

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG FORMAT SIARAN DAKWAH DI RADIO

2.1 Format Siaran Radio

2.1.1 Sejarah dan Pengertian Radio

1. Sejarah Perkembangan Radio

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Poerwadarminta, W.J.S. 1995: 808), Radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Sedangkan radio – tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) – merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara untuk mengutarakan sesuatu. Bahkan media radio dipandang sebagai kekuatan kelima (*the fifth state*) setelah lembaga *eksekutif* (pemerintah), *legislatif* (parlemen), *Yudikatif* (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar (Romli, 2004: 19).

Memasuki erareformasi keberadaan media massa termasuk radio menempati posisi yang sangat *urgens*, atau hal tersebut perlu disadari bahwa media massa radio disamping sebagai *channel of communications* yang berfungsi sebagai pembawa pesan dan juga sekaligus sebagai sumber pesan.

Radio telah mengalami proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi alat komunikasi massa yang cukup diminati masyarakat..

Onong Uchyana Effendi, menyebutkan, dalam buku yang berjudul” *Introduction to radio and television* “ yang ditulis oleh David c. Philip, John m. Grogan di jelaskan bahwa penemuan bagi kemajuan radio adalah berkat ketekunan orang cendekiawan muda, diantaranya adalah seorang ahli ilmu alam berkebangsaan Inggris bernama James Mazwell yang mendapat julukan “ *Scientific Father of wireless* “ berhasil menemukan rumus - rumus yang diduga mewujudkan gelombang elektro magnetise, yaitu gelombang yang digunakan radio dan televisi.

Rumus ini ditemukan pada tahun 1865 pada waktu ia berumur 29 tahun sebagai pengajar dalam mata kuliah filsafat alam pada *King’s College* di London. Berdasarkan teori tersebut, ia menyatakan bahwa gerakan magnetise dapat mengurangi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya, yakni 186.000 per detik (Effendi, 1990 : 21)

Radio sebagai salah satu kemajuan teknologi komunikasi harus kita manfaatkan sebaik mungkin dalam berbagai usaha dan kegiatan di zaman modern ini.

2. Pengertian Radio

Radio siaran (*broadcasting radio*) adalah salah satu jenis media massa yang merupakan sarana atau saluran komunikasi massa (*Channel of mass communication*), Seperti halnya surat kabar, majalah atau televisi, dalam hal ini ciri khas radio adalah auditif yakni dikonsumsi di telinga oleh pendengarnya “apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan

suara manusia untuk mengutarakan sesuatu”, sedangkan kemampuan indra pendengar dalam menyerap informasi sangat terbatas, hanya sekitar 5-10% dari keseluruhan informasi yang ia dengarkan. (Masduki, 2000 : 147)

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud radio siaran adalah pengiriman suara atau bunyi berupa pesan lewat kata, suara dan musik yang dipancarkan lewat pemancar (*transmisi*) yang dilakukan secara langsung, cepat dan serentak.

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Radio

1. Fungsi Radio

Setiap siaran pada dasarnya memiliki fungsi tertentu yang menyebabkan informasi memiliki makna bagi khalayak nya. Radio harus menyatukan dengan situasi aktual di sekitar radio itu berada, tidak membawa kultur lain yang menyebabkan *dislokasi* sosial atau *elitisme*. Secara skematis peran sosial radio sebagai institusi di ruang publik sebagai berikut :

a) Sosialisasi

1. Menyebarkan informasi dan hiburan yang membuat optimisme serta menjalin interaksi dialogis antar pendengar.
2. Menjalinkan komunikasi untuk saling berkarya, mengubah berbagai persepsi dan kecurigaan yang tidak perlu.

b) Aktualisasi

1. Menyegarkan memori pendengar terhadap peristiwa aktual dan momentum yang penting dengan kehidupan.
2. Mengagendakan masalah-masalah sosial agar menjadi isu dan keprihatinan bersama ketimbang masalah personal.

c) Advokasi

1. Mendesak makin terbukanya kebijakan politik-ekonomi bagi partisipasi seluruh lapisan pendengar nya.
2. Mediasi antar berbagai pihak yang sedang ber konflik sehingga muncul solusi damai dan saling menguntungkan (Masduki, 2004: 10 -11).

2. Tujuan Radio

Tujuan penyiaran program di radio siaran secara tradisional adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat (*to inform*), memberikan pendidikan (*to educate*), memberikan hiburan (*to entertain*), memberikan dorongan perubahan diri (*provide self change*) dan memberikan sensasi (*giving sensation*). (Masduki, 2004: 26).

Dari beberapa tujuan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Untuk memberikan informasi kepada masyarakat (*to inform*)

Bagi pemerintah di negara-negara berkembang, radio masih dianggap sebagai media komunikasi yang vital. Radio dipandang mampu menyebarkan informasi pembangunan kepada

masyarakat secara cepat, murah dan luas jangkauannya. Hambatan teknis radio relatif kurang berarti dan pendengar radio tidak terlalu dituntut untuk mempunyai tingkat pendidikan tinggi (Chusmeru, 2001: 91).

2) Memberikan pendidikan (*to educate*)

Oemar Hamalik mengemukakan : “*radio is powerful education tool, teacher can use it effectively at all educational levels and in nearly all phase education*” Pendapat tersebut menunjukkan bahwa radio merupakan suatu pendidikan yang digunakan secara efektif untuk seluruh level dan passé pendidikan (Basyiruddin dan Asnawir, 2002 : 83).

3) Memberikan hiburan (*to entertain*)

Salah satu program siaran di radio adalah hiburan yang berupa kesenian, musik, sandiwara, dan lain sebagainya, yang bertujuan untuk memberikan hiburan bagi pendengar nya.

4) Memberi dorongan perubahan diri (*provide self change*)

Radio dalam menyajikan acara yang sifatnya religius bisa memberikan dorongan seseorang untuk mengambil keputusan guna memperbaiki posisinya/dirinya dalam kehidupan.

5) Memberikan sensasi (*giving sensation*)

Radio juga bertujuan memberikan sensasi, artinya pendengar bisa terpuaskan oleh acara yang ditampilkan di radio (kepuasan psikologis).

Kreatifitas dan inovasi dalam dunia penyiaran radio telah lama menjadi topik yang banyak dibicarakan dalam beberapa tahun terakhir. Bahkan sejak buku bisnis sepanjang masa karya Peters dan Waterman in *Search of Excellence*, yang mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki sifat "inovatif tiada henti" seperti ini telah menjadi kata kunci yang sangat menentukan dalam dunia penyiaran termasuk pengelolaan stasiun penyiaran radio

Dalam aspek kreatifitas dapat diukur dan harus memenuhi tiga persyaratan:

1. harus melibatkan sautnggpan atau gagasan yang canggih atau lebih tepatnya memuaskan dan harus bersifat adaptif dengan realita yang ada
2. harus bisa memecahkan masalah, cocok terhadap situasi tertentu, atau mampu menyelesaikan beberapa tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
3. harus bisa mempertahankan gagasan orisinal, suatu proses evaluasi atau pengembangannya, dan sebuah proses pengembangan gagasan hingga mencapai keadaan maksimal

Kreatifitas jika dipandang dari sudut ini merupakan suatu proses tambahan dalam waktu dan ditentukan oleh aspek orisinalitas, *adaptif*, serta proses realisasinya

2.1.3. Format Siaran Radio

Format di kalangan *broadcaster* disebut dengan bentuk penyajian. Dimana format akan langsung menunjukkan pada sifat dan struktur penyajian serta memiliki pengaruh terhadap proses pembuatannya. Format direncanakan sedemikian rupa sesuai dengan karakteristik stasiun radionya, karena kesalahan dalam pengambilan keputusan yang selektif dan menantang seringkali menyebabkan penataan kembali program yang sudah ada. Sedangkan pembuatan pola penerapan serangkaian acara yang diberikan dalam lingkup tertentu memang sangat dibutuhkan sehingga mencerminkan citra menyeluruh dari suatu stasiun radio.

Format acara sangat berpengaruh terhadap proses penulisan, sebab penulisan materi penggunaan bahasa penyusunan struktur naskah sangat dipengaruhi oleh jenis format acara yang bersangkutan. Oleh karena itu setiap penulisan naskah harus tahu bentuk diri setiap format.

Istilah format acara di dalamnya mengandung dua pengertian sekaligus, yaitu format produksi dan program. (Darmanto, 1999: 46)

Format produksi adalah rancang bangun acara program siaran menurut pendekatan teknik penyajiannya ke dalam bahasa audio. Titik tekanannya adalah pada nuansa produksi, bukan pada materinya.

Format program adalah rancang bangun penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendekatan isi materinya. Titik berat

dari format program adalah bagaimana suatu materi hendak diangkat ke dalam bentuk program acara siaran radio.

Produksi siaran merupakan proses pembuatan sebuah sajian acara radio yang menarik didengar dan tidak membosankan. dengan melalui sebuah perencanaan siaran. Pembuatan rencana disini dimaksudkan dengan penyusunan naskah rencana kegiatan siaran yang akan dilakukan oleh lembaga siaran. Menyusun rencana dalam arti menentukan rencana merupakan proses memilih dan menghubungkan-hubungkan data dalam rangka merumuskan tindakan-tindakan yang dianggap perlu guna mencapai tujuan (hasil) yang diinginkan.

Mengingat perlu adanya keterlibatan sarana dan prasarana dalam menunjang lajunya pelaksanaan tindakan-tindakan proses produksi perlu dibuat dalam tiga hal yaitu :

1. rencana bidang materiel, yaitu memuat hal- hal yang menyangkut serta penggunaan bahan baku, barang-barang untuk keperluan administrasi, dan mesin-mesin yang diperlukan.
2. Rencana bidang finansial, yaitu memuat hal-hal berkaitan dengan pengumpulan atau penerimaan dana serta pengeluaran yang akan digunakan untuk kelancaran produksi.
3. Rencana bidang operasional, yaitu tindakan-tindakan yang harus dilakukan oleh para pelaksana sesuai dengan tugas, wewenang serta tanggung jawab yang sudah dibebankan kepadanya.

Semua itu harus disusun dalam bentuk uraian atau pernyataan-pernyataan yang bersifat rasional, fleksibel, dan kontinyu. Rasional dimaksudkan bahwa semua ketetapan dari rencana itu dituangkan berdasarkan pemikiran dan perhitungan yang matang serta benar dalam arti ilmiah, etis, estetis, logis dan pragmatist. Secara ilmiah perhitungan itu harus tepat dan benar. Etis maksudnya ketetapan itu harus baik dalam arti sesuai dengan etika yang berlaku dikalangan masyarakat setempat. Estetis diartikan bahwa apa yang direncanakan itu merupakan hal yang bernilai keindahan (menyenangkan) untuk diminati dan dinikmati khalayak sarannya. Selain itu apa yang direncanakan harus logis artinya hasilnya sepadan dengan kenyataan (keadaan) yang dihadapinya. Sedangkan untuk mengarah pada kegiatan dalam mencapai tujuan akhirnya, maka apa yang direncanakan itu harus bersifat *kontinyu* dalam arti sesuai dengan perkembangan zaman. (Suhandang, 2007 : 50-51)

Format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang disajikan. Penyiaran radio merakit formatnya dalam berbagai cara, hal termudah yang sering dijumpai yaitu membuat program yang diletakkan di beberapa segmen waktu (Prayudha, 2005; 51-54).

Untuk menentukan format, perlu diperhatikan juga dalam menempatkan *timing* (pengaturan waktu) acara tersebut. Penentuan jadwal penayangan sebuah acara dapat mengikuti dua pola. *Pertama*, berdasarkan dinamika hari, yaitu pagi dari pukul 04.00-09.00, siang

dari pukul 09.00-15.00, sore dari pukul 15.00-19.00, malam hari dari pukul 19.00-24.00, dan dini hari dari pukul 24.00-04.00. *Kedua*, berdasarkan karakteristik acara, jika atraktif maka umumnya disiarkan pagi hari, jika berirama standar (tidak lamban dan tidak cepat) disiarkan siang. Sore dan malam hari untuk kombinasi materi yang atraktif dan standar. Sedangkan dini hari adalah waktu untuk siaran yang bersifat lamban (*slow*) (Masduki: 2004:50).

Berikut beberapa macam format acara yang bisa digunakan untuk menyampaikan materi dakwah :

a. Format Uraian

Format uraian merupakan bentuk penyajian acara yang paling sederhana, mudah penggarapannya sehingga paling banyak dikerjakan dan dipakai dalam penyelenggaraan siaran. Ada juga yang menyebut bahwa uraian merupakan format dasar dalam siaran radio. Format uraian pada dasarnya merupakan bentuk penyajian acara secara monolog, satu arah, langsung ke tujuan dan pada umumnya menggunakan bahasa yang formal.

Upaya peningkatan variasi penyajian format uraian dapat dilakukan dengan:

- (1) Menggunakan selingan musik;
- (2) Menggunakan dialog pendek;
- (3) Menggunakan statement tokoh;
- (4) Menggunakan karakterisasi. (Darmanto, 1999: 51).

b. Format Majalah Udara

Majalah udara didefinisikan sebagai suatu program (acara) siaran yang menyajikan berbagai topik dengan memadukan berbagai sub format (format dasar) didalamnya. Majalah udara didalamnya terkandung sub format uraian, wawancara, laporan reporter maupun statement seorang tokoh atau ahli. (Darmanto, 1999: 56).

c. Format Feature

Secara prinsip unsur-unsurnya tetap sama antara feature media cetak dengan di radio-TV. Namun dalam dunia penyiaran, feature didefinisikan sebagai Paket program yang mengangkat suatu topik ditinjau dari berbagai segi permasalahan (ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan lain-lain) dengan memadukan berbagai format dasar (sub format) untuk penyajiannya; dimana musik, sound effect, dan voice merupakan bagian integral yang membentuk kesatuan karya artistik audio. (Darmanto, 1999: 64).

d. Format Dokumenter

Dalam dunia penyiaran kata dokumentasi dipakai untuk maksud yang sangat luas, yaitu kegiatan penyimpanan arsip-arsip surat, rekaman audio, rekaman audio visual, penyimpanan naskah dan kegiatan lainnya yang sejenis. (Darmanto, 1999: 71)

Pengertian yang diberikan *Asia Pacific Institute for Broadcasting Development* (AIBD) makin memperluas perspektif

program dokumenter. Menurut AIBD program dokumenter dapat bersifat:

- a). Menghadirkan kembali peristiwa sejarah.
- b). Berupa komentar mengenai kondisi sosial.
- c). Penggambaran mengenai biografi seseorang.
- d). Menggabungkan pendapat-pendapat yang berbeda mengenai suatu masalah.
- e). Menyajikan fakta dari suatu topik. (Darmanto, 1999: 75)

Namun menurut AIBD ada berbagai jenis *insert* untuk pembuatan format dokumenter radio:

- a). *Straight Talk* : Laporan, kisah, atau bahkan anekdot.
- b). *Interview* : Eksplorasi informasi dari nara sumber oleh pewawancara.
- c). *Discussion* (diskusi) : Adu argumen antara dua orang/lebih.
- d). *Actuality Sounds* : Suara sebenarnya yang direkam di lokasi kejadian.
- e). *Sound Effect*: Suara-suara lain yang dimaksudkan untuk menciptakan suasana, dapat berfungsi untuk menunjukkan tempat atau sebagai penghubung.
- f). *Music-(Musik)*: Musik berfungsi untuk memberikan suasana (*mood*), tanda berhenti atau menghubungkan dua insert.

- g). *Commentary* (Komentar): Dalam konteks format dokumenter yang dimaksud komentar sini adalah laporan pandangan mata dari suatu peristiwa.
- h). *VoxPop*: Pendapat-pendapat dari orang kebanyakan mengenai suatu peristiwa. (Darmanto, 1999: 77).

e. DBU System

DBU (*Development Broadcasting Unit*) atau unit pelaksana siaran pembangunan. Program siaran ini diintegrasikan dengan siaran pedesaan atau siaran wanita dan pembangunan seperti dalam siaran pedesaan yang menyangkut tentang pertanian, selain itu juga tentang pembangunan desa yang menyangkut tentang pemerintahan. (Darmanto, 1998:81-91).

f. Format Sandiwara/drama

Yaitu bentuk penyajian acara yang menampilkan cerita kehidupan manusia melalui konflik antara tokoh antagonis dan protagonist beserta dengan pendukungnya masing-masing, untuk memperjuangkan suatu nilai yang diyakini sebagai kebenaran universal. Cerita dalam sebuah drama bersifat Terstruktur dan terikat pada kaidah-kaidah dramaturgy. Setiap judul drama biasanya terdiri dari beberapa *scene* (bagian) yang masing-masing *scene* terpisahkan dengan musik (Darmanto, 1998: 97).

Selain macam-macam format yang telah disebutkan diatas, Ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai patokan dalam mengemas suatu acara, agar acara yang disiarkan menarik:

1. Acara harus sesuai sasaran

Pastikan siapa sasaran yang dituju. Hal ini penting untuk memudahkan pengelola siaran dalam mengolah bahan siaran.

2. Acara harus spesifik

Isi acara hendaknya membahas materi yang khusus. Jadi hanya satu topik yang dibahas secara menyeluruh. Artinya, dalam membahas harus diperhatikan aspek yang terkait dengan topik pembicaraan.

3. Acara harus utuh

Pembahasan materi harus terjaga. Tidak keluar dari konsep yang telah di patok. Mulai dari pengantar, permasalahan, pembahasan, dan penyelesaian masalah secara sistematis.

4. Kemasan acara harus bervariasi

Acara di kemas dalam bentuk yang bervariasi, misalnya dapat ditampilkan dalam dua bentuk yaitu dialog dan monolog. Dalam dialog dapat ditampilkan dua orang atau lebih yang memiliki warna suara yang berbeda. Kontras warna suara ini sangat mendukung acara karena radio merupakan media audio yang hanya mampu *menstimulasi* indera pendengaran. Dengan warna suara yang berbeda memudahkan pendengar untuk mengenali tokoh-tokoh yang terlibat dalam dialog tersebut.

5. Acara harus ditempatkan pada waktu yang tepat

Pengelola program harus yakin bahwa waktu yang dipilih untuk penyiaran suatu acara sudah tepat. Ketepatan ini didasari pada kebiasaan mendengar dari khalayak.

6. Acara harus disajikan dengan kualitas baik.

7. Acara harus disajikan dengan bahasa sederhana, artinya bahasa yang digunakan sehari-hari atau bahasa pergaulan. (Gilang, Omar Abidin, 1996: 58-61)

2.2 Program Siaran Dakwah

2.2.1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi etimologis perkataan dakwah berasal dari bahasa arab (); yang berarti “panggilan, ajakan atau seruan”. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau menyeru tersebut biasa disebut dengan panggilan da'i. Orang yang menyeru tapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut merupakan proses penyampaian (*tabligh*) atas peran tertentu maka dikenal pula *mubalig* yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*massage*)(Muriah, 2000: 1-2).

Sedangkan dakwah menurut istilah mengandung beberapa pengertian. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pengertian atau definisi berbeda-beda. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Sehingga

antara definisi menurut yang satu dengan lainnya terdapat perbedaan dan kesamaan.

Menurut Muhammad Natsir bahwa dakwah merupakan usaha menyerukan dan menyampaikan kepada manusia dan seluruh umat Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi amal ma'ruf nahi mungkar, dengan berbagai media dan cara yang diperbolehkan akhlak membimbing pengalamannya dalam peri kehidupan perorangan, berumah tangga (*us rah*), bermasyarakat dan bernegara (Muriah, 2000 : 3)

Menurut. Endang S. Anshari Dakwah dalam arti luas adalah penjabaran, penerjemahan dan pelaksanaan Islam dalam kehidupan manusia termasuk politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan dan sebagainya. (Muriah, 200: 4).

S.M. Nasirudin latif dalam buku “ *Teori praktek Dakwah Islamiyah*” pengertian dakwah sebagai usaha atau aktifitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menta'ati Allah SWT, sesuai dengan garis-garis aqidah Syari'ah serta akhlak Islamiyah (Muriah,2000 : 4)

Berpedoman pengertian yang dikemukakan para ahli di atas, maka dapatlah ditarik kesimpulan: Dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan aktifitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan

sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT dan Rasulullah SAW.

2.2.2. Unsur-unsur dakwah

Yang dimaksud dengan unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Adapun unsur-unsur dakwah antara lain meliputi:

A. Da'i (pelaku dakwah)

Yang dimaksud da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik melalui lisan, tulisan ataupun perbuatan baik secara individu maupun kelompok. Dalam hal ini da'i merupakan unsur yang sangat penting, sebab tanpa da'i Islam hanya merupakan ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian seorang da'i harus benar-benar memiliki keahlian yang khusus dalam mengajak manusia dan memiliki sifat yang bisa menjadi suri tauladan yang baik. (Aziz, 2004 : 85-86)

B. Mad'u (Mitra Dakwah atau Penerima Dakwah)

Unsur dakwah yang kedua yaitu mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok.

Dalam hal ini mad'u terdiri dapat dibagi menjadi berbagai golongan yaitu :

1. Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, dan lain sebagainya.
2. Dari struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan, dan santri, terutama pada masyarakat Jawa.
3. Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja dan golongan orang tua.
4. Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang seniman, buruh, pegawai negeri
5. Dari tingkatan sosial, ekonomi, ada golongan kaya, menengah dan miskin.
6. Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita.
7. Dari segi khusus ada masyarakat tuna susila, tunawisma, tunakarya, narapidana dan lain sebagainya.

Dari berbagai macam mad'u tersebut di atas seorang da'i harus mampu memodifikasi pesan-pesan dakwah yang akan disampaikan sesuai dengan siapa yang akan dihadapi. (Aziz, 2004 : 90-91).

C. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan atau gejala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang bersumber dari al Qur'an dan Hadits Sebagai sumber utamanya yang meliputi akidah, syari'ah dan akhlak.

- 1) Akidah, yang menyangkut sistem keimanan atau kepercayaan terhadap Allah SWT. Ini menjadi alasan yang fundamental dalam keseluruhan aktivitas seorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental atau tingkah laku dan sifat-sifat yang dimiliki.
- 2) Syari'at, yaitu serangkaian yang menyangkut aktivitas manusia muslim di dalam segala aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan, mana yang halal, yang haram dan yang mubah. Syari'at yang menyangkut hubungan manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan sesamanya (*khabluminallah dan khabluminannas*).
- 3) Akhlak, menyangkut tata cara berhubungan, baik secara vertikal dengan Allah SWT, maupun secara horizontal sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah SWT (Hadi, 1973: 146)

Materi dakwah sebagai pesan merupakan isi ajaran, anjuran dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Sebagai isi ajaran dan ide seruan dimaksudkan agar manusia mau menerima dan memahami serta mengikuti ajaran tersebut, sehingga ajaran Islam ini benar-benar diketahui, dipahami, dihayati dan selamanya diamalkan sebagai pedoman hidup dan kehidupannya. Semua ajaran Islam tertuang di dalam wahyu dan disampaikan kepada Rasulullah yang perwujudannya terkandung di dalam al-Qur'an dan sunnah Nabi (Sanwar, 1985: 73).

D. Media Dakwah

Unsur dakwah yang ke empat adalah *wa silah* (media) dakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u*.

Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum adanya media massa seperti press, radio, televisi, internet dan sebagainya. Bahkan dapat dikatakan alat-alat tersebut telah melekat tak terpisahkan dengan kehidupan manusia di zaman modern ini.

Dari segi pesan penyampaian dakwah dibagi tiga golongan yaitu:

a. *The Spoken Words* (yang berbentuk ucapan)

Yang termasuk kategori ini adalah alat yang dapat mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga, disebut juga dengan *the audial media* yang biasa dipergunakan sehari-hari seperti telepon, radio, dalam hal ini pesan disampaikan melalui suara-suara.

b. *The Printed Writing*(yang berbentuk tulisan)

Yang termasuk didalamnya adalah barang-barang tercepat, gambaran tercetak, lukisan, buku, surat kabar, majalah dan lain sebagainya.

c. *The Audio Visual* (yang berbentuk gambaran hidup)

Yaitu merupakan penggabungan dari golongan diatas, yang termasuk dalam ini adalah film, televisi, video. Dalam hal ini materi di sampaikan dengan melalui gambaran kehidupan masyarakat secara faktual seperti, dalam larangan mencuri, minum-minuman keras dan lain sebagainya.(Aziz,2004 : 120-121)

Dalam penggunaan bentuk-bentuk media dakwah menurut bentuk penyampaian nya tersebut di atas merupakan penghubung dengan kondisi umat bersangkutan dan kondisi *mubalig* itu sendiri, dalam segi tenaga, daya pikir, waktu, biaya dan sebagainya. Jadi media dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan pesan oleh da'i kepada mad'u untuk menyampaikan tujuan yang telah ditentukan.

Disamping penggolongan media di atas, media dakwah dari segi sifatnya dapat dibagi menjadi dua golongan :

1. Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, 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, Pers dan sebagainya.(Aziz, 2004 : 149)

Dalam abad sekarang ini, dakwah tidak harus semaksimal mungkin dalam menggunakan media massa modern, akan tetapi media massa yang mutlak harus dipergunakan dalam pelaksanaan dakwah Islam, yang memiliki efektifitas yang tinggi, antara lain :

1. Pers (Surat Kabar)

Media dakwah ini sangat besar manfaatnya, termasuk dari beberapa media massa pembentuk opini masyarakat ia hampir bisa disebut” makan pokok “ masyarakat mendambakan informasi dan selalu mengikuti perkembangan dunia. Dakwah melalui media ini dapat membentuk berita-berita Islam, penulisan artikel-artikel Islam dan lain sebagainya.

2. Radio

Media radio digunakan dalam media dakwah memiliki kelebihan-kelebihan antara lain (Aziz, 2004: 151-152):

- a. bersifat langsung

Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagai mana penyampaian materi dakwah lewat pers, dengan mempersiapkan naskah

dengan secara langsung da'i bisa menyampaikan dakwah di depan *microphone*.

b. Siaran Radio tidak mengenal jarak dan rintangan

Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan adalah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan selain waktu, ruang pun bagi radio tidak merupakan masalah, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh media lain dapat diatasi dengan media radio.

c. Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat

Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan adalah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat adanya tiga unsur yaitu: musik, kata-kata, efek suara

Selain itu radio juga memiliki kekurangan yaitu hanya bisa didengar dan kadang adanya gangguan sinyal yang disebabkan oleh udara atau cuaca yang kurang mendukung.

d. Film

Film dapat dijadikan media dakwah karena yang sifatnya audio visual, yang dapat menyuguhkan pesan yang hidup dapat mengurangi keraguan apa yang disuguhkan dan mudah di ingat.

e. Internet

Dengan media internet dakwah dapat memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru, dengan keluasaan akses yang dimilikinya yaitu tanpa ada batasan wilayah, kultural, dan lainnya. Menyikapi fenomena ini Nurcholis Madjid mengatakan “ *Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab jika internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang memudahkan umat untuk bekerja*” (Aziz,2004 : 150-153)

Dari uraian tentang media dakwah di atas tampak dengan jelas begitu besar pengaruh emosi dan perilaku keagamaan yang ditimbulkan oleh media massa tersebut di atas, akan tetapi kesadaran untuk memiliki dan menggunakannya apalagi media-media tersebut (sebagai produser) dikalangan umat Islam masih rendah. Jika umat Islam tidak memanfaatkan media-media tersebut di zaman modern dunia dan globalisasi yang ditandai dengan kecanggihan komunikasi, maka dakwah Islam akan semakin tersaingi dari umat manusia dan terulang oleh persaingan idiologi dengan agama-agama besar lainnya. (Aziz,2004 : 155-156)

E. Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah yaitu Al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. (Bachtiar, 1997: 34).

Dzikron Abdullah (1989: 52) juga menjelaskan dalam bukunya "*Metodologi Dakwah*" membagi ke dalam beberapa metode yakni:

1) Metode Ceramah.

Metode ini banyak diwarnai oleh ciri-ciri karakteristik berbicara seorang da'i pada suatu aktivitas dakwah. Metode ini efektif bila obyek berjumlah banyak, da'i ahli ceramah.

2) Metode Tanya Jawab,

Yakni metode penyampaian materi dakwah dengan mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk menyatakan suatu masalah yang belum dimengerti dan da'i sebagai penjawab nya.

3) Metode Diskusi.

Diskusi sebagai metode dakwah belum lazim digunakan oleh para da'i atau para penyelenggara dakwah, karena banyak da'i yang belum mengetahui tentang pengertian diskusi apalagi tujuan serta manfaat diskusi bagi kegiatan dakwah.

4) Metode Propaganda (*diayah*).

Propaganda berasal dari bahasa Yunani "*propogare*" artinya menyebarkan atau meluaskan. Dakwah dengan menggunakan metode ini berarti suatu upaya dengan menggunakan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massa dan persuasif bukan bersifat otoriter.

5) Metode Demonstrasi.

Metode ini adalah berdakwah dengan memperlihatkan contoh baik, berupa benda, peristiwa, perbuatan dan sebagainya.

6) Metode Infiltrasi.

Metode dakwah di mana yang disaring adalah agama atau agama disusupkan ketika memberi keterangan, penjelasan, pelajaran, kuliah, ceramah, pidato dan sebagainya. Maksudnya bersama-sama dengan bahan lain, seorang da'i memasukkan intisari jiwa agama kepada *mad'u*.

7) Metode Silaturahmi.

Metode ini digunakan oleh juru penerangan agama, metode silaturahmi dapat dilakukan dengan dua cara yakni undangan tuan rumah dan atas inisiatif pribadi.

8) Metode Drama.

Dakwah dengan metode ini merupakan suatu cara penyajian materi dakwah dengan menunjukkan dan mempertontonkan

kepada mad'u agar dakwah tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Salah satu metode dakwah yang tepat dipergunakan untuk mencapai tujuan tertentu, belum tentu tujuan metode dakwah tersebut dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang lain. Demikian pula metode dakwah tertentu yang amat efisien dipakai oleh orang tertentu belum tentu efisien bila dipakai oleh orang lain.

Kondisi mad'u itu harus diperhatikan juga dalam menentukan metode karena setiap metode dakwah harus dipertimbangkan kondisi mad'unya, misalnya dakwah dengan menggunakan metode diskusi, harus diimbangi dengan mad'u yang memiliki pengetahuan yang cukup (Abdullah, 1989: 155).

2.2.3 Radio Sebagai Media Dakwah

Radio sebagai media dakwah merupakan suatu terobosan yang baik, terlebih setelah para mubalig memiliki semangat yang gigih untuk menyiarkan misi dakwahnya, maka radio pun sebagai alat komunikasi dilirik dan dimanfaatkan untuk keperluan dakwahnya.

Dari segi jenisnya radio ini ada dua macam yaitu radio amatir dan radio siaran. Radio amatir digunakan hanya sekedar berkomunikasi antar satu orang dengan lainnya dalam bentuk percakapan. Sedangkan radio siaran berfungsi menyiarkan program dalam bentuk kesenian, hiburan, penerangan, keagamaan dan pendidikan.

Radio sebagai alat komunikasi dapat dimanfaatkan sebaik mungkin sebagai media dakwah Islam. Hal tersebut salah satunya didasarkan pada kenyataan, pesawat radio telah dimiliki masyarakat secara meluas dan merata. Apalagi setelah adanya radio transistor yang tidak tergantung oleh aliran listrik, melainkan dengan batu baterai. Dengan demikian dakwah dapat menggunakannya secara kontinyu dan dapat dikatakan pula bahwa radio sudah menjadi bagian hidup masyarakat dan sudah mendapat tempat dihati mereka secara merata. (Effendi, 1990 : 66)

Joseph Clapper dalam penelitiannya tentang efek media massa menandakan bahwa radio sebagai media massa berpengaruh dalam memperkokoh sikap dan pendapat yang ada. Hal tersebut dikarenakan setiap orang pada dasarnya memiliki sebuah pendapat atau ideologi. Namun begitu dia juga menyebutkan bahwa media massa juga efektif dalam mengubah sikap dan efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah baru bila tidak ada suatu pendapat atau gagasan yang harus diperteguh (Rachman, 1986: 232-233).

Pada dasarnya da'i dalam memanfaatkan keberadaan radio dalam memantapkan seseorang baik perasaan, pikiran atau pemahaman seseorang maupun tingkah laku adalah tergantung bagaimana memformat dan memanfaatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh media radio, sebab radio hanyalah media yang mati. Namun begitu perlu dimengerti bahwa radio memiliki keunggulan yang sulit ditandingi oleh media-media lain seperti aktualitas beritanya dan penyebarannya yang luas. Untuk itu pendayagunaan

potensi yang dimiliki oleh media radio tentu saja akan mendapatkan hasil yang optimal, sehingga kerja dakwah tidak sia-sia.

Keefektifan berda'wah melalui radio juga ditunjang oleh beberapa faktor, adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

- a. Daya langsung, untuk mencapai sasarannya tidak mengalami proses yang sulit.
- b. Daya tembus, radio tidak mengenal jarak dan rintangan.
- c. Daya tarik, radio memiliki sifat yang hidup, karena mengandung tiga unsur, yaitu musik, kata dan efek suara (Effendi, 1980: 74-77).

Media massa jika dilihat dari aspek komunikasi yang merupakan "*channel of communication*" yang berfungsi sebagai pembawa pesan (*massaging vehictess*) juga sekaligus berperan sebagai sumber pesan (*Massaging resource's*) (Negara, 1989: 35). Adanya penunjang seperti yang di atas, faktor lain yang sangat berpengaruh terhadap keefektifan siaran radio adalah cara penyajian pesan dan kesesuaian antara isi pesan dengan audien. Isi pesan merupakan unsur yang harus diperhatikan agar unsur komunikasi dapat berlangsung dengan efektif. Dalam hal ini adalah dakwah islamiyah, maka amanat yang dibawa da'i sebagai komunikator adalah risalah Rasulullah SAW. Amanat yang terkandung dalam pesan juga harus membawa manfaat, sehingga dapat berpengaruh terhadap efektifitas pesan.

Apabila da'i dalam penyajian pesannya menarik, serta ada kesesuaian antara isi pesan dengan apa yang diinginkan komunikan, maka berlangsungnya

penyampaian pesan dakwah akan berjalan lancar. Hal penting yang harus diperhatikan pula adalah :

- a. Pesan hendaknya dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran.
- b. Pesan hendaknya menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- c. Pesan harus memenuhi kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyuarakan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Effendi, 1973: 57).