

BAB II

RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM

A. Tinjauan Umum Tentang Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab da'a yad'u (دعا يدعو) yang artinya mengajak, mengundang, atau memanggil. Kemudian menjadi kalimat da'watun (دعوة) yang artinya panggilan atau undangan atau ajakan (Ghazali 1997:5). Arti kata dakwah seperti ini sering dijumpai atau dipergunakan dalam ayat-ayat Al-Qur'an, seperti dalam surat Al-Fusilat ayat 33 yang menunjukkan kata :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي
مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya Aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (Depag RI, 1993:771).

Surat Yunus ayat 35 yang menunjukkan kata يَدْعُوا

وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿٣٥﴾

“Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam)” (Depag RI, 1993:310).

Surat Al-Baqarah ayat 186 yang menunjukkan kata دَعْوَةٌ

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۗ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي
وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang aku, Maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran” (Depag RI, 1993 : 45).

Istilah lain yang identik dengan kata dakwah adalah tabligh yang berarti penyampaian suatu pesan. Oleh karena itu, dakwah sering juga disebut dengan tabligh yang maksudnya adalah suatu kegiatan penyampaian pesan atau ajakan agama Islam (Ghazali, 1997: 5).

Dakwah secara terminologi memiliki beberapa pengertian atau definisi. Beberapa ahli memakai sudut pandang yang berbeda di dalam memberikan pengertian pada istilah tersebut. Sehingga antara definisi menurut ahli yang satu dengan yang lainnya senantiasa terdapat persamaan dan perbedaan.

S. M Nasaruddin Latif mengartikan dakwah sebagai usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis aqidah, Syariat serta akhlak islamiyah.

Muhammad Nasir mengartikan dakwah sebagai usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang

meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam peri kehidupan perseorangan, berumah tangga (usroh), bermasyarakat dan bernegara (Muriah, 2000: 3-4).

Sedangkan Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi ataupun masyarakat (Shihab, 1994: 194).

Menurut Prof. Thoha Yahya Umar, MA. yang dimaksud dengan dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat (Kayo, 2007: 25).

Pemahaman-pemahaman definisi Dakwah sebagaimana disebutkan di atas, meskipun terdapat perbedaan-perbedaan kalimat, namun sebenarnya tidaklah terdapat perbedaan prinsipil. Dari berbagai perumusan definisi di atas, kiranya bisa disimpulkan sebagai berikut.

- a) Dakwah itu merupakan suatu aktivitas atau usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar.
- b) Usaha Dakwah tersebut berupa ajakan kepada jalan Allah dengan amar ma'ruf nahi munkar.
- c) Usaha tersebut dimaksudkan untuk mencapai cita-cita dari dakwah itu sendiri yaitu menuju kebaikan manusia di dunia maupun di akhirat.

2. Hukum Dakwah

Melaksanakan dakwah adalah wajib hukumnya, tetapi terdapat perbedaan tentang kewajiban itu antara lain:

- a. Hukum dakwah adalah fardhu kifayah, maksudnya dakwah dapat dilakukan oleh sebagian orang saja, atau sekelompok orang.

Pendapat ini berdasarkan Firman Allah dalam surat Ali-Imron ayat 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“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” (Depag RI, 1993:93).

Di dalam ayat tersebut yang menjadi titik beratnya adalah kalimat “minkum” yang artinya Sebagian diantara kamu. Sehingga dapat dimaksudkan tidak semua individu memikul tanggung jawab berdakwah.

- b. Hukum dakwah adalah Fardhu'Ain, maksudnya dakwah itu menjadi kewajiban setiap individu muslim, menurut kadarnya, masing-masing pendapat ini berdasarkan Firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“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,1993:421).

Dan sebagaimana Sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Imam muslim

من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فان لم يستطع فبلسا نه
فان لم يستطع فبقليه وذلك اضعف الايمان (رواه مسلم)

“Barang siapa diantara kamu melihat satu kemungkaran, ubalah ia dengan tangannya, jika tidak mampu, maka dengan lisannya, jika tidak mampu, maka dengan hatinya. Dan demikian itu merupakan iman yang paling lemah” (Muslim, 2000:197).

Hadits di atas menunjukkan perintah kepada umat Islam untuk mengadakan dakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing. Apabila seorang muslim mempunyai sesuatu kekuasaan tertentu maka dengan kekuasaannya itu ia diperintah untuk mengadakan dakwah. Jika ia hanya mampu dengan lisannya maka dengan lisannya itu ia diperintahkan untuk mengadakan seruan dakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk berdakwah dengan hati, seandainya dengan lisan pun ternyata ia tidak mampu.

Melaksanakan dakwah hukumnya adalah wajib, kewajiban dakwah bagi seorang muslim dapat dilakukan menurut kemampuannya dan menurut kadar pengertian yang dimiliki. Dakwah dalam hal ini, dapat dilakukan dengan cara-cara tertentu seperti pidato, ceramah (secara lisan), atau melalui cara lain dengan memberikan contoh teladan tentang kebajikan (bil hal), dan lain-lain.

Dengan adanya kewajiban dakwah bagi setiap individu muslim, berarti dakwah menjadi tanggung jawab bersama, bukan tanggung jawab sebagian orang atau sekelompok orang saja. Berdasarkan hal tersebut maka diharapkan dakwah dapat berjalan lebih lancar, lebih umum, lebih menyeluruh dan tidak terikat dengan kesempatan yang dimiliki oleh sebagian orang atau kelompok. Dakwah akan berjalan seiring dengan gerak langkah dan dinamika kehidupan masyarakat. Setiap terjadi pertemuan terjadi komunikasi dan pada saat itulah terjadi proses dakwah (Anshari, 1993:71).

3. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan suatu rangkaian proses untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tanpa adanya tujuan, kegiatan dakwah tidak akan terarah bahkan dapat menyebabkan proses transformasi pesan-pesan agama menjadi gagal. Oleh karena itu, tujuan dakwah merupakan salah satu faktor terpenting dalam pelaksanaan dakwah.

Tujuan dakwah dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Tujuan Umum Dakwah (Mayor Objective)

Tujuan umum dakwah adalah mengajak umat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar yang diridhai Allah SWT. Agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Kesejajaran kebahagiaan

hidup di dunia dan di akhirat itulah tujuan hidup dan cita-cita sesungguhnya dari dakwah Islam.

b. Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah merupakan tujuan yang dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui ke mana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah dengan cara yang bagaimana dan sebagainya secara terperinci (Syukir, 1993: 49-51).

Proses dakwah untuk mencapai dan mewujudkan tujuan utama, sangatlah luas cakupannya. Segenap aspek atau bidang kehidupan tidak ada satupun yang terlepas dari aktivitas dakwah. Maka agar usaha atau aktivitas dakwah dalam setiap bidang kehidupan itu dapat efektif, perlu ditetapkan dan dirumuskan nilai-nilai atau hasil-hasil yang harus dicapai oleh aktivitas dakwah pada masing-masing aspek tersebut.

Tujuan khusus dakwah sebagai terjemahan dari tujuan umum dakwah dapat disebutkan antara lain sebagai berikut:

- 1) Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan dakwah nya kepada Allah SWT.

Dengan tujuan ini penerima dakwah diharapkan agar senantiasa mengerjakan segala perintah Allah dan selalu mencegah atau meninggalkan perkara yang dilarang-Nya.

- 2) Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih muallaf.

Penanganan terhadap masyarakat yang masih muallaf masih jauh berbeda dengan kaum yang sudah beriman kepada Allah (berilmu agama), sehingga rumusan tujuannya tidak sama, artinya disesuaikan dengan kemampuan dan keadaan.

- 3) Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam).
- 4) Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.

Anak-anak adalah penerus generasi masa depan. Mendidik dan mengajar anak-anak adalah suatu amal nyata bagi masa depan umat. Dalam Al-Qur'an dan hadits telah disebutkan bahwa manusia sejak lahir membawa fitrahnya yakni beragama Islam (agama tauhid) (Amin, 2009:62-64).

4. Unsur- unsur Dakwah

Yang dimaksud unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah.

Unsur- unsur dalam proses dakwah tersebut, antara lain:

a. Da'i (Pelaku Dakwah)

Yang dimaksud Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga. (Aziz, 2004: 75).

Setiap orang yang menjalankan aktivitas dakwah, hendaklah memiliki kepribadian yang baik sebagai seorang da'i. Hal ini karena seorang da'i adalah figur yang menjadi contoh dalam segala tingkah laku dan gerakannya. Oleh karena itu, ia hendaklah menjadi *uswatun hasanah* bagi masyarakatnya.

Da'i ibarat seorang pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan hidup di dunia dan akhirat. Ia adalah petunjuk jalan yang harus mengerti dan memahami jalan yang sulit dilalui dan mana jalan yang tidak boleh dilalui oleh seorang muslim, sebelum ia memberi petunjuk jalan kepada orang lain. Oleh karena itu, di tengah-tengah masyarakat da'i memiliki kedudukan yang penting; sebab ia adalah seorang pemuka (pelopor) yang selalu diteladani oleh masyarakat. Perbuatan dan tingkah lakunya selalu dijadikan tolak ukur oleh masyarakatnya. Da'i menjadi pemimpin di tengah masyarakat walaupun tidak pernah dinobatkan sebagai pemimpin formal. Kemunculan da'i sebagai pemimpin adalah atas pengakuan masyarakat yang tumbuh secara bertahap.

Dari kedudukannya yang sangat penting di tengah masyarakat, seorang da'i harus mampu menciptakan jalinan komunikasi yang erat antara dirinya dan masyarakat. Ia harus mampu bertindak dan bertingkah laku yang semestinya dilakukan oleh seorang pemimpin. Ia harus mampu berbicara dengan masyarakatnya dengan bahasa yang

mampu dipahami oleh mereka. Oleh karena itu, da'i harus mengetahui dengan pasti latar belakang dan kondisi masyarakat yang dihadapinya.

Di samping itu, agar seorang da'i dapat dengan mudah mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u, diperlukan pribadi yang cerdas, peka terhadap masyarakat, percaya pada dirinya, stabil emosinya, berani, bersemangat tinggi, penuh inisiatif, tegas tetapi juga hati-hati, kreatif, serta berbudi luhur.

Keberadaan da'i di tengah masyarakat tidak dapat dipisahkan bahwa dirinya adalah (agen pembaharu) yang berarti ia harus inovatif, dinamis serta kreatif. Ia harus selalu mencari ide-ide baru dan mengembangkannya sehingga terwujud suatu masyarakat yang lebih maju ketimbang hari-hari sebelumnya. Ia juga sebagai (manusia penentu) yang berarti ia harus tanggap, tegas dan bijaksana dalam memutuskan sesuatu (Amin, 2009:69).

Adapun beberapa sifat yang harus dimiliki oleh seorang da'i (Ya'qub, 1996: 37-39) adalah:

- 1) Mengetahui tentang Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pokok agama Islam.
- 2) Memiliki pengetahuan Islam yang berinduk kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah, seperti tafsir, ilmu hadits, sejarah kebudayaan Islam dan lain-lain.
- 3) Memahami pengetahuan yang menjadi alat pelengkap dakwah, teknik dakwah, ilmu jiwa, sejarah dan lain-lain.
- 4) Memahami bahasa umat yang akan diajak kepada jalan yang diridhoi Allah.
- 5) Penyantun dan lapang dada.
- 6) Berani kepada siapapun dalam menyatakan, membela, dan mempertahankan kebenaran.
- 7) Memberi contoh dalam setiap medan kebajikan supaya sesuai kata-katanya dan tindakannya.

- 8) Berakhlaq baik, tawadlu', tidak sombong, pemaaf dan ramah tamah.
- 9) Memiliki ketahanan mental yang kuat (kesabaran), keras kemauan, optimis walaupun menghadapi berbagai rintangan dan kesulitan.
- 10) Khalish, berdakwah karena Allah.
- 11) Mencintai tugas kewajibannya sebagai da'i dan mubaligh dan tidak mudah meninggalkan tugas tersebut karena pengaruh-pengaruh keduniaan.

Demikianlah antara lain sifat-sifat yang harus dimiliki oleh setiap da'i atau mubaligh. Apabila ia memiliki sifat tersebut, maka akan mudah baginya membawa umat kepada tujuan dakwah dan akan mudah pula mengatasi segala rintangan, hambatan, dan cobaan dalam melaksanakan dakwah.

b. Mad'u atau Objek Dakwah

Mad'u atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia tanpa terkecuali, baik pria maupun wanita, beragama maupun belum beragama, pemimpin maupun rakyat (Sanwar, 1987: 66). Mad'u merupakan unsur yang harus diperhatikan, karena da'i akan dapat mempengaruhi mad'u bila metode yang digunakan itu sesuai dengan kondisi mad'u, tingkat perkembangan mad'u secara pribadi atau jamaah. Baik dari tingkat berpikir, lapangan kerja, ekonomi, keberagaman, usia, jenis kelamin dan status sosial, jika dilihat dari segi geografi pun, ada masyarakat desa, dan ada masyarakat kota yang mempunyai cara hidup dan aspirasi yang berbeda (Abdullah, 1989: 156).

Dengan mengetahui karakter dan kepribadian mad'u sebagai penerima dakwah, maka dakwah akan lebih terarah karena tidak

disampaikan secara sembarangan tetapi mengarah kepada profesionalisme. Maka mad'u sebagai sasaran atau objek dakwah akan dengan mudah menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek dakwah, karena baik materi, metode, maupun media yang digunakan dalam berdakwah tepat sesuai dengan kondisi mad'u sebagai objek dakwah.

Dakwah Islam senantiasa memperhatikan kondisi sosial kultural objek atau masyarakat sasaran dakwah. Hal tersebut sudah sepatutnya dipertimbangkan karena kondisi sosial mad'u menjadi pertimbangan da'i untuk menentukan metode dakwah agar dakwah terlaksana secara efektif.

c. Madatud Dakwah (Materi dakwah)

Materi dakwah adalah ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits, yang disampaikan da'i kepada mad'u sebagai salah satu pedoman hidup yang harus ditaati dan dipatuhi umat manusia dalam menuju keselamatan hidup di dunia dan akhirat (Abda, 1994:45).

Materi dakwah pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu;

- 1) Aqidah, yang menyangkut sistem keimanan atau kepercayaan terhadap Allah SWT. Dan ini dijadikan landasan fundamental dalam keseluruhan aktivitas seorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental maupun sifat yang dimiliki. Hal tersebut disinggung dalam sabda Rasulullah:

"Iman ialah engkau percaya kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya, hari akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk" (Muslim, 2000 : 10).

- 2) Syariah, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan dan mana yang tidak boleh, mana yang halal dan haram, mana yang mubah dan sebagainya. Dan ini juga menyangkut hubungan manusia dengan Allah SWT dan hubungan dengan manusia dengan sesamanya (hablun minallah dan hablun mina nas). Sebagaimana dijelaskan dalam sabda nabi sebagai berikut:

"Islam adalah engkau akan menyembah allah dan tidak menyekutukannya akan sesuatu, mendirikan sholat, menunaikan zakat yang diwajibkan, berpuasa ramandhan dan berhaji ke baitil haram". (Muslim, 2000 : 11).

- 3) Akhlaq, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT (Anshari. 1993: 146). Seperti dalam sabda Rasulullah:

"Sesungguhnya aku (Muhammad) diutus hanyalah untuk menyempurnakan akhlak yang baik" (Hanbal, 2000 : 16).

Materi yang baik, sering dan searah dengan kondisi sasaran atau objek dakwah yang dituju. Dengan demikian isi atau pesan-pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh mad'u, yang pada akhirnya maksud dan tujuan dilaksanakannya dakwah bukan mustahil akan terealisasi.

d. Wasilah (media dakwah)

Media berasal dari bahasa latin “mediare” yang artinya “perantara” maksudnya perantara atau sarana penghubung atau alat yang digunakan. Sedangkan media dakwah adalah alat yang menghubungkan da'i dan ummat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totaliet atau pelaksanaan dakwah (kuswata, 1990:60).

Aktivitas dakwah Islam saat ini tidak cukup dengan menggunakan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media komunikasi modern sesuai dengan taraf daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak *out of date*.

Menurut Amin (2009: 116 -125) dan Aziz (2009: 411-424) adapun media dakwah yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u, pada zaman modern seperti sekarang dapat menggunakan media modern. Antara lain:

- 1) Media Audio adalah alat yang dapat digunakan sebagai sarana penunjang dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran. seperti radio, kaset *tape recorder*, Cakram Digital (CD).
- 2) Media Audio Visual adalah alat penyampai pesan dakwah yang dapat didengar dan dilihat, seperti Televisi, Film, dan Video.
- 3) Media Visual adalah alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan, seperti gambar dan foto.
- 4) Media Cetak adalah alat untuk menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan. Seperti buku majalah, surat kabar dan sebagainya.

Pemanfaatan media kegiatan dakwah mengakibatkan komunikasi antara da'i dan mad'u atau sasaran dakwah akan lebih dekat dan diterima. Oleh karena itu aspek dakwah sangat erat kaitannya dengan kondisi sasaran dakwah, artinya keragaman alat dakwah harus sesuai dengan sasaran dakwahnya (*mad'u*).

Begitu pula media dakwah juga memerlukan kesesuaian dengan bakat dan kemampuan da'i. Artinya media dakwah harus didukung oleh potensi serta ketrampilan da'i dalam memanfaatkan atau mengoptimalkan berbagai media dakwah yang ada. Sebab alat atau media dakwah pada dasarnya untuk menyampaikan pesan-pesan atau sebagai penyampai dakwah terhadap mad'unya (Ghazali, 1997 : 13).

Media dakwah menjadi salah satu faktor penunjang tersebarnya pesan dakwah (madatud dakwah). Namun, penggunaan media dakwah sebaiknya disesuaikan dengan kemampuan da'i, serta objek dakwah (mad'u) yang menjadi sasaran dakwah. Dengan hal tersebut, maka dakwah akan berhasil seperti yang diharapkan atau sesuai dengan tujuan.

e. Thoriqoh (metode dakwah)

Metode dalam bahasa Yunani "methodus" berarti cara atau jalan. Metode merupakan sesuatu cara yang biasa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia. Jadi metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai da'i untuk menyampaikan materi dakwah Islam kepada mad'u (Aziz, 2004: 122).

Dalam tugas penyampaian dakwah Islamiyyah, seorang da'i sebagai subjek dakwah memerlukan seperangkat pengetahuan dan percakapan dalam bidang metode. Dengan mengetahui metode dakwah, penyampaian dakwah dapat mengena sasaran dan dakwah dapat diterima oleh mad'u (objek) dengan mudah karena penggunaan metode yang tepat sasaran.

Dengan menguasai metode dakwah, maka pesan-pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u sebagai penerima atau objek dakwah akan mudah dicerna dan diterima dengan baik.

Sumber metode dakwah terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي
 هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
 بِالْمُهْتَدِينَ

“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, 1993:421).

Dalam ayat tersebut di atas, metode dakwah ada tiga pokok yaitu:

- 1) Bi Al-Hikmah yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- 2) Mau'idah Khasanah yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- 3) Mujadalah Billati Hiya Ahsan yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah (Munir. 2006:34).

Menurut Syukir (1983:104-106), ada delapan metode dakwah yang dapat dipakai yaitu:

- 1) Metode Ceramah. Metode ini merupakan suatu teknik yang banyak diwarnai oleh ciri atau karakteristik bicara seorang da'i pada suatu usaha dakwah.
- 2) Metode Tanya Jawab. Metode menyampaikan materi dakwah dengan cara mendorong objek dakwah untuk menyatakan suatu masalah yang dirasakan belum dimengerti dan da'i berfungsi sebagai penjawab.
- 3) Metode Debat. Debat adalah bertukar argumentasi dengan cara yang baik. Metode ini untuk menjelaskan kebenaran Islam bagi sasaran dakwah yang membantah.
- 4) Percakapan antara Pribadi. Bertujuan menggunakan kesempatan yang baik dalam percakapan bebas antar da'i dan pribadi individu yang menjadikan sasaran dakwah.
- 5) Metode Demonstrasi. Berdakwah dengan memperhatikan contoh: baik berupa benda, peristiwa, perbuatan dan sebagainya.
- 6) Metode Dakwah Rasul. Rasulullah menggunakan berbagai metode, sembunyi-sembunyian, terang-terangan, politik pemerintah, surat menyurat.
- 7) Metode pendidikan dan pengajaran. Yaitu dengan cara pembinaan dengan pengembangan.
- 8) Metode Silaturahmi. Metode ini digunakan oleh para juru dakwah, yaitu dengan dua cara: atas undangan tuan rumah dan atas inisiatif pribadi da'i sendiri.

Metode dakwah sebagaimana tersebut di atas harus disesuaikan kemampuan yang ada pada diri da'i dan harus disesuaikan dengan kebutuhan objek dakwah nya.

B. Tinjauan Umum Tentang Radio

1. Pengertian Radio

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara (Poerwadarminta, 2006: 935). Radio merupakan buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara di tranmisikan secara serempak melalui gelombang di udara (Astuti 2008:5). Radio siaran (*radio broadcast*) adalah suatu aspek dari komunikasi karena proses radio siaran dipelajari dan diteliti oleh ilmu komunikasi (Effendy, 1990:1). Radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*chaannel 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 manusia untuk mengutarakan sesuatu. Bahkan media radio dipandang sebagai kekuatan kelima (*the fifth state*) setelah lembaga *eksekutif* (pemerintah), *legeslatif* (parlemen), *Yudikatif* (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Salah satu hal yang menjadikan radio sebagai kekuatan kelima antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal Jarak dan rintangan,

dan memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik dan efek suara (Romli, 2004 :19).

a. Radio siaran bersifat langsung

Makna langsung sebagai sifat radio siaran ialah, bahwa suatu pesan yang disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit. Dibandingkan dengan penyiaran pesan melalui surat kabar, brosur, pamflet, atau media cetak lainnya yang selain lama dalam memprosesnya juga tidak mudah menyebarkanluaskannya.

b. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan

Bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan oleh seorang penyiar atau orator pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak. Bagi radio tiada pula jarak ruang, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dapat mencapainya.

c. Radio siaran memiliki daya tarik

Radio memiliki daya tarik, disebabkan oleh tiga unsur yang melekat padanya, yakni:

- 1) Kata-kata lisan (*spoken words*)
- 2) Musik (*music*)
- 3) Efek suara (*sound effect*)

Dengan dihiasi musik dan didukung efek suara, seperti suara binarang, hujan atau badai, mobil atau pesawat terbang, dan lain-

lain, suatu acara yang disajikan radio terkesan lebih hidup (Effendy, 2002: 107-108).

Komunikasi yang dilakukan di radio (seperti halnya di media yang lain), adalah komunikasi massa yaitu komunikasi kepada orang banyak dengan menggunakan media. Meskipun demikian, gaya komunikasi di radio harus berupa komunikasi personal atau antar pribadi, karena pendengar radio meskipun banyak harus dianggap hanya seorang individu. Salah satu prinsip siaran adalah “Berbicara pada seorang pendengar yang ada di depan kita layaknya teman dekat”.

Radio dengan segala keefektifannya sebagai media massa memang memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lainnya, media radio memiliki karakteristik yang khas.

2. Karakteristik Radio

Pertama, Auditori. Radio adalah suara untuk didengar, karenanya isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin “menoleh ke belakang” sebagaimana pembaca koran yang bisa kembali pada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan.

Kedua, Transmisi. Proses penyebarluasan atau penyampaian siaran kepada pendengar melalui pemancar atau transmisi kepada pendengar melalui pemancar (transmisi).

Ketiga, Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis atau “*channel noise factor*”.

Keempat, *Theatre of mind*. Radio mencipta gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarinya sendiri.

Kelima, identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya *surprise* seketika atau memberi kejutan, karena pendengar biasanya tidak mengetahui lagu apa yang akan disajikan, berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.

3. Kelebihan radio dibandingkan dengan media komunikasi massa yang lain, yaitu:

- a. Cepat dan langsung. Sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun televisi, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan memerlukan waktu banyak seperti siaran Televisi atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.

- b. Akrab. Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya, karena dapat didengarkan sambil menyetir mobil, memasak di dapur dan sebagainya.
- c. Dekat. Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pembicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi.
- d. Hangat. Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan sering kali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.
- e. Sederhana. Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.
- f. Tanpa batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antar golongan), dan kelas sosial. Hanya “tuna rungu” yang tidak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio.
- g. Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut biaya sedikitpun untuk mendengarkan radio.
- h. Bisa Mengulang. Radio memiliki kesementaraan alami sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara cepat.

- i. Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar dan membaca koran atau buku.

4. Kelemahan Radio

- a. Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan.
- b. Global. Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, karenanya angka-angka pun dibulatkan.
- c. Batasan waktu. Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah-jumlah halaman dengan bebas.
- d. Beralur linear. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Beda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung kehalaman tengah, akhir, atau ke langsung rubrik yang ia sukai.
- e. Mengandung Gangguan. Seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis (Romli, 2000 : 22-25).

5. Fungsi Radio

Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan

pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan yaitu: informasi, pendidikan dan hiburan. Jika salah satunya tidak terpenuhi maka radio kehilangan fungsi sosial dan juga kehilangan pendengarnya. Informasi, menyiarkan informasi merupakan fungsi media massa yang pertama dan utama. Khalayak memerlukan informasi tentang apa yang dikatakan dan sebagainya. Mendidik sebagai sarana pendidikan massa, media massa memuat hal-hal yang mengandung pengetahuan sehingga komunikan bertambah pengetahuannya. Menghibur atau hiburan, media massa juga perlu untuk menuliskan hal-hal yang berkaitan dengan hiburan ini dilakukan untuk mengurangi rasa jenuh komunikan ketika menikmati yang membutuhkan banyak konsentrasi (Masduki, 2001:2).

6. Tujuan Radio

Radio sebagaimana internet, koran, majalah dan televisi adalah *medium komunikasi massa* yang dapat digunakan setiap orang untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Masduki (2001: 6) ada tiga tujuan dominan pendirian radio di Indonesia, yaitu:

- a. Pelayanan kebutuhan pendengar: yaitu pendirian diawali dengan penelitian khalayak untuk mengetahui bagaimana kebutuhan pendengar terhadap media radio, baik isi siaran, waktu siaran maupun kemasan acaranya. Tujuan ini bersifat idealistik karena jika tidak ditemukan signifikansi yang tinggi dari kebutuhan pendengar maka stasiun radio tidak mungkin beroperasi.

- b. Aktualisasi kepentingan pengelola: yaitu setiap orang yang berkiprah dalam bidang radio pasti memiliki motivasi pribadi, misalnya ingin populer, memperluas relasi, atau ingin memperkuat eksistensi dirinya dalam kancah pergulatan politik.

Jika dari beberapa motivasi tersebut ada yang terlalu dominan, maka yang terjadi adalah personifikasi seluruh program siaran radio. Jadi, yang perlu diingat adalah bahwa kepentingan publik harus diutamakan ketimbang kepentingan pribadi karena radio adalah medium yang mempergunakan jalur frekuensi milik publik (*public domain*).

- c. Perolehan pendapat ekonomi. Radio menjadi objek mencari keuntungan dan lapangan kerja yang mengharuskan pemilik mengalokasikan keuntungannya melalui iklan yang bersifat *on-air* atau program *off-air* agar mampu untuk terus bersaing dan berkembang untuk meningkatkan kualitas acara serta SDM-nya.

7. Gaya Radio (*Radio Style*)

Siaran radio adalah “makanan” untuk indera pendengar atau telinga, sehingga berbagai siaran yang dikemasnya perlu disesuaikan dengan hal-hal yang dapat dengan mudah dipahami oleh indera telinga. Karena itu apa yang disajikan untuk dibaca belum tentu dapat dimengerti apabila dihidangkan melalui siaran radio. Susunan berita untuk surat kabar tidak akan mencapai tujuannya apabila dibacakan di depan mikrofon siaran radio. Begitu pula susunan pidato untuk disampaikan dalam acara tabligh akbar, belum tentu akan sama sukses jika disampaikan melalui

radio. Ini berarti di dalam siaran radio terdapat gaya tersendiri, sehingga terdapat ketentuan-ketentuan mengenai pemilihan kata-kata, juga bentuk dan susunan kalimat yang pas dan bisa lebih dengan mudah diterima atau dipahami oleh indera pendengar di dalam siaran radio.

Di Amerika Serikat, tempat lahirnya *radio style*, sudah terdapat ketentuan-ketentuan mengenai bentuk dan susunan kalimat untuk siaran radio, kata-kata yang boleh dipergunakan dan yang harus dihindarkan pemakaiannya. Berkenaan dengan hal tersebut telah pula diselidiki yang lebih besar daya penerimaannya dan yang mudah ditangkap pengertiannya oleh rata-rata pendengar. Selain itu, ditentukan pula bagaimana cara membawakan suatu acara melalui gelombang pendek, sehingga apa yang diucapkan oleh penyiar-penyiar tidak hilang ditelan gelombang *fading* sewaktu tiba di telinga pendengar yang berada di seberang lautan. Kata-kata yang sinonim disusun menjadi daftar panjang untuk menjadi pegangan penyiar, dimana ditentukan kata-kata yang ringan untuk diucapkan dan akan lebih jelas ditangkap oleh pendengar. Misal: kata “kalau” lebih baik daripada “apabila”, kata “pergi” lebih baik daripada “berangkat”, dan lain sebagainya. Demikian pula dalam penggunaan kalimat, misalnya: “Gedung Pusat Tabligh Islam, tadi pagi telah diresmikan oleh Menteri Agama” (kurang baik), “Menteri Agama, tadi pagi telah meresmikan Gedung Pusat Tabligh Islam” (lebih baik).

Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya *radio style*. Faktor tersebut adalah : sifat radio siaran dan sifat pendengar radio.

a. Sifat Radio Siaran

1) Auditori

Maksudnya keberadaan radio siaran hanya untuk didengar, maka siaran yang sampai di telinga pendengar hanya sebatas lalu saja. Ini lain dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah atau media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat di baca, diperiksa dan ditelaah berulang kali.

2) Mengandung Gangguan

Sebagai sebuah media massa radio tidak luput dari kekurangan yaitu memungkinkan terjadinya gangguan. Beberapa kemungkinan gangguan seperti gangguan faktor bahasa, gangguan faktor channel, serta gangguan faktor mekanik. Siaran radio tidak sempurna dan semulus komunikasi antara dua orang yang berhadap-hadapan, sebab ia dilakukan melalui media yang medianya itu sendiri rentan atas gangguan-gangguan. Gangguan yang sifatnya alamiah diantaranya sinar matahari, sehingga siaran radio lebih jelas diterima pada malam hari. Siaran kadang juga dipengaruhi cuaca dan turun naik gelombang atau gangguan teknis yang berupa tumpang tindih gelombang. Disamping itu banyak gangguan lain, apalagi jika radionya sederhana sehingga berbagai kelemahan penangkapan siaran terjadi.

3) Akrab

Penyiar radio, penceramah, ataupun penghibur seakan berada di tengah-tengah pendengar yang seolah-olah diantara mereka terjadi persahabatan yang akrab dan intim. Sapaan, canda, uraian petunjuk pada momen-momen tertentu, menjadikan siaran radio sangat familier dengan pendengarnya.

b. Sifat Pendengar Radio

Pendengar radio merupakan sasaran siaran radio. Siaran radio dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, mengerti, serta tergerak hatinya untuk melakukan kegiatan yang diinginkan penyiar. Oleh karena itu, dalam hal ini perlu diadakan penelitian mengenai sifat-sifat pendengar, misalnya: jam berapa biasanya mereka bangun, sarapan pagi, berangkat kerja, pulang kerja, makan malam, program yang disukai, berita yang biasanya mereka dengarkan, penerangan apa yang mereka perlukan, pendidikan apa yang mereka butuhkan, serta sejumlah pertanyaan lain lagi menyangkut pertanyaan untuk mengetahui kebiasaan, kesenangan, dan keinginan pendengar.

Selain itu, ada beberapa sifat pendengar radio siaran yang turut menentukan gaya bahasa radio yaitu:

- 1) Heterogen. Pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya bermacam-macam, terpencar-pencar di berbagai tempat di kota, di desa, dan sebagainya.

- 2) Pribadi. Penyiar menyampaikan suatu isi pesan akan dapat di terima dan di mengerti pendengar, kalau penyiar seolah-olah memberikan uraian kepada seseorang atau pribadi (personal).
- 3) Aktif. Pendengar aktif berpikir, aktif melakukan interpretasi terhadap apa yang di sampaikan oleh seorang penyiar.
- 4) Selektif. Pendengar sifatnya selektif, ia dapat dan akan memilih program siaran radio yang di sukainya (Effendy,1990:80-87).

C. Radio Sebagai Media Dakwah

Radio merupakan media komunikasi yang dipergunakan dalam mengirim warta jarak jauh yang dapat ditangkap oleh sekelompok orang yang mendengarnya melalui pemancar radio yang diinginkan. Masyarakat dapat memperoleh informasi tentang kemajuan zaman melalui pesawat radio. Bahkan radio pun berfungsi dalam mengadakan perubahan persepsi bahkan perilaku seseorang atau masyarakat. Siaran radio atau format siaran radio untuk dakwah seperti uraian dan dialog. Pesawat radio dapat menjangkau *mad'u*-nya dalam jarak jauh dan meluas. Oleh karena itu pesawat radio merupakan media yang efektif dalam penyampaian dakwah untuk semua kalangan. Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efisiensi berdakwah. hal ini nampak dari adanya bentuk yang sederhana tanpa harus bertemu antara *da'i* dan *mad'u*-nya (Ghazali,1997:37).

Dakwah dengan menggunakan media radio sebagai sarana untuk menyampaikan ajaran agama Islam dipandang sangat perlu untuk

dikembangkan supaya lebih efektif dan efisien. Terkait dengan hal tersebut, maka perlu dikaji lebih dalam tentang program siaran dakwah Islam, karena radio memiliki kemampuan untuk meyakinkan pendengar.

Menurut Asmuni Syukir (1983:176). Radio sebagai media dakwah mempunyai beberapa keutamaan, antara lain:

- a. Program radio dipersiapkan oleh seorang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar berbobot (bermutu).
- b. Radio merupakan bagian dari kebudayaan masyarakat.
- c. Harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki alat itu.
- d. Mudah dijangkau oleh masyarakat, artinya audien atau pendengar cukup di rumah.
- e. Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan, informasi secara tepat dan akurat.
- f. Pesawat mudah dibawa kemana-mana.

Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia juga dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Ketepatan media yang digunakan untuk berdakwah, maka akan makin efektif .

Macam-macam Format Siaran Dakwah di Radio

Dalam sebuah proses siaran dakwah di radio, tentunya pengelola radio mempunyai acuan format untuk kelangsungan siaran dakwah. Format tersebut diantaranya adalah:

a. Format dakwah monologis

Format ini dikemas dalam bentuk ceramah oleh seorang dai yang didalam ceramahnya diambilkan sebuah sumber yakni dari al-Qur'an dan hadits, dengan memberikan tema yang sesuai sentral keagamaan.

b. Format dakwah dialogis

Pola siaran ini yakni dengan mengundang pembicara atau dai yang dipandu oleh moderator yang membahas tentang keislaman, dengan model dialog langsung kepada narasumber.

c. Format dakwah dialog interaktif

Format seperti ini disajikan dengan cara mendatangkan pembicara yang memberikan materi dakwah dan mengikutkan pendengar melalui telephone, sms untuk menanyakan suatu permasalahan yang dibahas kemudian seorang dai atau penceramah menjawabnya dari pertanyaan yang diajukan itu.

d. Format dakwah pengajian akbar

Tujuan dari format ini adalah selain sebagai pendidikan khususnya dalam bidang spiritual, juga mengembangkan dan menanamkan rasa sosial kepada masyarakat.

e. Format dakwah musik islam.

Yakni memutarakan lagu-lagu yang bernuansakan nafas islami (qasidah, nasyid atau lagu yang isinya tentang syair-syair keislaman).

f. Format dakwah dalam bentuk motivasi

Yaitu mengemas acara khusus dengan cara menyisipkan/ memberikan “kata mutiara hikmah”. Ini mendapat nilai tambah dalam spiritual atau kerohanian jiwa, yang mengambil dari hadits, kisah teladan para nabi. 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 sering kali 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.