

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAIS 107.9 FM
SEMARANG DALAM SIARAN *STREAMING***



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Penyiaran Radio

Oleh:

Safa'atun

101211077

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI SEMARANG
Jl. Prof.Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 7606405

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan

Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Safa'atun
NIM : 101211077
Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi / KPI
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAIS 107.9 FM
SEMARANG DALAM SIARAN *STREAMING*

Dengan ini saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 06 Juni 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Najahan Musyafak, M. A.
NIP: 19701020 199503 1 001

Nur Cahyo H. W., S. T., M. Kom.
NIP: 19731222 200604 1 001

PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG
MELALUI SIARAN *STREAMING*

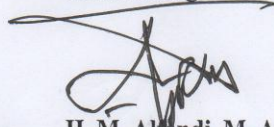
Disusun oleh:

Safa'atun
101211077

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Juni 2015 dan dinyatakan telah lulus memenuhi
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

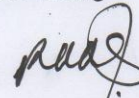
Susunan Dewan Penguji:

Ketua Sidang



H. M. Alandi, M. Ag.
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris Sidang



Drs. H. Najahan Musyafak, M. A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Penguji I



Muhammad Chodzirin, M. Kom.
NIP. 19691024 200501 1 003

Penguji II

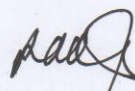


Asep Dadang Abdullah, M. Ag.
NIP. 19730114 200604 1 014




Pembimbing:

Bidang Substansi Materi



Drs. H. Najahan Musyafak, M. A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Nur Cahyo H. W., S. T., M. Kom.
NIP: 19731222 200604 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 5 Juni 2015



Safa'atun

NIM: 101211077

MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ ﴿١١﴾

Artinya: Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan

(QS. Ar-Rahman: 11)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku Bapak Sarwono dan Ibu Suliyah yang telah mengasuh, mendidik, dan memberikan kasih sayang tanpa batas serta do'a yang tulus.
2. Kakak-kakakku Bang Doel dan Mbak Uli, Mas Dholin dan Mbak Nur, serta Mas Ron dan Mbak Nana. Semoga kebahagiaan selalu menyertai disetiap langkah dalam hidup.
3. Keponakan-keponakanku tersayang Dira, Naomi, Rafi, dan Lubna. Senyum dan tawa kalian adalah penyemangatku.
4. Teman-teman Kost. Unni Lilly, Mbak Hill, Iich, Ratih, Aliyong, Lindos, Iim, Syudinawati, dan Upik terimakasih do'a, dukungan, motivasi yang telah kalian berikan, serta canda tawa yang membuat selera humor saya semakin tinggi.
5. Teman-teman KPI B 2010, serta sahabat seperjuangan Rin, Kakak, Umik, Bunda, Mamah, Chua, Luluk, Alvi, Al, Ican, Fathur, Bang Kusy yang telah memberikan semangat dan motivasi serta menghibur disaat susah, ketawa bareng disaat senang. Momen inilah yang akan kita rindukan kawan.
6. Big Family WSC (Walisongo Sport Club). Kalian semua adalah keluarga yang akan selalu aku rindukan kebersamaannya. SOLID.!!!
7. Kakak-kakak 2009, terutama Mas Ipud dan Mas Lisin terimakasih pendakiannya, ditunggu gunung selanjutnya. SALAM RIMBA.!!!
8. Teman-teman MBS FM CERIA.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim, puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang Dalam Siaran *Streaming*”.

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada Baginda Rosulullah SAW, para kerabat, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala hormat, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M. Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Dra. Hj. Sholihati, M. A. dan Asep Dadang Abdullah, M. Ag. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan KPI UIN Walisongo Semarang.
4. Drs. H. Najahan Musyafak, M. A. dan Nur Cahyo Hendro Wibowo, S. T., M. Kom. selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan asisten dosen serta civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membagi ilmu dan pengalamannya kepada

penulis di bangku kuliah. Serta segenap karyawan yang telah membantu menyelesaikan administrasi.

6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat, kasih sayang dan segala yang terbaik untuk penulis.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan, Umi pipit, Ririn, Kak Aya', Bunda Arsi, Mamah Ula, Kate, Luluk, Alfi, Vita, Al Ibel, Ican, Fathur, Rohman dkk. Terimakasih untuk senyuman, semangat, dan canda tawa kalian.
8. Teman-teman KPI B 2010.
9. Teman-teman MBS FM 107.8, Mbak Luluk, Yayah, Yusi, Zenit, Ovi, Iklima, Iqlima, Arwan, Chakim, dkk.

Kepada mereka semua, penulis tidak dapat memberikan apa-apa selain rasa tulus terimakasih dengan diiringi do'a semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan khususnya para pembaca.

Semarang, 05 Juni 2015

Safa'atun
NIM. 101211077

ABSTRAK

Safa'atun, 101211077, "STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAIS 107,9 FM SEMARANG DALAM SIARAN *STREAMING*".

Penelitian ini berawal dari latar belakang hadirnya ilmu perkembangan dan teknologi baru yang ada di Indonesia dan mulai digunakan oleh stasiun penyiaran publik, swasta, maupun komunitas untuk menyebarluaskan siaran melalui media internet, yaitu *streaming*. Salah satu radio yang menggunakan radio internet atau *streaming* untuk menyebarluaskan program siarannya yaitu Radio Dakwah Islam (DAIS) Semarang. Radio Dais merupakan radio komunitas yang memiliki visi misi dakwah Islam. Dengan digunakannya radio *streaming* berarti siaran dakwah meluas dan menjangkau pendengar yang berada diluar jangkauan siaran. Semakin meluasnya jangkauan siaran maka harus digunakan strategi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil tempat Radio Dais 107.9 FM Semarang. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun metode analisis datanya menggunakan analisis deskriptif untuk memaparkan tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Dais dalam siaran *streaming*.

Hasil dari penelitian skripsi ini adalah dalam menerapkan strategi komunikasi Radio Dais terlebih dahulu mengenal khalayak sasaran (pendengar). Khalayak sasaran Radio Dais adalah masyarakat kota Semarang dan sekitarnya dengan melakukan telepon random dan mengirim pesan singkat, serta memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Setelah mengetahui khalayak sasaran, dalam menyusun materi pesan Radio Dais mengangkat tema yang sedang aktual. Selanjutnya metode yang digunakan Radio Dais dalam menyampaikan siarannya adalah dengan metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif*. Kemudian untuk menjangkau pendengar Radio Dais yang berada diluar jangkauan, Radio Dais memilih media *streaming* dengan format *windows media* dengan membuka alamat *web* www.dais1079fm.com. Fasilitas yang disediakan berupa *chatbox*, pengunjung halaman bisa berkirim salam dan memberikan komentar. Proses *streaming* tergantung oleh jaringan, sehingga kualitas suara terkadang tidak konstan.

Kata kunci: *streaming*, Radio Dais, strategi komunikasi

DAFTAR ISI

JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4. Tinjauan Pustaka	5
1.5. Metode Penelitian	7
1.5.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	7
1.5.2. Definisi Konseptual	8
1.5.3. Sumber dan Jenis Data	10
1.5.4. Teknik Pengumpulan Data	11
1.5.5. Teknik Analisis Data	12
1.6. Sistematika Penulisan	13
BAB II : STRATEGI DAKWAH MELALUI RADIO <i>STREAMING</i>	
2.1. Pengertian Strategi	15
2.1.1. Strategi Komunikasi.....	16
2.1.2. Strategi Penyiaran Radio.....	19
2.2. Strategi Dakwah	24
2.2.1. Dasar Strategi Dakwah	27
2.2.2. Prinsip-prinsip Strategi Dakwah	28

2.2.3. Metode Dakwah	29
2.3. Tinjauan Radio <i>Streaming</i>	30
2.3.1. Pengertian Radio	30
2.3.2. Pengertian Radio <i>Streaming</i>	34
BAB III : PROFIL RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG	
3.1. Sejarah Berdirinya Radio DAIS 107.9 FM	42
3.2. Visi, Misi dan Tujuan Radio DAIS 107.9 FM	44
3.3. Struktur Organisasi Radio DAIS 107.9 FM	45
3.4. Program Radio DAIS 107.9 FM	47
3.5. Strategi Komunikasi Radio DAIS 107.9 FM	49
BAB IV : ANALISIS TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAIS 107.9 FM	
4.1. Analisis Strategi Komunikasi	63
4.1.1. Mengenal Sasaran Komunikasi	63
4.1.2. Menyusun Pesan Komunikasi	65
4.1.3. Menetapkan Metode Komunikasi	67
4.1.4. Memilih Media Komunikasi	69
BAB V : PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran-saran	72
5.3. Penutup	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penyebaran ajaran Islam tidak hanya dilaksanakan dengan cara komunikasi interpersonal, kelompok dan massa dengan menggunakan radio, televisi dan koran, tetapi sudah saatnya dakwah Islam dikembangkan lebih luas melalui media internet. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa media internet mengalami perkembangan yang begitu pesat selama kurang lebih tiga dasa warsa ini. Internet sudah mengalami pergeseran fungsi, dari media terbatas menjadi media publik yang digunakan secara luas oleh masyarakat dalam semua bidang kehidupan (Musyafak, 2005: 36-37).

Dewasa ini internet menjadi bahan perbincangan yang ramai dalam masyarakat, baik tentang teknologinya, manfaat, maupun dampak negatifnya. Salah satu manfaat dari teknologinya berpotensi untuk menyampaikan informasi secara cepat, efektif, dan meluas.

Internet tidak lagi dianggap suatu teknologi yang tabu di masyarakat. Instansi perkantoran, lembaga pendidikan, dan beberapa media massa seperti televisi dan radio pun menggunakan internet sebagai media pencari informasi.

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi yang begitu cepat di tahun 1990 an, secara langsung maupun tidak hal ini akan berpengaruh terhadap sistem komunikasi yang berlaku di masyarakat. Setiap lapisan masyarakat memiliki kesempatan yang sama dan luas untuk saling

berhubungan dan berkomunikasi satu sama lain tanpa mengenal suku bangsa, agama, ras, etnik, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan latar belakang pendidikan. Kehadiran internet mampu menghilangkan halangan-halangan tersebut guna menciptakan suatu sistem komunikasi baru tanpa mengenal batas (*borderless communication*) (Alam, 2008: 89).

Salah satu perkembangan teknologi internet yang sekarang digunakan oleh media televisi dan radio dalam melakukan siaran adalah dengan *streaming*. Hadirnya teknologi *streaming* di sebuah media (televisi dan radio) memberikan peluang kepada pengelola media televisi dan radio untuk memanfaatkan perkembangan teknologi internet dalam persaingan antar media saat ini.

Streaming terbagi menjadi dua jenis yaitu *audio streaming* dan *video streaming*. *Audio streaming* dimanfaatkan oleh pengelola media radio yang dikenal di masyarakat dengan radio *streaming*. Radio *streaming* adalah istilah yang digunakan untuk mendengarkan siaran radio secara *live* melalui internet. Untuk dapat mendengarkan radio *streaming* di komputer atau laptop dibutuhkan *software* seperti *winamp* ataupun *real player* yang sebelumnya sudah diinstal di komputer atau laptop yang terhubung dengan jaringan internet. Beberapa radio konvensional Indonesia sudah menyiarkan program siaran untuk bisa dinikmati lewat internet. Salah satunya adalah Radio Dais yang menggunakan radio *streaming* dalam menyiarkan acaranya. Radio Dais Semarang adalah radio komunitas dakwah yang bertempat di Menara Al Husna Kompleks Masjid Agung Jawa Tengah. Didirikan pada tanggal 22

September 2006. Format Radio Dais adalah sebagai radio dakwah dan nada yang memberikan siaran syi'ar Islami, pendidikan, dan informasi.

Sebagai Radio Komunitas yang memiliki keterbatasan jangkauan siaran hanya 2,5 Km dari pusat pemancar dan daya maksimal hanya 50 watt, Radio Dais berinovasi lewat *streaming* sejak Februari 2014 yang dikemas lewat *website* www.dais1079fm.com.

Dengan digunakannya radio *streaming* di Radio Dais, pengelola Radio Dais memanfaatkan radio *streaming* untuk meningkatkan jumlah pendengar dalam persaingan antara media radio komunitas maupun radio komersil lainnya. Penggunaan radio *streaming* ini diharapkan memperluas jangkauan penyiaran dakwah Islamiah.

Radio Dais yang sudah menggunakan radio *streaming* dalam menyiarkan program siarannya, juga masih menggunakan jalur frekuensi modulator (FM) dalam menyiarkan program siarannya. Kalau dalam radio biasa yang menggunakan frekuensi, materi (informasi) dipancarkan melalui stasiun pemancar radio dan ditangkap dengan menggunakan pesawat radio, maka dalam radio *streaming* informasi disampaikan ke dunia maya (internet).

Program siaran yang disiarkan melalui radio *streaming* sama dengan program yang disiarkan melalui radio frekuensi. Pengelola Radio Dais di radio *streaming* sama dengan pengelola radio konvensional. Dengan demikian stasiun penyiaran Radio Dais menggunakan dua jalur media dalam menyiarkan program siaran yaitu dengan jalur frekuensi modulator (FM) dan radio *streaming*.

Radio *streaming* turut andil dalam menyiarkan kajian atau materi-materi yang diterapkan dalam Radio Dais. Dengan meluasnya jangkauan siaran, menambah pendengar dari berbagai daerah di Indonesia bahkan manca negara. Untuk mengetahui khalayak pendengar *streaming*, Radio Dais menggunakan strategi komunikasi agar kegiatan dakwah berjalan dengan efektif. Dengan strategi komunikasi, Radio Dais bisa mengetahui khalayak komunikasi, menyusun pesan komunikasi, menetapkan metode komunikasi, dan pemilihan media komunikasi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian lebih mengenai strategi komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang dalam siaran *streaming*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang peneliti kaji dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang dalam siaran *streaming*.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi Radio Dais Semarang dalam siaran *streaming*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Sebagai salah satu khasanah pengembangan ilmu, khususnya ilmu dakwah sebagai disiplin ilmu, dan pengembangan komunikasi massa, khususnya dalam bidang radio.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengelola radio siaran dakwah yang lain dalam memproduksi dan menyiarkan program yang sesuai dengan tuntutan zaman dan kemajuan teknologi.

1.4. Tinjauan Pustaka

Peneliti telah melakukan penelusuran dan kajian dari berbagai sumber atau referensi yang berkaitan dengan penelitian ini. Berikut adalah karya tulis ilmiah yang relevan dengan penelitian ini:

Mulyati (2011), “Studi Analisis Program Siaran Dakwah di Radio Ngabar FM 106.2 Pondok Pesantren Walisongo Kabupaten Ponorogo”. Hasil penelitian ini adalah selain sebagai sarana hiburan dan informasi, juga peduli dengan kebutuhan masyarakat kota Ponorogo akan siraman rohani sebagai pemupuk iman. Masalah yang dikaji adalah isi siaran dakwah yang dibawakan oleh Ust. Dr. Muhammad Arifin Badri. Kemudian dari segi proses penyusunan program siaran dakwah di radio Ngabar FM 106.2 Pondok Pesantren Walisongo Kabupaten Ponorogo antara lain dilakukan melalui

kerjasama dengan tim *crew* kreatif radio Ngabar FM dan diserahkan kepada direktur kemudian diajukan kepada Pimpinan Pondok. Dalam proses inilah rancangan program berfungsi sebagai pedoman bagi semua *crew* yang akan memproduksi.

Khoerussa'adah (2012), "Strategi Radio PTDI UNISA 106.2 AM dalam Menyiarkan Siaran Dakwah". Hasil penelitian ini adalah menunjukkan strategi yang digunakan radio PTDI UNISA dalam mengembangkan dakwah dari berbagai aspek, terutama aspek pengembangan program. Dakwah dikonsep tidak lagi hanya bersifat konvensional akan tetapi bersifat modern melalui pengembangan media. Meskipun begitu frekuensi AM masih menjadi salah satu kendala bagi PTDI UNISA dalam menarik simpati pendengar. Namun hal itu dijadikan oleh radio PTDI UNISA sebagai tantangan untuk membuka terobosan baru dengan mengudara pada frekuensi FM tanpa harus menghilangkan jalur AM.

Masy Ari Ulinuha, M.T. (2014), "Perancangan Stasiun Radio Online MBS FM Fakultas Dakwah dan Komunikasi". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website* Radio MBS telah berhasil dibuat dan berjalan dengan baik. *Website* ini terdiri dari tiga laman yaitu laman beranda, foto-foto dan siaran *live*. Laman beranda berisi artikel-artikel *up to date* yang berkaitan dengan IAIN Walisongo. Laman foto-foto berisi file-file foto dokumentasi kegiatan Radio MBS. Sedangkan laman siaran *live* merupakan laman yang digunakan untuk memancarkan siaran Radio MBS. *Website* Radio MBS masih berbentuk *webblog* dengan alamat <http://mbsfmfdk.blogspot.com>.

Sistem penyiaran *live streaming* yang dibangun masih memiliki kekurangan. *Website* Radio MBS masih berbasis blog dan ditempatkan di *server* milik google. Kekurangan lain dari sistem penyiaran yang dibangun adalah *delay* yang cukup lama. Penyebab utamanya adalah keterbatasan *bandwidth* yang dimiliki oleh IAIN Walisongo.

Dapat dilihat dari ketiga penelitian di atas sama-sama mengkaji tentang radio. Penelitian pertama mengkaji tentang program siaran dakwah melalui radio, penelitian kedua tentang strategi yang digunakan untuk menyiarkan siaran dakwah, sedangkan yang ketiga mengkaji tentang perancangan radio *online (streaming)*. Berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Disini penulis mencoba menulis skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Radio DAIS 107.9 FM Semarang dalam Siaran *Streaming*”.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian yang penulis lakukan merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantitatif (Strauss dan Corbin, 2003: 4). Dalam konteks penelitian ini peneliti dalam memperoleh data tidak diwujudkan dalam bentuk angka, melainkan data diperoleh dari penjelasan dan berbagai uraian yang berbentuk lisan atau tulisan. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasa dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan

pemanfaatan dokumen. Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2005: 5).

Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif, data dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, dan kebanyakan bukan angka-angka. Data yang dimaksud meliputi transkrip wawancara, catatan data lapangan, foto-foto dokumen, dan catatan lainnya. Termasuk di dalamnya deskripsi mengenai tata situasi. Deskripsi atau narasi sangat penting dalam pendekatan kualitatif, baik dalam pencatatan data maupun untuk penyebaran hasil penelitian (Denim, 2002: 61).

Penelitian deskriptif hanyalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta tentang bidang tertentu.

1.5.2. Definisi Konseptual

Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah dalam rangka mencapai sasaran dan tujuan secara efektif dan efisien (Syukir, 1983: 32).

Syukir menambahkan, strategi dakwah yang dipergunakan dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa hal, antara lain:

1) Azas filosofi, yaitu azas yang membicarakan tentang hal-hal yang erat hubungannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah; 2) Azas psikologi, yaitu azas yang membahas tentang masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitu juga sasaran atau objek dakwah yang memiliki karakter kejiwaan yang unik, sehingga ketika terdapat hal-hal yang masih asing pada diri *mad'u* tidak diasumsikan sebagai pemberontakan atau distorsi terhadap ajakan; 3) Azas sosiologi, yaitu azas yang membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik masyarakat setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofi sasaran dakwah, sosio-kultur dan lain sebagainya, yang sepenuhnya diarahkan pada persaudaraan yang kokoh, sehingga tidak ada sekat diantara elemen dakwah, baik kepada objek (*mad'u*) maupun kepada sesama subjek (pelaku dakwah).

Radio sebagai salah satu media massa elektronik mampu memberikan penyegaran informasi dan hiburan bagi masyarakat. Media ini mudah dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas karena harganya relatif murah dan cara penggunaannya yang gampang (Ma'arif, 2010: 163). Radio sebagai media informasi, komunikasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang hanya didengar, radio menstimulasi banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara

penyiar atau informasi faktual melalui telinga pendengar melalui kata dan suara atau disebut dengan istilah *theatre of mind* (Masduki, 2004: 9).

Jaringan internet yang digunakan untuk mengirim penyiaran dikenal dengan *streaming*. Fitur ini dicoba pada tahun 1990-an ketika *personal computer* mempunyai kemampuan memadai untuk multimedia (Djamal & Fachruddin, 2011: 44).

Streaming dapat diartikan sebagai pengaliran data. *Streaming* mengacu kepada teknologi yang mampu mengurangi atau menyusutkan ukuran file audio dan video agar mudah dilewatkan melalui jaringan internet yang terbatas bandwidthnya.

1.5.3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengambilan data langsung dari subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2001: 91). Data tersebut berasal dari wawancara dengan direktur operasional dan penyiar radio DAIS Semarang.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subyek penelitian (Azwar, 2001: 91). Data sekunder berwujud data dokumentasi atau data laporan yang berupa literatur buku-buku, arsip, dokumen tentang wacana radio yang berkaitan dengan penelitian.

1.5.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah :

1. Observasi

Metode observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data di mana peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, baik dalam situasi buatan yang secara khusus diadakan dalam situasi alamiah atau lapangan (Muhidin, 2009: 19). Metode ini digunakan dengan menyaksikan langsung proses siaran dan mencatat sesuatu yang berhubungan dengan siaran *streaming* di Radio Dais.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara yakni sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2002: 132). Hal ini dilakukan untuk menggali data, alasan, opini atas sebuah peristiwa, baik yang sudah maupun yang sedang berlangsung. Dalam teknis pelaksanaannya peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan bebas dimana peneliti hanya menggunakan garis-garis besar pertanyaan yang berkenaan dengan masalah penelitian. Penulis melakukan wawancara dengan direktur operasional Radio Dais dan penyiar Radio Dais.

3. Dokumentasi

Teknik ini digunakan ketika mencari data dari subjek yang berupa tulisan. Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis, seperti: surat, buku, catatan harian, majalah, surat kabar, notulen rapat, daftar nilai, dsb (Yahya, 2010: 125). Dalam teknik dokumentasi penulis mendapatkan dokumen-dokumen tentang sejarah Radio Dais Semarang, profil Radio Dais, struktur organisasi dan sebagainya yang ada di Radio Dais.

1.5.5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata sistematis catatan hasil observasi, wawancara, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain (Muhadjir, 2002: 142)

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2007: 280).

Data-data yang telah terkumpul dari observasi, wawancara, dokumentasi, kemudian penulis menganalisis data yang ada dengan pendekatan kualitatif. Untuk itu, dalam menganalisis data penulis akan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis inilah yang digunakan untuk mengetahui strategi dakwah Radio Dais 107.9 fm Semarang melalui *streaming*.

Setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya data diidentifikasi, dikategorikan kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan.

Tahap-tahap analisis:

1. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi
2. Mengedit seluruh data yang masuk
3. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan
4. Melakukan analisa seperlunya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, penulis membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari tiga bagian utama, yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstraksi, kata pengantar, daftar isi dan daftar lampiran.

Bagian utama skripsi ini terdiri dari lima bab. *Bab pertama*, merupakan pendahuluan yang akan dijadikan sebagai acuan langkah dalam penulisan skripsi ini. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian (jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan

jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data) serta sistematika penelitian. *Bab kedua*, berupa landasan teori yang memuat kajian strategi dakwah dan radio *streaming*. Tinjauan strategi dakwah, meliputi pengertian strategi dakwah. Kajian tentang radio streaming, meliputi pengertian radio dan radio *streaming*. *Bab ketiga*, Profil Radio DAIS 107.9 FM Semarang, meliputi sejarah bedirinya Radio DAIS 107.9 FM, visi dan misi Radio DAIS 107.9 FM, struktur organisasi radio, program Radio DAIS 107.9 FM, strategi dakwah Radio DAIS 107.9 FM Semarang. *Bab keempat*, meliputi analisa terhadap strategi dakwah Radio DAIS 107.9 FM Semarang. *Bab kelima*, merupakan penutup, berisi simpulan dan saran.

Bagian akhir skripsi berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup peneliti.

BAB II

STRATEGI DAKWAH MELALUI RADIO *STREAMING*

2.1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari Bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti “merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif” (Arsyad, 2003: 26).

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang hanya 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 tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2006: 32).

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan situasi dan kondisi (ruang dan waktu) dihadapi dan yang akan mungkin di masa depan, guna mencapai tujuan yang optimal.

2.1.1. Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009: 183), yaitu:

1. Mengenal Khalayak

Mengenal Khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tapi juga saling mempengaruhi.

Hal itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*), faktor situasi dan kondisi komunikan.

Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tidak akan berlangsung. Untuk berlangsungnya suatu komunikasi dan kemudian tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan

persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media.

2. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan *AA procedure* atau *from Attention to Action procedure*. Artinya membangkitkan perhatian (*Attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

3. Menetapkan Metode

Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Menurut bentuk isinya dikenal metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif*.

- a. Metode *informatif*, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.
 - b. Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.
 - c. Metode *edukatif*, memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.
4. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal.

2.1.2. Strategi Penyiaran Radio

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran. Strategi penyiaran radio ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari:

a. Perencanaan Program Siaran

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapnyanya.

Pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan: *product* artinya materi program yang disukai pendengar, *price* artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, *place* artinya kapan waktu siar acara yang tepat, *promotion* artinya bagaimana memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor (Morissan, 2008: 201-202).

Perencanaan siaran dibagi ke dalam tiga periode, yaitu :

1. Rencana siaran bulanan, acara bulanan disusun hanya pada garis besarnya saja, yaitu berupa jenis program yang akan disiarkan seperti program hiburan, pendidikan, pemberitaan dan lain-lain. Jenis siaran ini ditentukan oleh *crew* siaran

dalam sebuah pertemuan yang membahas tentang kesempurnaan produksi siaran, melihat kekurangan-kekurangannya, dan menetapkan hal-hal yang akan memuaskan pendengar.

2. Rencana siaran mingguan, merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan yang meliputi siaran selama tujuh hari. Judul, jenis, topik dan penyelenggaraannya dicantumkan karena sudah pasti. Dicantumkan pula format penyajian acara, apakah akan disiarkan secara langsung (*live*) atau rekaman. Dalam rencana siaran mingguan dicantumkan nama-nama penyiar dan operator untuk masing-masing acara, serta petugas pengganti bila berhalangan.
3. Rencana siaran harian, dicantumkan secara rinci dan lengkap dari menit ke menit mulai pembukaan (*opening*) sampai penutup (*closing*) siaran. Rencana siaran harian merupakan pegangan penyiar dan operator. Dalam naskah itu tercantum judul acara, produser, jenis penyajian, nama penyiar dan operator hingga ke *playlist* lagu (Effendy, 2006: 123-125).

b. Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in-house production*). Membeli

program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan produksi memadai namun memiliki ide untuk dikembangkan.

Program siaran radio sangat banyak dan beragam kemasannya, lima diantaranya adalah produksi siaran berita dan informasi, iklan, jingle, *talk show*, interaktif, info-hiburan (Masduki, 2004: 69).

Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur-unsur daya tarik. Radio memiliki tiga unsur daya tarik yang melekat padanya, yakni:

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

Dengan dihiasi musik dan efek suara, seperti suara binatang, hujan atau badai, mobil atau pesawat terbang, dan lain-lain, suatu acara yang membuat radio menjadi hidup (Effendy, 2006: 107-108).

c. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan.

Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam suatu hari dan juga kebiasaan menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio dan televisi harus dapat menemani aktivitas apa pun.

Penataan acara yang merujuk dari pembagian segmen berdasarkan stasiun radio di Amerika, yaitu:

1. *Morning Drive* jam 05.30-10.00
2. *Daytime* jam 10.00-15.00
3. *Afternoon Drive* jam 15.00-19.00 atau 20.00
4. *Night Time* jam 19.00 atau 20.00 - tengah malam
5. *Overnight* malam hari atau dini hari

(Prayudha, 2005: 44).

Pembagian waktu tersebut mengacu terhadap pola perilaku audien dalam meluangkan waktu mendengarkan radio. Perilaku audien terkait dengan: *pertama*, jumlah audien, pada radio jumlah audien lebih banyak pada pagi hari atau sore hari (*Drive Time Hours*) yaitu saat orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan menuju ke kantor dan pulang rumah.

Kedua, audien konstan, berbagai data yang diperoleh dari lembaga *rating* menunjukkan bahwa jumlah audien secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, setiap stasiun

harus berjuang memperebutkan jumlah audien yang selalu tetap (Morissan, 2008: 192-193).

Ketiga, aliran audien, yaitu perpindahan yang terjadi setiap berakhirnya suatu program. Aliran audien terbagi menjadi:

1. Aliran ke luar (*outflow*) yaitu audien meninggalkan stasiun lalu menuju ke stasiun lain
2. Aliran ke dalam (*inflow*) yaitu masuknya audien dari stasiun lain
3. Aliran tetap (*flowtrought*) yaitu audien tidak berpindah.

Keempat, *tuning inertia* yaitu kecenderungan audien untuk memilih salah satu stasiun favoritnya.

Kelima, yaitu pengaruh demografis, format siaran radio sangat selektif dalam memilih usia audiennya. Format *contemporary*, *rock*, dan *top-40* menarik bagi kelompok remaja atau pemuda berusia 20 tahun. Format klasik, ditujukan untuk usia 30-an atau 40-an. Sedangkan audien berusia 50 tahun ke atas lebih menyukai format berita dan lagu-lagu lama (Morissan, 2008: 194).

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Mempersiapkan standar stasiun penyiaran
2. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku
3. Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan
4. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program
5. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan (Morissan, 2008: 315).

2.2. Strategi Dakwah

Pakar dakwah syekh Ali Mahfudz mengartikan dakwah dengan mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT. Menyeru mereka kepada kebiasaan yang baik dan melarang mereka kepada kebiasaan yang buruk supaya mendapat keberuntungan di dunia dan akhirat (Ismail, dkk, 2011: 28).

Dalam perkembangannya, para ahli yang berkecimpung dalam dunia dakwah mengemukakan pandangan yang beragam mengenai pengertian, ruang lingkup dan batasan-batasan dakwah. Namun demikian, perbedaan itu paling tidak dapat dikembalikan kepada dua pengertian utama. *Pertama*, dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh Rasul dan mengajak agar dalam menyembah Allah seakan-akan melihat-Nya. *Kedua*, dakwah adalah usaha yang mengarah untuk memperbaiki suasana

kehidupan yang lebih baik dan layak sesuai dengan kehendak dan tuntutan kebenaran (Sulthon, 2003: 9).

Strategi merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mengembangkan sebuah organisasi. Pilihan-pilihan tersebut diintegrasikan dan dikoordinir kemudian dirancang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planing*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2006: 32).

Seorang juru dakwah atau lembaga dakwah harus mempunyai rencana-rencana atau langkah-langkah yang akan ditempuh dalam upaya memecahkan masalah yang dihadapi di tengah-tengah masyarakat. Rencana-rencana inilah yang disebut strategi (Mahendra, dkk, 2001: 97).

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

1. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
2. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya (Aziz, 2009: 349).

Strategi dakwah yang dipergunakan di dalam usaha dakwah pada prinsipnya harus memperhatikan beberapa azas dakwah, diantara adalah:

1. Azas filosofi: Azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktifitas dakwah.
2. Azas kemampuan dan keahlian *da'i* (*Achievement and professionalis*): Azas ini menyangkut pembahasan mengenai kemampuan dan profesionalisme *da'i* sebagai subjek dakwah.
3. Azas sosiologi: Azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya, politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofis sasaran dakwah, sosio kultural sasaran dakwah dan sebagainya.
4. Azas psikologis: Azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitu pula sasaran dakwahnya yang memiliki karakter unik dan berbeda satu sama lain. Pertimbangan-pertimbangan masalah psikologis harus diperhatikan dalam proses pelaksanaan dakwah.
5. Azas efektivitas dan efisiensi: maksud azas ini adalah di dalam aktivitas dakwah harus diusahakan keseimbangan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang di keluarkan dengan pencapaian hasilnya. Sehingga hasilnya dapat maksimal (Syukir, 1983: 32).

Jadi azas-azas strategi dakwah mengarah pada tercapainya tujuan dari dakwah yang terkait dengan kemanusiaan dan hubungannya dengan sesama manusia dalam menjalankan dakwahnya.

2.2.1. Dasar Strategi Dakwah

Pijakan dasar pelaksanaan strategi dakwah adalah Al Qur'an dan hadits. Di dalam landasan normatif tersebut terdapat dalil naqli yang ditafsirkan sebagai bentuk perintah untuk berdakwah. Di dalamnya juga memuat tata cara dan pelaksanaan kegiatan dakwah.

Perintah untuk berdakwah pertama kali ditujukan kepada Rasulullah saw, kemudian kepada umatnya baik secara umum, berkelompok, maupun keluarga. Dasar hukum pelaksanaan dakwah tersebut antara lain:

1. Perintah dakwah yang ditujukan kepada Rasulullah saw tercantum dalam QS. Al Maidah ayat 67.

يَأْتِيهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ^ط وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا
 بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ ^ج وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ ^ق إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي
 الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴿٦٧﴾

Artinya: “Hai Rasul, sampaikanlah apa yang di turunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”.

2. Perintah dakwah yang ditujukan kepada umat Islam secara umum tercantum dalam QS. An Nahl ayat 125.

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

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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”.

2.2.2. Prinsip-prinsip Strategi Dakwah

Berkaitan dengan perubahan masyarakat di era globalisasi, maka perlu dikembangkan strategi dakwah Islam sebagai berikut.

Pertama: meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah. Pada dasarnya dakwah merupakan usaha menyampaikan risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal. Dakwah berusaha mengembangkan *fitrah* dan *kehanifan* manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan akan kembali kepadan-Nya. Karena itu, tauhid merupakan kekuatan paradigma dalam teologi dakwah yang akan memeperkuat strategi dakwah.

Kedua, perubahan masyarakat berimplikasi pada perubahan paradigmatis pemahaman agama. Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala

kemapanan keberagamaan seolah-olah sudah merupakan standar keagamaan yang final sebagaimana agama Allah. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran inovatif yang dapat mengubah kemapanan pemahaman agama dari pemahaman agama yang tertutup menuju pemahaman agama yang terbuka (Pimay, 2005: 52).

Ketiga, strategi yang imperatif dalam dakwah. Dakwah Islam berorientasi pada upaya *amar ma'ruf* dan *nahi maunkar*. Dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium. Lebih dari itu, esensi dakwah adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsur *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*.

2.2.3. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangatlah penting peranannya. Suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, pesan 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 disampaikan *da'i*.

2. *Mau'idzatul khasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau penyampaian ajaran Islam dengan rasa kasih sayang (lemah lembut), sehingga apa yang disampaikan *da'i* tersebut menyembut 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 atau individu tentang masalah dalam kehidupan (Munir, 2006: 34).

2.3. Tinjauan Radio Streaming

2.3.1. Pengertian Radio

Radio is the birth of broadcasting (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Radio adalah suara, suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kepadanya. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemasam auditif. Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar (Masduki, 2004: 15).

Menurut Max Well, radio merupakan suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang

dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik (Effendy, 2000: 21).

Gelombang radio dikenal dengan pemancar AM dan pemancar FM. Frekuensi pemancar FM jauh lebih tinggi dari frekuensi penyiaran AM yaitu dari 88-108 Mhz. Stasiun penyiaran radio FM dapat didengar sama baiknya dari jarak penerima penyiaran frekuensi AM. Pemancar FM memiliki banyak kelebihan daripada penyiaran radio AM. Pada umumnya lebih dinamis, suara jernih, dan *noise* lebih rendah sehingga pengelola media radio lebih banyak memilih frekuensi pemancar FM. Penyiaran radio FM dapat diharapkan jauh lebih baik sebagai pemberi aspirasi politik, kritik dan pendidikan. Karena konstruksi penyiaran dan biaya operasionalnya lebih rendah daripada stasiun penyiaran radio AM.

Radio merupakan media *auditif* (hanya bisa didengar), murah, bisa dibawa dan didengarkan dimanapun. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang hanya bisa didengar, radio menstimulasi banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar atau informasi faktual melalui telinga pendengarnya. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara atau *theatre of mind* (Masduki, 2004: 9). Radio identik dengan musik atau lagu

sehingga dijadikan media utama dalam mendengarkan musik atau lagu.

Dengan keunggulan yang dimiliki, radio siaran mendapat julukan “kekuasaan kelima” atau *the fifth estate*, setelah pers dan tiga lembaga lainnya; eksekutif, legislatif, yudikatif. Ada tiga faktor yang mendukung radio mendapat julukan kekuasaan kelima, yaitu:

1. Radio siaran bersifat langsung

Makna langsung sebagai sifat radio siaran ialah suatu pesan yang akan disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit dibandingkan dengan penyiaran pesan melalui surat kabar, brosur, pamflet, atau media cetak lainnya. Selain lama prosesnya, juga tidak mudah menyebarkan.

2. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan

Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah tidak dijumpainya 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. Radio juga tidak memiliki jarak ruang, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dapat mencapainya.

3. Radio siaran memiliki daya tarik

Faktor ketiga yang menyebabkan radio dijuluki kekuasaan kelima yaitu karena daya tarik yang dimilikinya.

Radio memiliki tiga unsur daya tarik 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 binatang, hujan atau badai, mobil atau pesawat terbang, dan lain-lain, suatu acara yang disajikan radio menjadi hidup (Effendy, 2006: 107-108). Radio mempunyai karakteristik yang membedakan dengan media massa lain seperti media cetak maupun televisi. Karakter yang dimiliki radio yaitu:

a). Mobilitas tinggi

Radio bisa “membawa pendengarnya kemana-mana” sambil tetap sibuk bekerja.

b). Realitas

Radio menggiring pendengarnya ke dalam kenyataan dengan suara-suara aktual dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan.

c). Kesegaran

Radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat, bahkan secara langsung pada saat kejadian, selain itu, pendengar juga bisa berinteraksi dengan penyiar secara mudah melalui fasilitas telepon.

Dengan karakter yang dimiliki, radio juga bisa memiliki kelebihan dan kelemahannya sebagai media massa, yakni:

Kelebihan radio, yaitu:

- a). Sarana tercepat penyebar informasi dan hiburan
- b). Produksi siaran lebih singkat dan biayanya murah
- c). Lebih merakyat karena buta huruf bukan kendala
- d). Harga radio tergolong murah dan bisa dibawa keman saja.

Kelamahan radio, yaitu:

- a). Hanya bunyi (*auditif*) dan tidak ada visualisasi yang tampak nyata
- b). Tergantung pada kondisi dan stabilitas udara di suatu lokasi
- c). Tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara mendetail

(Masduki, 2004: 17).

2.3.2. Pengertian Radio *Streaming*

Radio merupakan media audio yang dekat dengan masyarakat. Awalnya, teknologi yang digunakan adalah analog. Kini, teknologi digital juga sudah menjangkau radio. Jika dibandingkan dengan radio analog, radio digital memiliki kualitas suara yang lebih jernih pilihan *channel* frekuensi yang akan lebih beragam dengan satu frekuensi dapat memuat puluhan *channel*, sementara satu frekuensi teknologi analog FM hanya dapat dimanfaatkan untuk satu *channel*; dan kurang atau tidak adanya interferensi pada saat mendengarkan radio. Croteau dan Hoynes (Wahyuni, 2013: 97) menyatakan, “*The differences between ‘new’ and ‘old’ forms of media are substantial in*

themselves". Artinya Perbedaan kedua media ini (analog dengan digital) terletak pada medium yang digunakan.

Penyiaran audio bersistem digital (*digital audio broadcasting*, DAB) dengan berbasis komputer merupakan teknologi terkini yang berkembang dalam industri siaran radio. Digitalisasi radio memiliki tiga unsur yang penting, yaitu: (1) pengguna teknologi digital di dalam produksi, termasuk dalam penyimpanan, reproduksi, dan *editing*; (2) distribusi isi siaran dilakukan secara *online*, dan (3) terjadi peningkatan yang signifikan di dalam jumlah khalayak yang mendengarkan radio melalui internet (Tamburaka, 2013:58). Kalau dulu stasiun radio harus memutar kaset atau VCD dalam menyimpan lagu-lagu, sejak adanya komputer dan internet maka penyimpanan data cukup dilakukan di *hardisk* yang bisa menyimpan sampai puluhan ribu lagu. Demikian pula berita, musik dan iklan dapat didengarkan secara *online* yang terhubung dengan jaringan internet. Orang tidak perlu pulang ke rumah hanya untuk mendengarkan radio, kini dengan telepon genggam yang terhubung jaringan internet kita dapat mendengarkan berita dan lagu dari stasiun radio.

Jaringan internet yang digunakan untuk mengirim penyiaran dikenal dengan *streaming*. Fitur ini dicoba pada tahun 1990-an ketika *personal computer* mempunyai kemampuan memadai untuk multimedia (Djamal, dkk, 2011:44).

Istilah internet radio yang juga dikenal dengan *web radio*, *net radio*, *streaming radio* atau *e-radio* adalah layanan penyiaran audio yang ditransmisikan melalui internet. Penyiaran yang dilakukan melalui internet disebut sebagai *webcasting* karena tidak menular secara luas melalui sarana nirkabel. Cara yang digunakan untuk menyiarkan radio internet adalah melalui teknologi *streaming*, yaitu teknologi yang dapat menerima serta mengirim informasi dari satu pihak ke pihak lain menggunakan alat yang dapat menerima aliran media *streaming* tersebut juga (Tamburaka, 2013:58).

Dengan pemberlakuan sistem informasi di internet, maka dakwah Islam akan mendapatkan nilai tambah berupa peningkatan pelayanan, peningkatan efisiensi dan kecepatan dalam sistem komunikasi. Dakwah melalui internet memiliki beberapa kelebihan (Musyafak, 2005: 38-39), yaitu:

1. Tidak bergantung pada waktu dan tempat

Kegiatan dakwah Islam dapat dilakukan dalam waktu dan ruang yang tidak terbatas. Informasi mengenai Islam dapat disampaikan dan sekaligus didapat kapan saja dan di mana saja oleh masyarakat selama 24 jam. Media internet menawarkan fleksibilitas waktu dan ruang kepada *da'i* untuk melakukan kegiatan dakwahnya secara maksimal sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

2. Cakupan wilayah yang luas

Internet memiliki wilayah cakupan yang sangat luas, tidak terbatas pada wilayah tertentu, umur tertentu dan latar belakang sosial tertentu. Sekali melakukan penyebaran informasi Islam, maka kegiatan dakwah tidak lagi terbatas untuk kalangan tertentu, akan tetapi informasi tersebut bersifat universal di mana setiap orang bisa mengaksesnya.

3. Sistem distribusi yang cepat

Internet adalah sebuah media penyebaran informasi tercepat saat ini. Dalam waktu yang hampir bersamaan, seseorang dapat mengakses informasi yang terjadi di luar negeri tentang peristiwa yang terjadi. Kegiatan yang baru saja terjadi dimasukkan dalam internet, maka saat itu juga masyarakat dunia yang mengakses internet dapat membaca dan mengetahui peristiwa yang terjadi.

4. Multivariasi dalam metode.

Dengan kemampuan variasi bentuk media yang ditawarkan oleh internet seperti teks sampai visual, audio, dan audio visual, dakwah Islam akan dapat dilakukan dengan metode yang bervariasi. Hal ini akan memiliki daya tarik tersendiri bagi pelaku dakwah (*da'i*) dan sekaligus dapat mencapai segmen (*mad'u*) yang berbeda.

Menggunakan radio *streaming* sangat tergantung oleh kualitas koneksi internet. Jika koneksi internet baik, maka siaran terdengar secara utuh, namun jika koneksinya lambat maka siaran radio yang didengar akan putus-putus (Andi, 2010: 271).

Banyak stasiun radio internet yang bergabung dengan stasiun radio tradisional (bukan stasiun radio internet), namun bagi radio internet yang jaringannya hanya menggunakan internet dan tidak bergabung dengan radio tradisional, maka stasiun radionya bersifat independen dan tidak tergabung dalam perusahaan penyiaran manapun (Subardjo, 2013).

Radio internet atau *streaming* termasuk salah satu saluran media komunikasi massa, karena radio *streaming* disiarkan melalui saluran internet dan radio biasa melalui frekuensi pemancar, akan tetapi fungsi keduanya hampir sama. Dengan demikian maka fungsi radio dan radio *streaming* sama dengan fungsi komunikasi massa, yaitu menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2006: 31).

Karakteristik radio internet atau *streaming* (Anwar, 2013), yaitu:

1. Radio internet memungkinkan seseorang mencari dan memilih siaran berdasarkan karakteristik negara, bahasa yang digunakan, jenis radio dengan cepat dan sesuai dengan yang kita inginkan,

pendengar dapat menyimpan dalam *bookmark* atau *shortlist* dan tinggal meng-klik untuk memutarinya.

2. Radio konvensional memiliki keterbatasan geografis, siaran yang disajikan hanya dapat dinikmati dalam wilayah yang kecil. Ini berbeda dengan radio *streaming* yang begitu disiarkan seluruh dunia akan mendengarkan siaran radio tersebut.
3. Investasi relatif lebih murah, baik investasi awal, operasional maupun perawatan.
4. Kualitas suara yang tidak kalah dengan kualitas suara radio konvensional.
5. Setting *hardware* maupun *software* lebih mudah dan sederhana.
6. Tidak memerlukan izin khusus untuk membuatnya.

Seperti media massa lainnya, radio *streaming* juga memiliki kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan radio *streaming* antara lain:

- a. Radio *streaming* merupakan suatu bagian dari budaya masyarakat. Maksudnya adalah radio internet merupakan hasil ciptaan manusia, maka dapat dikatakan radio *streaming* adalah pengembangan pemikiran masyarakat yang memiliki budaya maju. Dengan bertahap mempengaruhi perkembangan kebudayaan masyarakat yang memudahkan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat.

- b. Radio *streaming* mampu menyampaikan kebijakan, informasi secara luas dan cepat, artinya radio *streaming* bisa menyampaikan suatu hal yang dianggap penting dan perlu disampaikan seketika. Contohnya ketika ada kejadian disuatu tempat, maka radio *streaming* bisa menyampaikan dengan sedemikian cepat dan meluas tanpa batas dibandingkan radio konvensional yang terbatas oleh jarak frekuensi dan media televisi yang lebih banyak membutuhkan alat untuk menyampaikan berita.
- c. Harga dan biayanya cukup murah. Maksudnya adalah investasi lebih murah, baik diawal, operasional, maupun perawatan.
- d. Mudah dibuat dan tidak memerlukan izin dalam pembuatannya.
- e. Mengetahui profil radio, profil penyiar, jadwal program acara, dan info terkini yang ditampilkan di halaman *website*.
- f. Radio *streaming* menjembatani komunitas pendengarnya di luar negeri yang tidak bisa mendengarkan siaran di radio konvensional.

Sedangkan kelemahannya, antara lain:

- a. Tidak semua lapisan masyarakat mengerti menggunakan internet sehingga jarang yang mengetahui fasilitas ini.
- b. Pesawat penerima (*receicver*) generasi saat ini belum di desain untuk penerimaan bergerak. Jadi, fasilitas ini belum bisa dinikmati sambil berkendara maupun sambil melakukan aktifitas.

- c. Memerlukan akses internet untuk media ini. Sehingga kalau tidak terhubung dengan jaringan internet tidak bisa didengarkan.

BAB III

PROFIL RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG

3.1. Sejarah Berdirinya Radio Dais 107.9 FM Semarang

Di awal pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, Bapak H. Mardiyanto yang waktu itu menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah sudah merencanakan adanya stasiun radio di badan Masjid Agung yang nantinya diharapkan bisa menjadi ruang publik, sarana pendidikan, dan wahana dakwah bagi umat Islam di Jawa Tengah, khususnya kota Semarang. Sejak akan berakhirnya pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 15 September 2006, gubernur mendesak agar awal Ramadhan radio harus mengudara (Buku Profil Radio Dais).

Waktu yang sedemikian singkat membuat pihak Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah merasa bingung karena tak satupun dari mereka paham tentang dunia *broadcast*. Merekapun menghadap gubernur untuk meminta pertimbangannya. Atas perintah Gubernur Mardiyanto, Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah melalui BIKK Provinsi Jawa Tengah melayangkan surat ke RRI untuk didaulat sebagai konsultan. Sebagai wujud rasa tanggung jawab atas mandat yang sudah diterima, RRI mengirim 7 (tujuh) orang *crew* yang merupakan ahli di bidang masing-masing. Yaitu 1 *programer*, 2 teknisi, 1 HRD, 1 kepenyiaran, 1 pemberitaan, dan 1 operator. Dalam waktu kurang lebih satu minggu, ketujuh orang tersebut bekerja mempersiapkan segala sesuatunya. Dari pemasangan antena, penempatan

peralatan pemancar dan studio sampai benar-benar siap dioperasikan, pencarian SDM yang nantinya mengoperasikan radio, menyiapkan program acara dan sebagainya.

Tepat tanggal 22 September 2006 peresmian stasiun radio oleh gubernur dengan nama Radio Dakwah Islam (DAIS) Masjid Agung Jawa Tengah (nama ini dicetuskan oleh Octo Gunarso yang merupakan *programmer* sekaligus koordinator para utusan dari RRI). Tanggal 23 September 2006, bersamaan dengan acara *Dugderan*, Radio Dakwah Islam mulai mengudara perdana pada pukul 15.00 WIB dalam acara interaktif bersama gubernur mengenai perlunya sebuah media publik yang diperuntukkan bagi umat muslim di Jawa Tengah (Buku Profil Radio Dais).

Radio Dais memiliki spesifikasi khusus, yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. Radio Dais menyajikan selain acara hiburan, pendidikan, dan informasi dengan format Islami. Selain itu, Radio Dais mempunyai keunggulan dari para pesaing radio lain yaitu adanya dialog interaktif mengenai agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap orang muslim, dalam rangka meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan Islami selalu disajikan.

Hal tersebut dilakukan dengan harapan acara Radio Dais dapat memikat hati penengar, apalagi Kota Semarang adalah kota metropolitan sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani. Radio Dais

berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya Semarang (buku profil Radio Dais).

3.2. Visi, Misi dan Tujuan Radio Dais 107.9 FM Semarang

Visi sangat penting bagi sebuah organisasi sebagai arah strategi dan pedoman melaksanakan strategi yang diformulasikan. Visi yang baik dapat didefinisikan tentang apa yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi setelah organisasi tersebut mengimplementasikan strateginya dan mencapai hasil yang sepenuhnya (Kuncoro, 2005: 55).

Sedangkan Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang dilakukan oleh berbagai unit organisasi dan apa yang mereka harapkan untuk mencapai visi organisasi. Misi juga bisa merupakan bagian visi yang biasanya mencerminkan norma perilaku yang menjadi pedoman anggota organisasi. Karena itu, suatu organisasi umumnya hanya memiliki satu visi dengan satu atau beberapa misi untuk mewujudkan visi tersebut (Kuncoro, 2005: 60).

a. Visi

Visi Radio Dais adalah “Melayani Kebutuhan Rohani Umat Islam dan Melakukan Pelayanan Kepada Masyarakat Secara Umum”. Seperti tercermin dari motto Radio Dais “Terdepan Dalam Dakwah dan Nada”.

b. Misi

Untuk dapat mencapai tujuan dakwah sebagaimana tersirat dalam visi Radio Dais FM maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut:

1. Memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat

Islam di wilayah jangkauannya.

2. Memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik dan pendidikan serta budaya.
3. Memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat.
4. Mengembangkan musik dan hiburan sesuai dengan kaidah Islam.
5. Memakmurkan Masjid Agung Jawa Tengah.
6. Membantu Pemerintah ikut mencerdaskan anak bangsa yang memiliki sifat *akhlakul karimah*.

c. Tujuan

Latar belakang didirikannya Radio Dais salah satunya adalah jenuhnya masyarakat akan media hiburan yang mengikuti gaya kebarat-baratan yang dapat merusak moral anak muda dan anak-anak. Oleh karena itu, Radio Dais mempunyai tujuan untuk membangun masyarakat yang Islam serta mandiri dan ikut serta dalam pembangunan baik fisik maupun mental melalui program siaran yang dapat menggerakkan kegiatan pendidikan, hiburan, dan informasi.

3.3. Struktur Organisasi Radio Dais 107.9 FM Semarang

1. Pendiri

- | | |
|----------------|--|
| Ketua | : Drs. H. Ali Mufiz, MPA. |
| Wakil Ketua I | : Prof. Dr. H. Ali Mansyur, SH., SPN., M. Hum. |
| Wakil Ketua II | : Dr. H. Noor Achmad, M. A. |
| Sekretaris | : H. Agus Fathuddin Yusuf, S. Ag. |

Anggota : Drs. H. Karno, MH.
Soemardjiyanto, A. Md.
Dwi Octo Gunarso, S. Sos.
Puas Setyaningsih, S. Sos.
Wiyatmo, S. Sos.

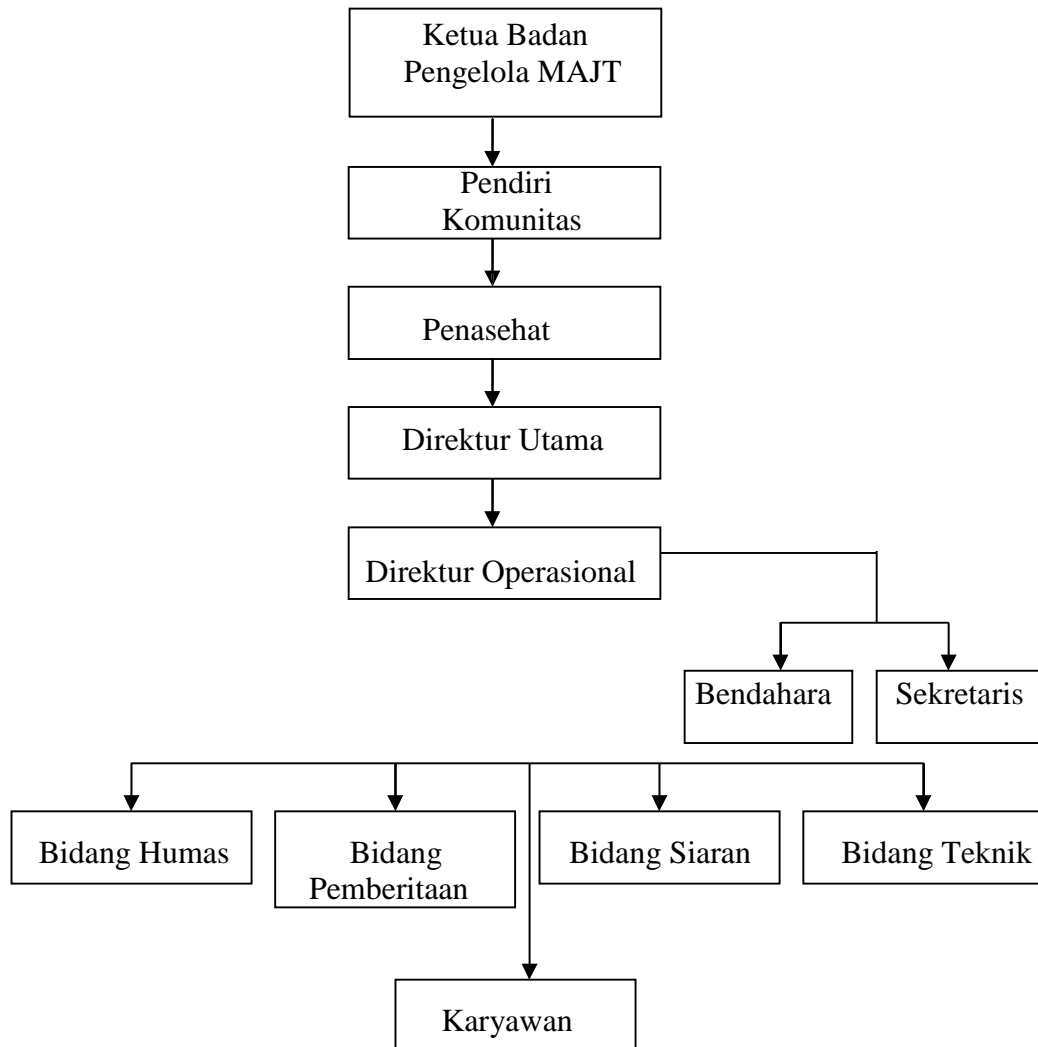
2. Penasehat

Drs. H. Ali Mufiz, MPA.
Prof. Dr. H. Ali Mansyur, SH., SPN., M. Hum.
Dr. H. Noor Achmad, M. A.

3. Pelaksana Harian

Direktur Utama : H. Agus Fathuddin Yusuf, M. Ag.
Direktur Operasional : Drs. H. Karno, MH.
Bidang Teknik : Soemardjiyanto, A. Md.
Penyiar : Risma Dewi Kumalasari, S. Ag. (Risma DAIS)
Fajar Tri Utami (Fajar DAIS)
Eko Ananto (Conan DAIS)
Prihatiningsih Widyastuti (Widya DAIS)
M. Nur Asyrofi, S. Ag. (Opi DAIS)
Yusuf Anshori (Yusuf DAIS)
Eva Resti DAIS

Susunan Pengelola Radio Dais 107.9 FM Semarang



(Sumber Buku Profil Radio Dais)

3.4. Program Radio Dais 107.9 FM Semarang

Komposisi program siaran Radio Dais lebih menitik beratkan pada siaran yang dapat dinikmati oleh masyarakat menengah ke bawah dengan mayoritas pendengar beragama Islam. Adapun beberapa komposisi program di Radio Dais adalah berikut:

a) Hiburan

Unsur hiburan dalam program acara di Radio Dais mempunyai porsi 50% dari semua materi siaran, mengingat akan kebutuhan hiburan bagi masyarakat, khususnya hiburan yang bisa menyentuh emosi masyarakat serta hiburan yang sehat seperti Pop Religi, Nasyid, Balasik, Qosidah, Arabian, Lagu anak Islami dan lain-lain.

b) Pendidikan

Seluruh mata acara yang dikemas sebenarnya mengandung unsur pendidikan, namun yang benar-benar pendidikan murni diberikan porsi 70%. Materi siaran pendidikan menitik beratkan pada pendidikan Islam, seperti membaca kitab kuning, intraktif agama, serta mendalami ilmu tasawuf dan lain-lain.

c) Informasi

Informasi dalam program acara di Radio Dais mendapatkan porsi 10%. Baik informasi lokal atau daerah maupun nasional, bahkan apabila ada berita yang sangat aktual dan ingin cepat diketahui masyarakat Dais bisa mengadakan *breaking news*.

d) Layanan Masyarakat

Layanan masyarakat di Radio Dais mendapatkan porsi 10%. Berikut ini program acara Radio Dais (dikutip dari buku profil Radio Dais):

MENU ACARA RADIO DAIS

PUKUL	NAMA ACARA
04.00-04.20	OPENING (Indonesia Raya, Tune pembuka siaran dengan lagu Opick “Assalamualaikum”)
04.20-04.45	Relay adzan dan sholat subuh jamaah MAJT
04.45-05.00	Selingan nada-nada Nasyid
05.00-06.00	Jendela Hati
06.00-07.00	Salam Pagi
07.00-08.00	Untaian Hikmah
08.00-09.00	Relay berita RRI
09.00-09.30	Nada Anak Muslim
09.30-10.00	Mutiara Iman bersama KH. Yazid Bustomi
10.00-11.00	MAKNA (Macam-macam Kiat untuk Anda) Senin : Botani Selasa : Kesehatan Rabu : IPTEK Kamis : Kecantikan Jumat : Boga Sabtu : Karier Minggu : Keluarga
11.00-11.30	ISTIQOMAH
11.30-12.00	Relay adzan sholat dhuhur
12.00-12.30	Tapak-tapak Islami
12.30-14.00	OASE
14.00-14.45	Sang Teladan
14.45-15.00	Relay adzan sholat ashar
15.00-16.30	Nada Taqwa
16.30-17.30	Kajian Sore
17.30-18.00	Relay adzan dan sholat maghrib jamaah MAJT
18.00-18.45	Senin, Selasa, Sabtu: Murotal; Rabu-Jumat & Ahad: Kajian Petang
18.45-19.15	Relay adzan dan sholat Isya jamaah MAJT
19.15-19.30	Renungan
19.30-20.00	Nada Balasyik
20.00-22.00	Silaturahmi dan Closing

(Sumber: Buku Profil Radio Dais)

3.5. Strategi Dakwah Radio Dais 107.9 FM Semarang

Sebagai suatu proyek besar, yang meliputi berbagai bidang kehidupan, tentu saja dakwah membutuhkan strategi untuk mencapai sasarannya. Sementara itu strategi dakwah sebagaimana telah dipaparkan di atas merupakan proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah.

Strategi dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebaik apapun media, materi, dan kapasitas seorang *da'i* jika tidak menggunakan metode dan strategi yang tepat seringkali hasilnya kurang maksimal. Strategi itu sendiri memiliki relativitas yang sangat bergantung dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

Radio Dais merupakan radio komunitas yang memiliki keterbatasan jangkauan siaran, untuk menjangkau pendengar yang ada di luar area penyiaran, Radio menggunakan *streaming* sebagai sarananya. Sebagaimana media massa pada umumnya, Radio Dais juga bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak atau sebagai penyalur aspirasi masyarakat. Namun Radio Dais memiliki karakteristik yang sedikit berbeda pada radio umum yaitu dalam hal siaran acara-acara keagamaan.

Strategi yang diterapkan Radio Dais adalah:

3.5.1. Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor (Fajar, 2009: 183), yaitu:

1) Mengenal sasaran komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, komunikator harus mengenal sasaran yang hendak dituju. Hal ini tentu saja bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*) faktor situasi dan kondisi komunikan. Dalam mengenal sasaran komunikasi, Radio Dais melakukan; (1). Survei pendengar melalui telepon random dan pesan singkat, (2) Memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*.

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui format dan isi program apa yang tepat agar dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien berdasarkan demografi tertentu. Sasaran Khalayak (audien) Radio Dais adalah umat Islam di kota Semarang dan sekitarnya. Target pendengar Radio Dais adalah 20% dari pendengar di kota Semarang, usia 5 - 55 tahun, laki-laki

40% dan wanita 60%. Dengan program-program acara berita (informasi) 20%, pendidikan 25%, hiburan 35%, dan iklan 20%.

Namun setelah adanya *streaming* maka sasaran khalayak tidak terbatas baik itu di kota Semarang dan sekitarnya maupun pendengar yang ada di luar Semarang, (wawancara dengan Drs. H. Karno 4 Mei 2015).

2) Menyusun pesan komunikasi

Dalam penyusunan pesan syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian dengan mengangkat tema yang sedang aktual. Contohnya salah satu program acara Radio Dais yaitu Kuliah Ahad Pagi dengan uraian tentang qur'an hadits yang penjelasannya dikaitkan dengan isu-isu terkini. Contoh kajian kitab tauhid, nanti dikaitkan dengan isu-isu ISIS umpamanya. Program Kuliah Ahad Pagi disiarkan langsung dari ruang utama Masjid Agung Jawa Tengah setiap hari ahad pukul 07.00-08.00 WIB.

Sedangkan materi siaran Radio Dais terdiri dari:

- a. Materi dari luar yaitu yang berbentuk lagu-lagu pop religi, nasyid, balasik, qosidah, Arabian dan lagu anak Islami.
- b. Materi produksi sendiri yaitu murotal al qur'an, hadits, sandiwara, puisi Islami, membaca kitab kuning (Buku Profil Radio Dais).

3) Menetapkan metode

Dalam hal ini, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek:

a. Menurut cara pelaksanaannya

Selain *on air* di studio siaran, Radio Dais juga mempunyai acara *live* dari luar studio seperti pengajian akbar yang diadakan oleh umat Islam. Semua acara di Radio Dais, baik itu *on air* di studio siaran maupun *live* juga disiarkan melalui *streaming*. Karena ruang studio Radio Dais dihubungkan langsung dengan internet radio atau *streaming* (wawancara Drs. H. Karno 4 Mei 2015).

Agar siaran *streaming* Radio Dais dapat didengar pendengar bisa membuka alamat Radio Dais di www.dais1079fm.com. Langganan internet yang digunakan Radio Dais adalah *speedy* 1Mbps dengan bandwidth 100Kbps.

Fasilitas yang terdapat di halaman *web* berupa *chat box*, dan juga menu yang berisi: galeri, *crew* Dais, kontak Dais, pendengar Dais, siaran Dais, *streaming* Dais, tentang Dais, dan galeri Dais.

b. Menurut bentuk isinya

Dari segi bentuk isinya Radio Dais menggunakan Metode *informatif* seperti program berita relay dari RRI,

nada Islami, Indonesia menyapa, waktu berita, silaturrahmi. Metode *persuasif* seperti program kuliah pagi, renungan. Metode *edukatif* seperti program acara wisata hati, kewirausahaan, asmaul husna, makna (buku profil Radio Dais).

4) Pemilihan media komunikasi

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-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah lebih mengena sasaran.

Radio dais memanfaatkan perkembangan teknologi *streaming* sebagai pilihan media dakwah agar efektif bagi pendengar yang berada di luar jangkauan penyiaran. Radio Dais berlangganan internet *speedy* 1Mbps dalam menjalankan *streamingnya*, pendengar bisa mengakses melalui www.dais1079fm.com.

Radio Dais merupakan radionya umat Islam yang diharapkan dengan mendengarkan Radio Dais pendengar mendapatkan keseimbangan antara hiburan dan dakwah (wawancara Drs. H. Karno 4 Mei 2015).

DESKRIPSI ACARA RADIO DAIS 107.9 FM

(Sumber Buku Profil Radio Dais)

Program Harian

1. Selingan Nada

Setiap hari : 04.30-05.00 WIB
Durasi : 30 menit
Isi acara : Selingan lagu-lagu balasyik
Sasaran : Umum

2. Jendela Hati

Setiap hari : 05.00-06.00 WIB
Durasi : 60 menit
Isi acara : Sajian pembahasan kitab kuning dari Kyai
Sasaran : Umum

3. Salam Pagi

Setiap hari : 06.00-07.00 WIB
Durasi : 60 menit
Isi acara : Sajian lagu-lagu pop religi sebagai penyemangat
di pagi hari diselingi informasi
Sasaran : Umum

4. Nada Islami

Setiap hari : 07.00-08.00 WIB
Durasi : 60 menit

Isi acara: : Lagu-lagu Islami (qosidah modern) diselengi dengan kabar seputar Radio Dais

Sasaran : Umum

5. Indonesia Menyapa

Setiap hari : 08.00-09.00 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Dialog interaktif mengenai satu masalah aktual yang menonjol dari berbagai masalah yang ada disiarkan relay oleh RRI

Sasaran : Umum

6. Informasi Seputar Nada Islami

Setiap hari : 09.00-09.30 WIB

Durasi : 30 menit

Isi acara : Pengenalan kompilasi nada-nada Islam Radio Dais kepada modis. Senin: Pop Religi, Selasa: Rebana, Rabu: Nasyid, Kamis: Pop Religi, Jumat: Balasyik, Ahad: Arabian Song.

Sasaran : Umum

7. Serambi Muslim

Setiap hari : 09.30-10.00 WIB

Durasi : 30 menit

Isi acara : Pemaparan tips-tips ringan panduan hidup sehari-hari. Senin dan Rabu: Uswah, Selasa dan Kamis:

Tapak-tapak Islami, Jumat dan Sabtu: Sandiwara,
Ahad: Dongeng Anak Muslim.

Sasaran : Dewasa

8. Macam-macam Kiat untuk Anda

Setiap hari : 10.00-11.00 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Penguasaan tentang kehidupan manusia mulai
dari pertanian hingga IPTEK

Sasaran : Dewasa

9. Istiqomah

Setiap hari : 11.00-11.30 WIB

Durasi : 30 menit

Isi acara : Dialog interaktif tentang permasalahan kehidupan
manusia

Sasaran : Dewasa

10. OASE

Setiap hari : 13.00-14.00 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Lagu-lagu nasyid Islami permintaan pendengar
yang diselingi dengan info

Sasaran : Dewasa

11. Nada Islami

Setiap hari : 14.00-15.00 WIB

Durasi : 60 menit
Isi acara : Sajian lagu (*pop oldies*) diselingi pemutaran spot tanpa komentar dari penyiar
Sasaran : Umum

12. Murotal Al Quran

Setiap hari : 17.45-18.45 WIB
Durasi : 60 menit
Isi acara : Sajian tartil Al Quran
Sasaran : Dewasa

13. Renungan

Setiap hari : 19.00-19.15. WIB
Durasi : 15 menit
Isi acara : Pemaparan ajaran kaidah nasihat, dan tuntunan hidup sesuai dengan ajaran Islam oleh narasumber dalam bentuk rekaman
Sasaran : Dewasa

14. Balasyik

Setiap hari : 19.15-20.00 WIB
Durasi : 40 menit
Isi acara : Sajian lagu-lagu Islami (balasyik) yang diselingi spot
Sasaran : Dewasa

15. Silaturahmi

Setiap hari	: 20.00-22.00 WIB
Durasi	: 120 menit
Isi acara	: Sajian lagu-lagu Islami untuk pendengar diselingi dengan info ringan
Sasaran	: Remaja

Program Mingguan

1. Kuliah Ahad Pagi

Hari minggu	: 07.00-08.00 WIB
Durasi	: 60 menit
Isi acara	: Uraian paket ajaran Islam
Sasaran	: Umum

2. Nada Taqwa

Hari senin, rabu, dan jumat	: 15.00-16.30 WIB
Durasi	: 60 menit
Isi acara	: Sajian lagu-lagu Islami memenuhi permintaan modis melalui telepon, pesan singkat, dan media sosial yakni group rebana
Sasaran	: Umum

3. Seni Baca Al Quran

Hari Ahad	: 15.30-16.30 WIB
Durasi	: 60 menit

Isi acara : Pelatihan melantunkan ayat-ayat suci al Quran dengan beragam lagu secara baik dan benar

Sasaran : Remaja

4. Tafsir Al Quran

Hari Senin : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Kajian dan telaah penafsiran Al Quran oleh seorang ustadz

Sasaran : Dewasa

5. Fatkhul Qorib

Hari Selasa : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Pembahasan tentang kitab fiqh dengan narasumber para asatidz

Sasaran : Dewasa

6. Dialog Interaktif

Hari Rabu : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Kajian bentuk kerjasama dengan sponsor

Sasaran : Dewasa

7. Nada Rebana

Hari Kamis : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Pemutaran lagu group rebana

Sasaran : Dewasa

8. Kewirausahaan

Hari Jumat : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Pemaparan ajaran keislaman dari sisi kewirausahaan

Sasaran : Dewasa

9. Wisata Hati

Hari Sabtu : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Pemaparan paket problem ajaran Islam dalam memurnikan ajaran Islam

Sasaran : Dewasa

10. Sabahat Mata

Hari Ahad : 16.30-17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi acara : Pembahasan Islam terkait dengan *ukhuwah*

Sasaran : Dewasa

BAB IV
ANALISIS TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI
RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG

Dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi, dunia dihadapkan kepada cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media penyampai informasi kepada khalayak, sepertinya tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah Islam.

Aktifitas 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-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak *out of date*.

Dalam menjalankan dakwahnya, Radio Dais bertujuan untuk mengajak umat Islam kepada Al Qur'an dan Sunnah. Adapun salah satu strategi yang digunakan adalah memanfaatkan teknologi *streaming* sebagai medianya.

Pada bab III, penulis telah memaparkan strategi yang dipakai Radio Dais untuk menjangkau pendengar melalui siaran *streaming*. Adapun analisis lebih lanjut sebagai berikut:

4.1. Analisis Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Mengenal sasaran komunikasi

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan mengetahui kondisi khalayak masyarakat Kota Semarang yang mayoritas beragama Islam, tepat sekali Radio Dais yang memiliki karakteristik program siarannya yang hampir 100% Islami, akan mampu menjadi radio masa depan sebab memiliki kekhasan yang tidak dimiliki oleh radio lain. Oleh karena itu, sangat memudahkan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan.

Cara yang dilakukan Radio Dais untuk mengetahui khalayak pendengar antara lain:

1. Telepon random, yaitu menelpon atau pesan singkat secara acak pada pendengar tentang keinginan mereka, misalnya lagu apa yang ingin didengarkan hari ini. Bagi radio komunitas tentu anggota komunitas adalah bagian yang harus diperhatikan, karena merekalah yang menjadi pendengar dan diharapkan

partisipannya dalam pengembangan radio. Dengan telepon random, bisa diketahui darimana pendengar Radio Dais berasal.

2. Jejaring sosial, di era sangat dimungkinkan menggunakan jejaring sosial baik *facebook* maupun *twitter*, karena fasilitas ini kini lebih familier digunakan dikalangan masyarakat khususnya kaum muda.

Khalayak atau pendengar Radio Dais tidak hanya di Kota Semarang dan sekitarnya, pendengar Radio Dais juga banyak yang berasal dari luar Semarang. Dengan keterbatasan jangkauan penyiaran, Radio Dais menggunakan *streaming* untuk menjangkau khalayak yang berada diluar area daya pancar siaran (wawancara Drs. H. Karno 4 Mei 2015).

Khalayak atau pendengar Radio Dais dilihat dari segmentasi demografi meliputi:

- a. Usia : 5-55 tahun
- b. Jenis kelamin : laki-laki 40% dan perempuan 60%
- c. Pekerjaan :

Pelajar atau mahasiswa	: 30%
Karyawan	: 30%
Ibu rumah tangga	: 15%
Buruh	: 15%
Anak-anak	: 5%
Petani dan nelayan	: 5%

d. Pendidikan	: SLTP	: 10%
	SLTA	: 60%
	Perguruan tinggi	: 30%

2. Menyusun pesan komunikasi

Dalam penyusunan pesan komunikasi Radio Dais mengangkat tema yang sedang aktual. Misalnya dalam program acara Kuliah Ahad Pagi yang disiarkan setiap Ahad pukul 07.00-08.00 WIB menguraikan tentang qur'an hadits yang penjelasannya dikaitkan dengan isu-isu terkini. Contoh kajian kitab tauhid, nanti dikaitkan dengan isu-isu ISIS umpamanya.

Streaming memudahkan pendengar untuk melihat pesan materi dakwah yang disampaikan, karena pesan yang disampaikan langsung diupdate di beranda *facebook*, *twitter* dan *chatbox*.



The screenshot shows the website for Radio Dais (dais1079fm.com). The main content area features two articles:

- Mewaspadaai Bujukan ISIS**: Posted on April 30, 2015. The article discusses the global phenomenon of ISIS and mentions KH Ahmad Darodji, the head of Radio Dais, who stated that the origin of ISIS is due to...
- Shalat Gerhana Bulan di MAJT**: Posted on April 6, 2015. The article mentions Khotib Dr. H. Ahmad Izzudin, M.Ag, who discussed the timing of the total lunar eclipse (Gerhana Bulan Total) on Saturday (4/4/15) at the beginning of the month, occurring at 19:57:49.

On the right side, there is a "RADIO STREAMING" section with a "Klik Di Sini Untuk Mendengarkan" button and various social media icons. Below that is a "CHATBOX" with a list of messages from users like 'konan_seja' and 'Evani'.

The screenshot shows a chat window in Mozilla Firefox. The chat history includes the following messages:

- afuan taufiq: sallar untuk di off aj
- afuan taufiq: assalamu'alaikum dais minta lgunya yang bisa menenangkan hati sebat...
- evaa: Assalamu'alaikum yg kehujaan, yg lg jadi korban penadam lampu, yg sendiriin youkk merespt di 107.9 FM ad Eva dan Aisyah pertanyaan malam ini: kalo lagi mati lampu, benda apa yg pertama kali dicari
- evaa: oase dulu biar adem pikiran dan hatinya bersama Eva ya ya yaasa kalo semalem hujan deras, paginya biasanya yuk di dapatkan nada spesial favorit kaum muslim 😊
- evaa: ASSALAMUALAIKUM... yg jauh mendekat yg dekat semakin dekat!!! 107.9 yuk nada taqwaan dulu yukKKKKK sms 085 840 34 1079 / help 024 674 6362 barengan @wardhanaeva sampe jam 16.30 WIB
- evaa: pake daisplaymu untuk mendengarkan pengajian di rangka peringatan tahun baru 1436 H. LIVE MASJID AGUNG JAWA TENGAH skrg yasa
- evaa: Assalamu'alaikum hari Minggu ini dihabiskan beribur kemana nih kaum muslim? #OASE barengan va Eva yasa sampe jam 14.00 WIB
- evaa: oase dulu yuk barengan @wardhanaeva sms 0856 4034 1079
- boengkoes: hmmm
- boengkoes: ahandullah
- boengkoes: ahandullah
- boengkoes: ahandullah sdh bisa dengerin das lewat streaming d hp toe. 😊😊😊😊
- ricep: suara agak pecah
- ricep: suara pecah gan
- evaa: amjad: waalailahumassalam pinn
- evaa: amjad: waalailahumassalam pinn
- imardji: ayo teman2 ajak teman2mu untuk insyaf ddisplay agar tersebar dakwah islam ke seluruh penjuru
- amjad Malaysia: 🙏
- amjad Malaysia: salam dari Malaysia upn ipn
- evaa: sampun pak. 🙏

(Sumber: www.dais1079fm.com)

Secara garis besar materi Radio Dais terdiri dari: materi dari luar yaitu yang berbentuk lagu-lagu pop, religi, nasyid, balasyik, qosidah, Arabian, dan lagu Anak Islami. Sedangkan materi dari

dalam atau produksi sendiri yaitu murotal Al qur'an, hadits, sandiwara, membaca kitab kuning.

Setelah mengetahui materi Radio Dais, menurut hemat peneliti meterinya sangat sesuai dengan visi Radio Dais, yaitu melayani kebutuhan rohani umat Islam. Oleh karena itu, format yang menjadi dasar pembuatan materi siaran adalah memberikan materi siaran yang seimbang antara nada dan dakwah, artinya setiap acara yang dirilis Radio Dais baik musik, pendidikan, budaya atau sandiwara dikemas sesuai dengan akidah Islam.

3. Menetapkan metode komunikasi

Untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi khalayak, metode yang digunakan juga mempengaruhi. Dengan menggunakan metode yang tepat maka proses penyampaian dakwah dapat mengena sasaran dengan mudah.

Metode penyampaian yang digunakan Radio Dais dapat dilihat dari dua aspek: *pertama*, menurut cara pelaksanaannya. Semua program Acara yang disiarkan Radio Dais baik *on air* di studio maupun *live* dari luar studio siaran juga disiarkan melalui *streaming*. Radio Dais menggunakan langganan *speedy* 1Mbps dengan bandwidth 100Kbps yang disewa dari *shoutcast server usa* dengan ini akses *streaming* bisa didengar dengan lancar, kecuali ada

gangguan pada jaringan internet yang terkadang membuat siaran terganggu bahkan tidak bisa didengar.

Fasilitas yang berada di *web* Radio Dais adalah *chatbox*, pendengar bisa berkirim salam, meminta lagu, memberikan saran maupun komentar. Menu utama yang ditambahkan di halaman *web* berupa: *crew* Dais, jadi pendengar Radio Dais bisa melihat siapa saja yang menjadi bagian dari *crew* Radio Dais. Galeri, berisi dokumentasi foto kegiatan dari Radio Dais. Kontak Dais, pendengar bisa mengirimkan atensinya lewat telepon: 024-6746352, SMS: 0856-4034-1079, email: dais_radio@yahoo.co.id, Fanpage Radio Dais: RADIO DAIS (DAKWAH ISLAM) 1079,9 FM, bagi pengguna android bisa menginstal aplikasi Daisplay, Website: www.dais1079fm.com.

Kedua, menurut bentuk isinya. Radio Dais menggunakan metode yang berbeda sesuai dengan program acara seperti: metode *informatif*, metode yang digunakan Radio Dais untuk memberikan informasi dituangkan dalam program berita dari RRI, nada Islami, Indonesia menyapa, dan silaturahmi. Metode *persuasif* seperti program kuliah pagi dan renungan. Metode *edukatif*, metode ini digunakan untuk meberikan pengajaran dan pendidikan seperti program acara wisata hati, kewirausahaan, asmaul husna, dan makna (buku profil Radio Dais).

4. Pemilihan media komunikasi

Pemilihan media komunikasi untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media (radio frekuensi dan radio internet), bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan.

Radio Dais berusaha menjangkau sebanyak mungkin pendengar yang tidak terbatas hanya sekitar jangkauan komunitas (2,5 km). Untuk memperluas jangkauan siaran, selain mengudara secara konvensional menggunakan frekuensi 107,9 FM, Radio Dais juga memanfaatkan perangkat teknologi dan informasi.

Radio Dais memanfaatkan teknologi multimedia *Internet Live Streaming* (ILS). Penggunaan internet ini memungkinkan mereka menjangkau para pendengar yang lokasinya jauh dari jangkauan siaran pemancar tanpa menyalahi aturan.

Internet *live streaming* memiliki celah tersendiri yang dimanfaatkan dengan baik oleh Radio Dais untuk menyebarkan dakwahnya. Sampai saat ini belum ada perangkat hukum yang secara spesifik mengatur penggunaan media ini. Berbeda dengan radio konvensional yang penggunaannya sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP).

Streaming sebenarnya merupakan proses pengiriman data kontinyu (terus-menerus) yang dilakukan secara *broadcast* melalui

internet untuk ditampilkan oleh aplikasi *streaming* pada PC (*klien*). Paket-paket data yang dikirimkan telah dikompresi untuk memudahkan pengirimannya melalui internet.

Format *streaming* yang digunakan Radio Dais yaitu format *Windows Media*. Pendengar bisa mengaksesnya melalui www.dais1079fm.com.

Biarpun memiliki banyak kelebihan, ada beberapa kelemahan dari media internet dalam kaitannya dengan dakwah melalui *audio streaming*, diantaranya:

- 1) Kualitas suara yang tidak dapat konstan, karena tergantung oleh jaringan
- 2) Untuk mendengarkan radio melalui internet mempunyai beberapa syarat yaitu: harus memiliki jaringan telepon dan piranti lunak (*software*) untuk menjalankan content audio, seperti *Real Player*. Sehingga tidak semua orang mengerti hal ini. Dampaknya media ini hanya bisa dinikmati orang-orang tertentu saja yang faham teknologi ini.

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang dalam Siaran *Streaming*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam melakukan strategi komunikasi, cara yang dilakukan Radio Dais untuk mengetahui khalayak pendengar dengan melakukan telepon random dan mengirimkan pesan singkat untuk mengetahui darimana pendengar berasal, serta memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Pendengar Radio Dais adalah umat Islam yang berada di Kota Semarang dan sekitarnya.
2. Dalam penyusunan materi pesan, Radio Dais mengangkat tema yang sedang aktual dan dikaitkan dengan isu-isu terkini.
3. Menetapkan metode komunikasi. Dalam hal ini, untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi ada beberapa metode yang digunakan Radio Dais yaitu metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif*.
4. Pemilihan media dakwah. Dengan berkembangnya teknologi dalam penyiaran yaitu *streaming*, semakin memudahkan Radio Dais yang merupakan radio komunitas untuk menjangkau pendengar yang ada diluar *coverage area*.

5. Dalam pengembangan jaringan lewat *streaming*, Radio Dais bisa dibuka lewat www.dais1079fm.com.
6. Selain mempunyai kelebihan daya jangkau yang tidak terbatas, *streaming* Radio Dais juga memiliki kelemahan, diantaranya: kualitas suara tidak dapat konstan, karena tergantung oleh jaringan. Selain itu, untuk mendengarkan radio lewat *streaming* harus memiliki koneksi dengan internet.

5.2. SARAN-SARAN

Dengan melihat keadaan yang ada di Radio Dais, serta untuk mengoptimalkan radio *streaming* sebagai media dakwah Islamiah, ada beberapa saran antara lain:

1. Bagi *crew* Radio Dais untuk lebih merawat *website* agar tampilan dan konten yang ada didalamnya up to date. Menambahkan fasilitas *website*, seperti kotak pengunjung (*viewer*) agar bisa mengetahui berapa orang yang sudah mengunjungi *website* Radio Dais.
2. Dengan jangkauan siaran yang luas melalui *streaming*, pengawasan harus lebih diperhatikan oleh pemimpin untuk menjaga kualitas siaran dengan melakukan evaluasi setiap program yang kemudian digunakan untuk menentukan perencanaan selanjutnya yang pada akhirnya akan menentukan pencapaian tujuan dakwah optimal.
3. Teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang, untuk peneliti selanjutnya agar menjadi pijakan awal untuk meneliti lebih

lanjut tentang radio internet atau *streaming* sebagai media penyampaian dakwah.

5.3. PENUTUP

Puji syukur *Alamdulillahi rabbil 'alamin* kepada Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Harapan peneliti meskipun skripsi ini sangat sederhana, mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi pembaca. Namun demikian peneliti mengakui bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna perlu ada pembenahan baik dari segi isi maupun bahasannya. Untuk itu peneliti minta saran dan kritik yang sifatnya membangun dan menyempurnakan demi kebaikan penulis di masa datang.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita, dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan penelitian selanjutnya pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Umar Falahul. (2008). "Globalisasi dan Konvergensi: Tata Dunia Baru Dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi", dalam *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*. Vol. 3, No.1.
- Andi. (2010). *Menggenggam Dunia dengan Internet*. Yogyakarta: ANDI.
- Anwar, Danial (2013). "Kelebihan Radio Internet", dalam *http/danial-anwar.blogspot.com*. diakses pada 10 November 2014.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Arsyad, Azhar. (2003). *Pokok-pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aziz, Moh. Ali (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azwar, Saefudin. (2001). *Metode Penelitian*. Cet. III. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denim, Sudarwan. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Departemen Agama RI. (2002). *Al-qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Departemen RI.
- Djamal, Hidajanto & Andi Fchrudin. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Karya.
- _____ . (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Karya.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ismail, Ilyas dan Prio Hotman. (2011). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Khoerussa'adah. (2012). Strategi Radio PTDI UNISA 205 (106.2 AM) Dalam Menyiarkan Siaran Dakwah. (Tidak Dipublikasikan, Skripsi: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo).
- Kuncoro, Mudrajad. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

- Ma'arif, Bambang S. (2010). *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Rosdakarya.
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Lkis.
- Mahendra, Nanih dan Agus Achmad Safei. (2001). *Penanaman Masyarakat Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Muhadjir, Noeng. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Muhidin, Sanbas Ali dan Maman Abdurahman. (2009). *Analisis Kolerasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Mulyati. (2011). Studi Analisis Program Siaran Dakwah di Radio Ngabar FM 106.2 Pondok Pesantren Walisongo Kabupaten Ponorogo. (Tidak Dipublikasikan, Skripsi: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo).
- Munir, Muhammad dan Wahyu Illahi. (2012). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Musyafak, Najahan. (2005). "Posisi Dakwah Islam di Era Digital", dalam *Jurnal Ilmu Dakwah: Media Pengembangan Ilmu dan Teknik Dakwah*. Vol.25, No. 1
- Pimay, Awaludin. (2005). *Metodologi Dakwah Kajian Teoritis dan Khazanah Al Qur'an*. Semarang: Rasail.
- Prayudha, Harley. (2005). *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktek Penyiaran*. Malang: Bayumedia.
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. Cet.I, Penerj. M. Shodiq & Imam Muttaqien, (2003). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Subardjo, Agus. (2013). "Cyber Broadcast System CBS", dalam <http://www.multigraphica.com/CyberBroadcastSystem.pdf>. diakses pada 12 September 2014.

- Sulthon, M. (2003). *Desain Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis dan Aksiologis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syukir, Asmuni. (1983). *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al Ikhlas.
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Ulinuha, Masy Ari. (2014). *Perancangan Stasiun Radio Online MBS FM Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo*. Semarang: LP2M.
- Wahyuni, Hermin Indah. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Yahya, Muchlis. (2010). *Dasar-Dasar Penelitian metodologi dan Aplikasi*. Semarang: Pustaka Zaman.