehingga pesan tersebut mampu diserap oleh komunikan. Adapun faktor yang kedua yaitu faktor kepercayaan, kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki komunikator (Effendy, 2006: 35-39).

Selain masalah efektifitas strategi penyampaian pesan tidak terlepas dengan adanya sarana/media yang digunakan untuk menunjang kelancaran dan kemudahan dalam berdakwah, sehingga tujuan dakwah dapat tercapai.

Dalam abad informasi sekarang ini, dakwah harus semaksimal mungkin menggunakan media massa modern salah satunya yaitu radio. Fatmasari Ningrum mengatakan bahwa radio sebagai salah satu pilihan media hiburan dan informasi ternyata tidak kalah pamor bila dibandingkan dengan media cetak maupun media elektronik. Berbagai macam info dapat di dengarkan mulai dari subuh hingga tengah malam (Ningrum, 2007: 5).

Secara teknis untuk bisa mengkonsumsi radio pihak pendengar juga tidak terlalu banyak dituntut untuk memiliki ketrampilan tertentu kecuali ketelitian dan kesabaran dalam mendengarkan. Oleh karena itu tidak ada tuntutan khusus bagi para penggunanya, maka hampir semua lapisan masyarakat bisa menggunakan radio sebagai sarana komunikasi.

Dengan demikian jika dilihat dari penyebaran distribusi informasi, radio memiliki lebih banyak komunitas terutama jika dibandingkan dengan media cetak. Di samping daya tembus yang luas radio merupakan media yang sangat mudah untuk diakses dan tidak memerlukan konsentrasi tinggi untuk mengkonsumsinya, karena sifatnya yang *handy* dan bisa didengarkan sambil lalu.

Beberapa keistimewaan dan kemudahan yang ditawarkan ini maka radio merupakan salah satu primadona pada jamannya dalam menjalankan fungsi komunikasi persuasi, pendidikan, informasi dan fungsi hiburan (Sholihati, 2000:13).

Dalam kegiatan dakwah keberadaan radio sangat penting dalam penyampaian materi dakwah dalam bentuk-bentuk rekaman ceramah, spot dakwah, atau program dakwah lainnya. Karena radio dapat menjangkau mad'unya dalam jarak jauh.

Dari beberapa uraian diatas strategi dakwah melalui radio merupakan strategi yang efektif dalam penyampaian dakwah untuk semua kalangan. Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efesiensi berdakwah. Hal ini nampak dari adanya bentuk yang

sederhana tanpa harus bertemu antara da'i dan mad'unya, serta dapat dikolaborasikan dengan media-media lainnya seperti internet dan televisi.