

**STRATEGI DAKWAH DALAM  
PROGRAM ACARA NYANTRI ON THE AIR  
DI RADIO GESMA 97,6 FM KARTASURA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Sosial Islam (S. Sos. I)  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**



**Adib Cahyono  
091211080**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2015**

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5(lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Bapak 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:

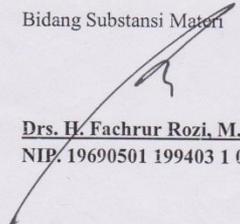
Nama : ADIB CAHYONO  
NIM : 091211080  
Jurusan : Dakwah/KPI  
Judul Skripsi : STRATEGI DAKWAH DALAM PROGAM ACARA  
NYANTRI ON THE AIR DI RADIO GESMA 97,6 FM  
KARTASURA

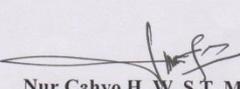
Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas  
perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Semarang, 28 Desember 2015  
Pembimbing,  
Bidang Metodologi & Tulisan

Bidang Substansi Materi

  
Drs. H. Fachrur Rozi, M. Ag.  
NIP. 19690501 199403 1 001

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

PENGESAHAN  
SKRIPSI  
STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM ACARA  
NYANTRI ON THE AIR  
DI RADIO GESMA 97,6 FM KARTASURA

Disusun Oleh :

Adib Cahyono

091211080

Telah diperlihatkan di depan Dewan Pengun  
Pada tanggal 4 Desember 2015  
Dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

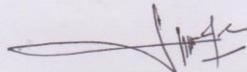
Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



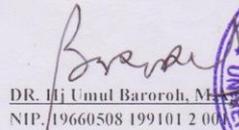
Dr. H. Abu Rokhmad, M. Ag  
NIP. 197604072 001121 003

Sekretaris Penguji II



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

Penguji III



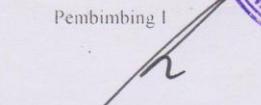
Dr. Hj. Umul Baroroh, M. Ag  
NIP. 19660508 199101 2 001

Penguji IV



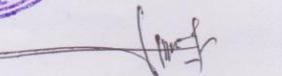
Dra. Hj. Siti Sholihati, M. A.  
NIP. 19361017 199103 2001

Pembimbing I



Drs. H. Fachrur Rozi, M. Ag.  
NIP. 19690501 199403 1 001

Pembimbing II



Nur Cahyo H. W. S.T., M.Kom.  
NIP. 19731222



#### PERNYATAAN

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Skripsi ini juga tidak berisi pikiran-pikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, Juni 2015

Tanda Tangan



Adil Cahyono  
NIM: 091211080

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrohim.*

*Alhamdulillah* segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan rahmat-Nya. Sehabis nafas yang tidak pernah berhenti menulis, membaca, dan berfikir untuk merangkai dari kata demi kata, kalimat demi kalimat, paragraf demi paragraf sehingga terbentuklah skripsi ini.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya, serta kaum muslimin yang senantiasa mengikutinya.

Dengan penuh kesadaran hati, penulis sampaikan bahwa keberhasilan dalam menyusun skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Progam Acara Nyantri On The Air di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura” tidak lepas dari bantuan, semangat, dan dorongan dari berbagai pihak, baik spiritual maupun material. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis sampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Muhibbin, M. Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.
3. Dra. Hj. Siti Solihati, M.A. dan Asep Dadang Abdullah, M. Ag. selaku Ketua Jurusan dan Sekfretaris Jurusan KPI.
4. Drs. H. Fahrur Rozi, M. Ag dan Nur Cahyo, H. W. M.KomSelaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah mencurahkan segala waktu, tenaga, pikiran dan perhatiannya untuk memberikan yang terbaik dalam pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Nur Cahyo, H. W. M.Kom selaku wali studi yang selalu memberi semangat dan selalu meluangkan waktunya untuk sekedar mengarahkan dan membimbing agar dapat memberikan yang terbaik.
6. Keluarga besar Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, khususnya para Dosen pengajar yang telah memberikan pengetahuan yang berarti bagi penulis.

7. Ayahanda Dahroni, dan Ibunda Siti Robiyah tercinta, yang selalu meberikan doa dan kasih sayangnya untuk mengantarkan penulis mengarungi lautan kehidupan. Memberikan jiwa dan raganya untuk mencapai cita-cita penulis.
8. Pak Supriyatin dan bu Kurniyatun, selaku bapak dan ibu mertuaku terima kasih atas restu dan doanya.
9. Istriku Dyan Yuliana tercinta, terima kasih untuk sandaran hatinya yang selalu menerima keluhanku, juga kekuatandoa dan semangat yang telah engkau berikan. Dan malaikat kecilku Azkiya Khalila Adib, senyum dan tawamu adalah bahagiaku.
10. Adikku, Fahmi Farizal dan Fadhila Rahmadhani, terima kasih atas doa dan motivasinya. Gapailah cita-citamu setinggi langit dan maaf belum bisa menjadi contoh yang baik bagi kalian.
11. Teman-teman KPI B 2009, yang selalu ada canda dan tawa dimana kita berada. Memberikan arti sahabat bagi penulis. I'm be cious !!!!!!!.
12. Keluarga besar pondok pesantren Al- Hidayah Lasem, pondok pesantren Al- Muayyad Solo, terima kasih atas bimbingannya.
13. Pak Jo dan pak Karyadi, terima kasih atas doa dan semangatnya.
14. Keluatga besar Walisongo TV, mas Udien Kecil, Dan teman-teman dari komunitas Copy Len's, salam jepret guys.
15. Keluarga besar Superlola Production dan lolalisme (penggemar superlola) terima kasih atas semangat dan doanya.
16. Keluarga besar Sekawan Production, bunda Tinie, pak Budi, mas Tris, dan mbak Fitri, terima kasih atas ilmu dan semangatnya.
17. Komunitas ANGELS (Anak N-Gage Lovers Salatiga) dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu. Terima kasih.

Kepada mereka semua penulis tidak bisa memberikan balasan apapun hanya untaian ucapan, semoga kebaikan serta amal shaleh mereka diterima dan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Terlebih lagi bisa bermanfaat bagi kegiatan dakwah Islam. Amin.

Semarang, Juni 2015

Adib Cahyono

## PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati yang paling dalam, dari pergumulan ruang dan waktu yang tidak mungkin terulang, kupersembahkan kumpulan kata ini kepada :

1. Yang terhormat ayahanda Dahroni, dan ibunda Siti Robiyah. Perjuanganku tidak ada artinya jika tidak mendapat restu dan ridho dari kalian. Kasih sayang dan cintamu memberiku nafas yang berarti. Doamu menemaniku dalam mengarungi hidup. Sembah sujudku padamu wahai ayah dan bunda, terima kasih atas jiwa dan raga yang kalian berikan padaku.
2. Yang tercinta istriku Dyan Yuliana, dengan keterbatasan dan ketidak sempurnaanku, engkau imbangi dengan cinta dan kasih sayang. Terima kasih sudah menjadi tempat keluh kesahku. Dan Malaikat kecilku Azkiya Khalila Adib, yang selalu memberi senyumnya disaat aku putus asa, yang selalu memberi cerianya disaat aku tidak berdaya. Aku cinta kalian, kemarin, hari ini, esok dan selamanya.
3. Yang tersayang adikku Fahmi Farizal dan Fadhila Rahmadhani, terima kasih atas motivasi dan dorongan yang kalian berikan. Maaf jika selama ini aku belum bisa menjadi contoh yang baik bagi kalian.
4. Yang terkenang teman-teman KPI B 2009, yang selalu ada canda dan tawa dimana kita berada. Memberikan arti sahabat bagi penulis. I'm be cious !!!!!!!.
5. Yang tak terlupakan teman-teman Walisongo TV, teman-teman komunitas Copy Len's, teman-teman ANGELS salatiga, dan Sekawan Production. Terima kasih atas semangat yang kalian berikan.
6. Yang luar biasa keluarga besar Superlola Production dan lolaisme dimanapun kalian berada dan kalian memang luar biasa.

## **MOTTO**

*Jika anda percaya sesuatu dapat dilakukan,  
Pikiran anda akan bekerja bagi anda,  
Dan membantu anda mencari jalan untuk melakukannya.  
(Davis J. Schwartz)*

## ABSTRAKSI

Adib Cahyono (091211080), *Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Program Acara Nyantri On The Air Di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura*. Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, jurusan Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah dalam program acara Nyantri On The Air di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura. Metodologi penelitian dalam skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi dan wawancara. Deskriptif sebagai teknik analisis data yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh dalam penelitian.

Radio Gesma 97,6 FM Kartasura merupakan radio swasta yang didalamnya terdapat muatan dakwahnya. Hampir semua dari program acara di radio Gesma FM mempunyai muatan dakwahnya. Salah satu dari program acara yang disuguhkan adalah Nyantri On The Air. Nyantri On the Air adalah satu program dari radio Gesma FM yang bermuatan religi agama Islam. Keberhasilannya menjadikan program acara ini menjadi jati diri dari radio Gesma FM itu sendiri.

Keberhasilan yang dicapai program acara Nyantri On The Air tidak lepas dari strategi yang mereka gunakan, antara lain yaitu, *Pertama*, program acara ini juga menggunakan gabungan dua format radio, yaitu format dialog interaktif dan musik religi. Metode dialog interaktif dinilai efektif dan musik religi lebih ke sebuah hiburan yang terdapat nilai-nilai Islamnya. Sehingga membuat program ini tidak membosankan untuk didengar. Selain itu, program ini menggunakan radio *streaming* yang dapat diakses dimana saja melalui internet. *Kedua*, program acara Nyantri On The Air menggunakan narasumber yang tetap. Selain sebagai *icon*, narasumber yang mengisi bukan hanya pandai dalam pendidikan agama, tapi juga pendidikan umum dan berpengalaman. Dapat merangkul semua kalangan pendengar. *Ketiga*, selain materi yang disampaikan dan musik religi, Ada juga Hikmah Dibalik Cerita yang berupa *insert*. Pesan keagamaan yang dikonsepsi berupa cerita untuk dapat diambil hikmahnya oleh pendengar.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penulisan Skripsi.....	6
1.4 Manfaat Penulisan Skripsi.....	6
1.5 Telaah Pustaka.....	7
1.6 Metodologi Penelitian.....	8
1.6.1 Jenis Penelitian.....	8
1.6.2 Sumber Data.....	9
1.6.3 Metode Pengumpulan Data.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II STRATEGI, KOMUNIKASI, DAKWAH DANRADIO</b>	
2.1 Strategi.....	14

2.2 Dakwah.....	15
2.3 Unsur-Unsur Dakwah.....	16
2.4 Strategi Dakwah.....	33
2.5 Radio.....	34
2.5.1 Keunggulan Radio.....	36
2.5.2 Progam Acara.....	39
2.8 Radio Sebagai Media Dakwah.....	40

### BAB III GAMBARAN UMUM RADIO GESMA 97,6 FM KARTASURA

#### DANGAMBARAN UMUMPROGAM ACARA NYANTRI

#### ON THE AIR

3.1 Gambaran Umum Radio Gesma 97,6 Fm Kartasura.....	43
3.1.1 Visi Dan Misi.....	45
3.1.2 Standart Operating Procedures (SOP).....	45
3.1.3 Segmentasi.....	48
3.1.4 Format Progam Siaran.....	51
1. Berdasarkan Target Segmen.....	51
2. Kekhasan Bagi Lembaga Penyiaran.....	52
3. Penjelasan Format.....	52
4. Komposisi Siaran.....	54
5. Progam Acara.....	55

#### 3.2 GAMBARAN UMUM PROGAM ACARA NYANTRI ON

THE AIR.....	57
--------------	----

3.2.1	Maksud dan Tujuan.....	58
3.2.2	Segmen Pendengar.....	59
3.2.3	Materi.....	61
3.2.4	Rundown Acara Nyantri OnThe Air.....	62
3.3	STRATEGI DAKWAH PROGAM ACARA NYANTRI ON THE <i>AIR</i> .....	63
3.3.1	Format Siaran.....	63
3.3.2	Narasumber.....	64
3.3.3	<i>Insert</i> .....	66
 BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH		
4.1	Analisis Strategi Dakwah.....	68
4.1.1	Analisis Asas Filosofi.....	68
4.1.2	Analisis Asas Psikologi.....	69
4.1.3	Analisis Asas Sosiologi.....	69
4.1.4	Analisis Asas Kemampuan dan Keahlian.....	71
4.1.5	Analisis Efektif dan Efisien.....	71
4.2	Analisis Strategi Dakwah Progam Acara Nyantri On The <i>Air</i> .....	73
4.2.1	Analisis Strategi Format Siaran.....	73
4.2.2	Analisis Stategi Narasumber.....	76
4.2.3	Analisis Strategi <i>Insert</i> .....	79
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	81

5.2 Saran.....	81
5.3 Penutup.....	82

DAFTAR PUSTAKA

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada hakekatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistematisasi kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosiokultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia, dengan menggunakan cara tertentu (Hafidhuddin, 1998: 67-68). Proses aktualisasi nilai-nilai imani pada setiap manusia memerlukan suatu upaya yang terencana secara matang, agar terciptakan fungsi kekhilafahan yang sesungguhnya, yaitu jalan kehidupan yang selalu diridhoi Allah SWT. Sebagai suatu ajaran tidaklah berarti, manakala tidak dimanifestasikan dalam *action amaliah*, ini dikarenakan agama tersebut bukanlah agama yang semata-mata menyoroti satu sisi dari kehidupan manusia saja, tetapi Islam meliputi dan menyoroti semua persoalan hidup manusia secara total (Tasmara, 1997: 33).

Sekarang ini kegiatan dakwah akan lebih mudah dengan adanya media. Hadirnya berbagai macam media memudahkan da'i untuk berdakwah. Media dakwah adalah alat obyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan

merupakan urat dalam totalitas dakwah (Ya'qub: 1992: 47). Itulah kenapa media dakwah menjadi salah satu unsur penting dalam kegiatan dakwah.

Sebagai seorang da'i, harus pintar-pintar membaca keadaan. Maksudnya adalah seorang da'i harus pintar memilih media untuk sarana dakwahnya, lebih-lebih seiring dengan lajunya perkembangan zaman seperti sekarang ini yang memacu tingkat kemajuan ilmu dan teknologi, tidak terkecuali teknologi komunikasi yang merupakan suatu sarana yang menghubungkan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain. Salah satunya adalah berdakwah menggunakan media radio.

Radio menjadi media massa yang sangat penting, oleh karena lebih banyak orang yang menangkap atau mendengar radio dari pada media lainnya. Tanpa memandang letak geografis, dakwah melalui siaran radio mempunyai nilai yang sangat strategis, hal ini disebabkan oleh kekuatan yang dimiliki siaran radio yang sifatnya menguntungkan bagi pendengarnya. Kekuatan tersebut adalah sifatnya yang langsung tidak mengenal jarak dan rintangan serta memiliki daya tarik yang kuat (Efendi, 1990 : 139). Walaupun dibandingkan media cetak dan televisi, radio dianggap sebagai anak kecil, namun menjelang dan sesudah reformasi, radio menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat yang sadar akan informasi. Kesadaran yang muncul dikalangan pengelola (*owner*) dan praktisi (*broadcaster*) bahwa radio merupakan media informasi yang strategis. Sehingga banyak radio berlomba-lomba menyuguhkan informasi baik dengan program maupun pengemasannya.

Tiga alasan mengapa radio semakin dilirik, karena sifat ketersegeraan (*actuality*), berita radio yang tersaji secara langsung menjadi primadona karena aktualitas dan objektivitasnya terjamin tanpa rekayasa ulang dari redaktur. Sifat format kemasan (*bodystyle*), kemasan radio dewasa ini makin bervariasi, sehingga memudahkan masyarakat pendengar untuk memilih kemasan yang pas buat mereka, dan mencatat waktu penyiaran yang sesuai dengan kesibukan mereka. Sifat lokalitasnya, sebagai sarana komunikasi publik, radio menganut segmentasi menurut kedekatan geografis dan perilaku sosial masyarakat sekitarnya. Prinsip ini mengharuskan radio bersifat sangat lokal, dan karena itu radio lebih mampu menyerap lebih dalam aspirasi lokal dan menyiarkannya (Masduki, 2001: 6-7).

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan keberbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio maka akan lebih mudah dan praktis. Dengan demikian, dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektifitas dan efisiensi ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, baik melalui metode ceramah, sandiwara radio, *talk show*, atau bentuk-bentuk yang lain.

Sebuah radio juga tidak bisa terlepas dari ciri khas yang mewakili karakter sebuah radio, seperti radio anak muda, radio dengan segmen anak muda. Radio dewasa, radio berita, radio religi, radio dangdut, radio bernuansa

kedaerahan (Fatmasari, 2007:10). Dengan ciri khas ini, akan mempermudah da'i untuk mengelompokkan mad'unya.

Dengan menjamurnya radio yang bersekala nasional maupun lokal, kini masyarakat memiliki alternatif dalam mendengarkan radio pilihannya, khususnya di Kabupaten Sukoharjo. Hadirnya radio Gesma 97,6 FM di Kartasura, menjadi nilai tersendiri. Gema Suara Makmur/GSM FM yang kemudian diakronimkan menjadi Gesma FM mempunyai visi misi sebagai saluran informasi edukatif yang toleran, santun, dan kreatif.

Radio Gesma FM merupakan radio dengan *multisegmen*, dimana radio ini mengincar pendengar dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Radio Gesma FM juga merupakan radio komersil, radio komersil adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan warga negara asing dilarang menjadi pengurus lembaga penyiaran swasta (komersial) kecuali untuk bidang keuangan dan bidang tehnik ([http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu\\_32\\_02.htm](http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_32_02.htm)).

Radio Gesma FM berdiri sejak 2011. Radio ini berdiri dengan tujuan memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri masyarakat yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera.

Berkaitan dengan radio sebagai media dakwah, ternyata radio Gesma FM mempunyai peran penting dalam kegiatan dakwah Islam. Hal ini terlihat

dalam program acara yang hampir semuanya bermuatan dakwah, akan tetapi ada salah satu program religi yang format komunikasinya efektif untuk penyampaian misi dakwah yaitu program acara “*Nyantri On The Air*” yang isinya tentang tanya jawab perihal agama dan spiritualitas Islam.

Program acara *Nyantri On The Air* menjadi jati diri radio Gesma FM, karena program acara ini berbeda dengan program acara religi lainnya. Dengan format dialog interaktif dan musik religi, program acara ini berhasil menarik perhatian pendengar. Sejak program acara ini dibuat 2012 hingga sekarang, program acara ini banyak penikmatnya. Terbukti dengan adanya pertanyaan yang melalui telepon, pesan singkat, *facebook*, *twitter*, dan email yang terus masuk kedalam redaksi setiap kali program acara ini disiarkan, baik permasalahan tentang agama Islam, pendidikan, maupun kehidupan.

Kehadiran radio sebagai media dakwah memang dibutuhkan, namun bagaimana mengemas strategi dakwah melalui media radio agar lebih efektif masih merupakan hal yang perlu dikaji lebih dalam oleh lembaga-lembaga dakwah. Terkait dengan efektifitas tersebut maka ada hal yang paling mendasar yang perlu dikaji yakni berkaitan dengan format program siaran dakwah islam, dan juga yang tidak kalah pentingnya adalah mengenai keterbatasan waktu yang disediakan untuk program siaran dakwah islam di radio yang relatif sedikit. Hal inilah yang menyebabkan peneliti membuat penelitian yang berjudul “**STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM ACARA “NYANTRI ON THE AIR” DI RADIO GESMA 97,6 FM KARTASURA**”

## 1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah seperti apakah strategi dakwah dalam program acara “*Nyantri on The Air*” di radio Gesma 97,6 fm Kartasura?

## 1.3 Tujuan Penulisan Skripsi

Berdasarkan pada permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :Untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah dalam program acara “*Nyantri on The Air*” di radio Gesma 97,6 FM Kartasura ?

## 1.4 Mafaat Penulisan Skripsi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat tersebut adalah :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan konseptual tentang apa dan bagaimana radio, serta memberikan kontribusi dan khasanah informasi bagi pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumber informasi bagi peneliti lain serta juga dapat memberikan informasi bagi da'i, khususnya bagi pemilik, pengelola, dan praktisi radio yang bertujuan menyebarkan pesan-pesan moral dan agama Islam dimana saja.

## 1.5 Telaah Pustaka

Permasalahan dakwah melalui media penyiaran radio bukanlah hal yang baru untuk diangkat dalam sebuah penelitian skripsi maupun literatur lainnya. Sebelumnya telah banyak buku-buku atau karya ilmiah lainnya yang membahas tentang radio sebagai media dakwah, diantaranya yaitu :

Skripsi yang berjudul “*Dakwah Islam Melalui Radio (Studi Terhadap Progam Siar Radio Hiz FM Surakarta)*“ oleh Mustaghfiroh (2010). Hasil penelitian ini adalah progam siar radio Hiz FM Surakarta dikemas dengan variasi yaitu progam siar on air dan progam siar off air. Persamaan judul skripsi ini dengan skripsi yang peneliti akan buat yaitumedia yang digunakan adalah radio yang berjalan dibidang dakwah. Perbedaan antara kedua radio ini adalah radio Hiz FM merupakan radio dakwah komunitas, sedangkan radio Gesma FM adalah radio dakwah yang dikomersilkan.

Yang kedua skripsi dengan judul “*Strategi Radio Komunitas Islam Dalam Memperoleh Simpati Pendengar(Studi Pada Radio Dais 107.9 Fm)*” oleh Alif Wiji Prahara Wati (2011). Hasil penelitian ini adalah mengetahui strategi yang dilakukan radio Dais untuk memperoleh simpatisan pendengar antara lain, Perencanaan Program yang disesuaikan segmentasinya, memproduksi acara harian dan mingguan, melakukan evaluasi selama tiga bulan sekali, mengelompokkan segmen, umat islam sebagai target audiensnya, dan terakhir menggunakan *positioning* agar selalu diingat audiens.

Selanjutnya adalah skripsi dengan judul ”*Studi Analisis Format Siaran Dakwah Radio RAM 107.8 FM Surakarta*” oleh Luthfi Amirul Firdaus (2014). Hasil dari penelitiannya adalah mengetahui format siaran dakwah diradio RAM 107.8 FM yang dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu format uraian, adalah format yang berisi uraian atau ceramah pengajian. Format siaran dialog interaktif, adalah format yang berisi tentang siraman rohani dan dilanjutkan dengan *talkshow* antara narasumber dan pendengar. Yang terakhir yaitu format siaran hiburan dan musik, adalah format yang berisi hiburan dan music sebagai alternative menghilangkan kejenuhan, dan membuat nyaman pendengar.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur-prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Shodiq, 2003: 4). Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri atau berhubungan dengan orang-orang dalam bahasa dan peristilahannya (Moleong, 1999:3).

Jenis penelitian dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala (Hasan, 2002:11). Dengan ini penulis berusaha mengetahui strategi

komunikasi dakwah dalam program acara *Nyantri On The Air* di radio Gesma 97,6 FM Kartasura.

### **1.6.2 Sumber Data**

Ada dua macam sumber data dalam penelitian skripsi ini untuk mendukung informasi atau data yang akan digunakan dalam penelitian (Hasan, 2004:19). Untuk mendapatkan data yang berupa informasi dan keterangan yang berkaitan dengan permasalahan maka penulis membagi sumber data menjadi dua, yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu sumber data yang merupakan data utama di dalam penelitian ini. Sumber data primer ini didapatkan dari objek penelitian langsung dalam hal ini sumbernya adalah dari pengelola radio Gesma 97,6 FM Kartasura.
- b. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang berfungsi sebagai data pendukung bagi data utama (primer). Data skunder ini didapatkan dari buku-buku, majalah, dan tulisan-tulisan atau dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **1.6.3 Metode Pengumpulan Data**

Agar data-data yang didapat terkumpul dan dapat dikaji dengan tepat dan valid, serta lebih praktis untuk dibaca dan diinterpretasikan maka data tersebut dipisahkan sesuai dengan masing-masing data, selanjutnya diupayakan analisisnya dengan menguraikan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Metode Observasi

Metode observasi yaitu usaha-usaha mengumpulkan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki (Moleong, 2009:335), yang digunakan adalah tehnik observasi partisipan dan berstruktur, yaitu dalam observasi ini seolah-olah observer turut berpartisipasi (Walgito, 2002:50) yaitu peneliti terjun langsung kelapangan dengan melihat langsung pada objek penelitian pada radio Gesma 96,7 FM, agar peneliti mendapatkan data yang valid.

b. Metode Wawancara (*interview*)

Wawancara yaitu percakapan atau tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab (Danim, 2002:130). Dalam hal ini wawancara dilakukan secara langsung/terbuka antara peneliti dengan objek peneliti, terutama yang berhubungan dengan aktivitas dakwah radio Gesma FM Kartosuro.

Pedoman wawancara yang peneliti gunakan adalah dengan wawancara tidak berstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan (Arikunto, 2002:202), sehingga hasil wawancara akan dirumuskan kembali oleh peneliti. Wawancara ini dilakukan pada informan yang dipilih yaitu pemilik radio, direktur, penyiar dan para staf radio serta tidak menutup kemungkinan pendengar radio Gesma 96,7 FM Kartasura.

### c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebagai laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri atas penjelasan dan pemikiran terhadap peristiwa itu, ditulis dengan sengaja untuk menyimpan atau merumuskan keterangan mengenai peristiwa tersebut (Surahmad, 1990:134). Metode dokumentasi penulis gunakan sebagai pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan cenderung pada data-data skunder (Usman, 1996:73). Dalam melaksanakan metode dokumentasi penulis menyelidiki benda-benda tertulis seperti dokumen, foto, buku-buku dan lain sebagainya yang terkait dengan penelitian ini. Maksud penggunaan metode dokumentasi adalah sebagai bukti penelitian, pencari data dan untuk keperluan analisis.

### d. Tehnik Analisis Data

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

Tujuan dari analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan (Arikunto, 2002: 131).

Proses analisi data dalam penelitian kualitatif kegiatannya pada dasarnya dilakukan secara bersamaan dengan proses pelaksanaan

pengumpulan data. Analisis dalam penelitian kualitatif terdiri dari tiga komponen pokok yaitu, reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasinya. Proses analisis dengan tiga komponen analisisnya tersebut saling menjalin dan dilakukan secara terus menerus di dalam proses pelaksanaan pengumpulan data, merupakan model jalinan (Sutopo, 2002: 94).

Dalam analisis data, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana melakukan penelitian, peneliti akan mencoba mendeskripsikan fakta dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa dan menginterpretasikannya sehingga penelitian ini bisa ditarik suatu benang merah dari strategi komunikasi dakwah dalam program acara *Nyantri On The Air* diradio Gesma 97,6 FM Kartasura.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini agar terbentuk suatu sistematika penulisan yang baik dan terarah, maka pembahasannya terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

**BAB I:** Pendahuluan yang di dalamnya mencakup ruang lingkup penulisan dari keseluruhan skripsi, meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II:** Bab ini terdiri atas tinjauan umum tentang strategi, komunikasi, dakwah, dan radio. Adapun tentang strategi, akan diuraikan mengenai pengertian strategi dan strategi dakwah. Sedangkan

dakwah akan diuraikan mengenai pengertian dakwah dan unsur-unsur dakwah. Kemudian radio meliputi, pengertian radio, keunggulan radio, program acara radio dan dakwah melalui radio.

**BAB III:** Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang gambaran umum radio Gesma 97,6 FM Kartosuro yang meliputi sejarah berdirinya, tujuan dan visi misi radio Gesma FM, segmentasi radio Gesma FM, program radio Gesma FM, program acara *Nyantri On The Air*, maksud dan tujuan, segmen pendengar, format siaran, rundown acara, dan strateginya.

**BAB IV:** Dalam bab ini berisi tentang analisis strategi dakwah dalam program acara *Nyantri On The Air* di radio Gesma 97,6 FM Kartosuro.

**BAB V:** Merupakan penutup, yang memuat tentang kesimpulan hasil penelitian, juga saran-saran dan penutup.

## BAB II

### STRATEGI, KOMUNIKASI, DAKWAH DAN RADIO

#### 2.1 Strategi

Kata “strategi” berasal dari kata kerja bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif (Arsyad, 2005: 25). Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan (Pimay, 2005: 50).

Menurut Arifin Anwar (1994: 59) sesungguhnya strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) dihadapi dan yang akan mungkin di masa depan, guna mencapai efektifitas.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2007: 32). Akan tetapi, untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana cara atau taktik operasionalnya.

Istilah strategi dulunya digunakan untuk kalangan militer dan diartikan sebagai seni dalam merancang operasi peperangan. Akan tetapi, sekarang ini istilah strategi digunakan dalam bidang keilmuan, seperti ilmu komunikasi, ilmu dakwah, ilmu bisnis dan lain sebagainya.

## 2.2 Dakwah

Islam sebagai agama dakwah, mewajibkan umatnya untuk melakukan internalisasi, transmisi, difusi, dan aktualisasi syari'at islam dengan berbagai metode dan media yang bersumber dari Al-Qur'an sebagai kitab dakwah dan sunnah Rosullulloh kepada *mad'u* (umat manusia) (Sambas, 2004: xiii).

Seperti firman Allah SWT dalam surat Ali Imran : 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (العمران : 104 )

Artinya :“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang berdakwah (menyeru) kepada menegakkan kebajikan, menyuruh berbuat yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (Amin, 2013:xxi).

Secara *harfiah* (etimologi) kata *dakwah* mengandung arti antara lain : ajakan, panggilan, seruan, permohonan do'a, pembelaan dan lain sebagainya (Pimay, 2005:13).

Sedangkan menurut M.Arifin dalam bukunya, dakwah adalah suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya suatu paksaan (Arifin, 1997: 76).

Dengan demikian dakwah juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu

proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja tetapi usaha untuk mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, dan *way of life* manusia sebagai sasaran dakwah kearah kualitas kehidupan yang lebih baik dan bagi seorang muslim dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya karena melekat erat dengan pengakuan diri sebagai penganut Islam (*muslim*) (Muriah, 2000: 7).

### 2.3 Unsur-unsur Dakwah

Unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah.

#### A. Da'i (Subjek Dakwah)

Setiap muslim adalah da'i atau juru dakwah, menjadi seorang muslim otomatis menjadi seorang juru dakwah. Kata *da'i* berasal dari bahasa Arab yang berarti orang yang mengajak. Sedangkan dalam istilah ilmu komunikasi da'i bisa juga diartikan komunikator.

Dalam pengertian yang khusus (pengertian islam), da'i adalah orang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung dengan kata-kata, perbuatan, atau tingkah laku kearah kondisi yang baik atau lebih baik menurut syariat al-Qur'an dan sunnah (Amin, 2009:68).

Secara garis besar juru dakwah atau da'i mengandung dua pengertian ;

- 1) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang berdakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah “*Ballighu ‘anni walaw ayat*”.
- 2) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus *mutakhashshish –spesialis* dalam bidang dakwah islam, dengan kesungguhan yang luar biasa dan dengan *qudwah hasanah* (Muriah, 2000: 27).

Seorang yang berprofesi sebagai da’i hendaklah memiliki kepribadian yang baik, karena seorang da’i adalah figur yang akan dicontoh tingkah laku dan perbuatannya. Maka sebab itu seorang da’i hendaklah menjadi *uswatun hasanah* bagi masyarakatnya.

#### B. Mad’u (Objek Dakwah)

*Mad’u* adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah yang senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural. Perubahan ini mengharuskan da’i untuk selalu memahami dan memperhatikan objek dakwah (Supena, 2007: 111). *Mad’u* terdiri dari berbagai golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan *mad’u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, profesi, ekonomi, dan seterusnya. Dengan realitas seperti itu, stratifikasi sasaran perlu dibuat dan disusun supaya kegiatan dakwah dapat berlangsung secara efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan. Penyusunan dan pembuatan

tersebut biar berdasarkan tingkat usia, pendidikan dan pengetahuan, tingkat sosial ekonomi dan pekerjaan, tempat tinggal dan sebagainya (Hafidhuddin, 1998: 97). Kesemua heterogenitas manusia penerima harus dicermati setiap da'i agar ia tidak salah dalam memilih pendekatan, metode, teknik serta media dakwah (Aziz, 2004: 94).

Dalam istilah ilmu komunikasi, mad'u disebut juga komunikan dakwah. Menurut Syaikh Muhammad Abduh, umat yang dihadapi seorang da'i dapat dibagi atas tiga golongan menurut akal pikirannya, yaitu :

- 1) Ada golongan *cerdik-cendekiawan* yang cinta kebenaran, berpikir kritis, dan cepat tanggap. Mereka ini harus dihadapi dengan *hikmah*, yakni dengan alasan-alasan, dalil dan hujjah yang dapat diterima oleh kekuatan akal mereka.
- 2) Ada golongan *awam*, orang yang kebanyakan belum berpikir kritis dan mendalam, belum dapat menanggapi pengertian tinggi-tinggi. Mereka ini dipanggil dengan *mau'idzatul hasanah*, dengan ajaran dan didikan, yang baik-baik, dengan ajaran yang mudah dipahami.
- 3) Ada golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut. Mereka ini dipanggil dengan *mujadalah billati hiya ahsan*, yakni dengan bertukar pikiran, guna mendorong supaya berpikir secara sehat (Romli, 2003: 7).

Dari sekian perbedaan, ada satu hal dapat digaris bawahi, yaitu mereka memiliki kemampuan berpikir yang diistilahkan sebagai konsep *need for cognition* (Cacioppo dan Petty, 1982); dan berperasaan yang diistilahkan sebagai konsep *need for affect* (Joan L. Giese, 2004). *Need for cognition* merupakan kesenangan seseorang untuk berpikir mendalam, dan ada pula berpikir secara dangkal (kurang senang berpikir mendalam). Sementara konsep *need for affect* suatu kondisi dimana seseorang merasakan bahagia dan senang terhadap suatu kondisi sehingga ada pesan-pesan yang disenangi karena dipandang olehnya lebih menyentuh (Ma'arif, 2010: 42).

### C. Materi Dakwah

Dalam istilah komunikasi, materi dakwah atau (*maddah ad-Da'wah*) disebut dengan istilah *message* (pesan). Materi dakwah adalah isi dari pesan-pesan dakwah islam. Pesan yang disampaikan hendaknya dikemas ataupun disampaikan secara menarik, dan tentunya dengan mempertimbangkan keadaan mad'u (Munir, 2009: 14). Dalam menyajikan materi dakwah, Al-Qur'an terlebih dahulu meletakkan suatu prinsip bahwa manusia yang dihadapinya (*mad'u*) adalah makhluk yang terdiri dari unsur jasmani, akal, dan jiwa, sehingga dengan demikian dia harus dipandang, dihadapi, dan diperlakukan dengan keseluruhan unsur-unsurnya secara serentak dan simultan, baik dari segi materi maupun penyajiannya (Aziz, 2004: 107).

Gaya bahasa menjadi daya tarik tersendiri bagi da'i untuk meyakinkan para mad'u untuk menyimak pesan-pesan yang disampaikan. Suatu kesalahan jika kaum muslim menggunakan bahasa yang kasar dan tidak sopan, penalaran bengkok, serta penggunaan kekuatan. Perlu bahasa yang jelas dan terang agar orang dapat menyimak dengan baik, dan itu yang akan memengaruhi audiens (Qadli, 2003: 211).

Sedangkan menurut Ali Aziz (2004: 109- 129) materi dakwah secara global dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, yaitu:

- 1) Masalah Akidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Dari akidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Selain tentang tauhid, materi tentang akidah Islamiah terkait dengan ajaran tentang adanya Allah, malaikat, kitab suci, para rasul, hari akhir, dan qadar baik dan buruk. Dengan demikian ajaran pokok dalam akidah mencakup enam elemen yang biasa disebut dengan rukun Iman.

- 2) Masalah Syari'ah

Syari'at adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri (Amin, 2009: 90).

Syaria'at berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syari'at Islam sangatlah luas dan luwes (*fleksibel*). Akan tetapi, tidak berarti Islam lalu menerima setiap pembaruan yang ada tanpa ada filter sebaliknya. Syari'ah dibagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan tuhan. Dalam hal ini yang berkaitan dengan ibadah adalah adanya rukun Islam. Sedangkan muamalah adalah ketetapan Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia seperti warisan, hokum, keluarga, jual beli, dan lain-lain.

### 3) Masalah akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya. Maka Islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan. Materi akhlak meliputi :

- a) Akhlak kepada Allah. Akhlak ini akan bertolak pada pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah. Contohnya adalah mengucap syukur ketika mendapat rizki.

- b) Akhlak terhadap manusia. Akhlak berbuat baik kepada sesama contohnya adalah menjenguk tetangga atau saudara yang sedang sakit, memberi sedekah kepada fakir miskin.
- c) Akhlak terhadap lingkungan, lingkungan disini adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia, baik binatang, tumbuhan maupun benda-benda yang bernyawa contohnya adalah tidak membunuh binatang sembarangan, menyirami tanaman atau bunga yang sudah kita tanam (Shihab, 2000: 261- 272).

Pada dasarnya materi dakwah dapat disesuaikan ketika seorang da'i menyampaikan dakwahnya kepada mad'u. Pokok-pokok materi dakwah yang disampaikan, juga harus melihat situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima dakwah. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah yang berisi materi dakwah tersebut diterima baik oleh penerima dakwah dan pada akhirnya materi dakwah yang disampaikan tersebut, dapat diamalkan dan dipraktikan oleh penerima dakwah dalam kehidupan sehari-hari.

#### D. Media Dakwah

Komunikasi dakwah dapat berlangsung dengan media atau tanpa media. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan media sebagai saluran penyampaian ajaran Islam dalam komunikasi dakwah merupakan suatu keniscayaan karena cepat atau

lambat masyarakat akan dipengaruhi oleh media komunikasi. Komunikasi dakwah yang berlangsung dengan media perlu mempertimbangkan berbagai aspek yang terkait dengan tatanannya. Bila tidak, akan mengalami kegagalan.

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (*indirect communication*), dan sebagai konsekuensinya arus balikan tidak terjadi saat komunikasi dilancarkan. Untuk itu, komunikasi bermedia bersifat satu arah sehingga komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat dia berkomunikasi (Ilaihi, 2010: 104).

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah perlatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Bachtiar, 1997: 35).

Begitu banyak media yang digunakan untuk mendukung jalannya dakwah. Adapun macam- macam media dakwah menurut kelompoknya adalah

### 1) Media Cetak

Media cetak (*printed publications*) adalah media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak merupakan media yang sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana. Adapun yang termasuk dalam media cetak antara lain buku, surat kabar, majalah, bulletin, brosur, dan lain-lain (Amin, 2009: 122-123).

### 2) Media Visual

Media visual yang dimaksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan. Perangkat media visual yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah adalah film slide, transparansi, overhead proyektor OHP, gambar, foto, dan lain sebagainya (Amin, 2009: 116).

### 3) Media Audio

Media audio dalam dakwah adalah alat-alat yang dapat dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran (Amin, 2009: 118). Media audio sudah bisa digunakan orang untuk berbagai kegiatan secara efektif. Media audio ini cukup tinggi efektivitasnya dalam penyebaran informasi, terlebih lagi untuk media audio yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dua arah, seperti telepon atau *handphone*. Dengan media audio komunikasi dapat berlangsung

tanpabatas jarak. Perangkat media audio yang lainnya seperti radio, tape recorder, dan lain sebagainya.

#### 4) Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar visual dan suara audio secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi (Amin, 2009: 120). Dengan demikian, sudah tentu media ini lebih sempurna jika dibandingkan dengan media audio atau dengan media visual saja. Dengan media ini kekurangan yang ada di media audio dan visual saja bisa teratasi. Adapun yang termasuk dalam media audio visual adalah televisi, film atau sinetron, video dan lain sebagainya.

#### 5) Media Internet

Internet adalah media dan sumber informasi yang paling canggih saat ini sebab teknologi ini menawarkan berbagai kemudahan, kecepatan, ketepatan akses, dan kemampuan menyediakan berbagai kebutuhan informasi setiap orang, kapan saja, dimana saja, dan pada tingkat apa saja (Ma'arif, 2010: 172). Berbagai informasi dapat diperoleh dari internet, hamper semua bidang tugas manusia, apapun jenisnya, dapat dicari melalui internet. Untuk kebutuhan belajar bagi setiap individu, internet tidak hanya menyediakan fasilitas penelusuran informasi, tetapi juga komunikasi, termasuk komunikasi dakwah. Menurut Najib,

mengutip Steven Walman pendiri BeliefNet (dalam <http://www.hudzaiifah.or/PNphpBB2-viewtopic-t-247.phtml>), internet bisa menjadi media alternative ketika seseorang sangat disibukkan dengan aktifitas kesehariaannya sehingga tidak dapat mengikuti acara keagamaan yang memerlukan kehadiran fisik.

Oleh sebab itu, internet pun dinilai sangat efektif dan potensial sebagai media komunikasi dakwah dengan berbagai alasan. *Pertama*, mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energy yang relative terjangkau. *Kedua*, pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berari pengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah. *Ketiga*, para pakar dan ulama yang berada dibalik media dakwah melalui internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hokum syar'i. *Keempat*, dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Merekabebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari. *Kelima*, cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet bisa menjangkau segmen yang lebih luas. Sejatinya, tidak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui internet. Umat islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis Islami, silaturahmi dan lain-lain (<http://ilpi.multiply.com/journal/item/7>).

Penggunaan salah satu diantara semua jenis media yang tersedia itu untuk kepentingan dakwah sangat tergantung kepada kemampuan para da'i atau mubaligh dengan memperhatikan juga kebutuhan atau kemampuan khalayak menerima dalam mencerna pesan-pesan dakwah yang akan disampaikan. Jadi pemilihan dan pemilikan atas jenis media dakwah oleh da'i atau mubaligh didasarkan pada kemampuannya serta kebutuhan dan kepentingan serta lokasi publik atau penerima mad'u yang dijadikan sasaran dakwah apalagi setiap media memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing.

#### E. Metode Dakwah

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

Secara etimologi, metode berasal dari bahasa Yunani *metodos* yang artinya cara atau jalan. Jadi, metode dakwah adalah jalan atau cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien (Amin, 2009: 96). Sedangkan menurut Toto Tasmara (1997: 43), metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan

oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.

Landasan umum mengenai metode dakwah adalah Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ  
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

*“serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu, dengan hikmah dari nasehat-nasehat yang baik dan bertukar pikiranlah (diskusi) dengan cara yang lebih baik”* (Amin, 2013: 26)

Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat tersebut adalah

#### 1) Bi Al-Hikmah

Kata *hikmah* sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak obyek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan, atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik maupun rasa tertekan (Muriah, 2000: 39).

Dalam bahasa Indonesia, kata *hikmah* lazim diterjemahkan dengan istilah “*kebijaksanaan*”. Seseorang yang bijaksana tidak hanya dilihat dari sisi luasnya ilmu pengetahuan atau kemampuan bicara serta kemampuan memilih pokok pembicaraan yang sesuai dengan tingkat kecerdasan lawan bicaranya, tetapi juga dilihat dari sisi perilakunya dalam hidup

bermasyarakat. Karena itu, kata *hikmah* mengandung pengertian lebih luas dari pada sekedar ilmu pengetahuan (Pimay, 2005:59).

Dengan demikian dapat diketahui bahwa hikmah mengajak manusia menuju jalan Allah tidak terbatas pada perkataan lembut, memberi, semangat, sabar, ramah, dan lapang dada, tetapi juga tidak melakukan sesuatu melebihi ukurannya. Dengan kata lain yang harus menempatkan sesuatu pada tempatnya (Muriah, 2000: 43). Al-Hikmah merupakan kemampuan da'i dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam serta realitas yang ada dengan argument yang logis dan bahasa yang komunikatif (Munir, 2009: 10). Oleh karena itu, al-hikmah sebagai sebuah sistem yang menyatukan antara kemampuan teoritis dan praktis dalam berdakwah.

## 2) *Mau'izhah Hasanah*

*Mau'izhah hasanah* maksudnya adalah memberikan nasehat pada orang lain dengan cara yang baik berupa petunjuk-petunjuk kearah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati, agar nasehat tersebut dapat diterima, berkenan dihati, enak didengar, menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak boleh mencaci/ menyebut kesalahan audience sehingga pihak obyek dakwah hati dan atas

kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subyek dakwah (Muriah, 2000: 43).

Secara garis besar, bahwa *mau'izhah hasanah*, adalah ucapan yang berisi nasehat-nasehat baik dan bermanfaat bagi orang yang mendengarkannya, atau argument-argument yang memuaskan sehingga pihak audiensi dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh subjek dakwah (Yakub, 1997: 21).

Metode *mau'izhah hasanah* sering dijumpai dalam acara-acara keislaman, seperti halnya halal bihalal, pernikahan, dan lain sebagainya. Yang memungkinkan acara tersebut dihadiri obyek dakwah dari berbagai kalangan, dari yang kaya sampai miskin, dari yang pintar sampai yang tidak tahu. Dengan demikian subyek dakwah harus mampu menyesuaikan dan mengarahkan pesan dakwahnya sesuai dengat setrata obyek dakwahnya, agar tujuan dakwah untuk mengaktualisasikan nilai-nilai ajaran Islam bisa diterima dengan lapang dada dan tanpa paksaan, sehingga bisa tercipta umat yang *amal ma'ruf nahimunkar*

### 3) *Mujadalah*

*Mujadalah* adalah berdiskusi dengan cara yang baik dari cara-cara berdiskusi yang ada (Muriah, 2000: 21). Kata "*mujadalah*" lazimnya diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia dengan "perbantahan" atau "perdebatan". Kata debat itu sendiri

berasal dari bahasa Inggris “*debate*” yang mempunyai pengertian “*to talk about reasons for and against (something) – considers-discuss*” atau “*to argue about (a question or topic) in a public meeting*” (Pimay, 2005: 66). Pengertian manapun yang dipakai, *mujadalah* itu mengandung arti saling, dan kemampuan kedua belah pihak untuk mengemukakan pendapat, alasan-alasan tentang topik atau sebuah pertanyaan menurut pandangan mereka masing-masing.

Dari pengertian di atas dapatlah disimpulkan bahwa, al-Mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Antara satu dengan lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang kepada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut (Munir, 2009:19).

#### F. Efek Dakwah

Efek dakwah adalah akibat dari pelaksanaan proses dakwah yang terjadi pada objek dakwah. Efek tersebut bisa berupa efek positif dan efek negatif. Efek positif maupun efek negatif dari proses dakwah pada dasarnya sangat berkaitan dengan unsur-unsur dakwah lainnya (Bachtiar, 1997: 36). Menurut Anwar Arifin (1994: 40), efek bukan

hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikan) terhadap pesan yang dilontarkan komunikator, namun lebih merupakan paduan sejumlah “kekuatan” yang bekerja dalam masyarakat, dimana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan-pesan yang dilontarkan. Jadi efek dakwah adalah penentu berhasil tidaknya proses dakwah tersebut.

1) Dampak afektif

Adalah dampak pesan yang disampaikan komunikator yang ditujukan bukan hanya sekedar agar komunikan tahu, tetapi juga untuk meggerakkan hatinya serta untuk menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

2) Dampak kognitif

Adalah dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau mengingat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan.

3) Dampak behavioral

Adalah dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan (Effendy, 1993: 7)

## 2.4 Strategi Dakwah

Strategi bisa dipahami sebagai segala cara atau daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Dengan demikian, strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik, atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005: 50).

Selanjutnya, strategi dakwah Islam sebaiknya dirancang untuk lebih memberikan tekanan pada usaha-usaha pemberdayaan umat, baik pemberdayaan ekonomi, politik, budaya, maupun pendidikan. Karena itu, menurut Asmuni Syukir, strategi yang perlu dirumuskan dalam berdakwah perlu memperhatikan asas-asas sebagai berikut. *Pertama*, asas filosofi, yaitu asas yang membicarakan tentang hal-hal yang erat hubungannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah. *Kedua*, asas psikologi, yaitu asas 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. *Ketiga*, asas sosiologi, yaitu asas 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). *Keempat*, Asas kemampuan dan keahlian (*achievement and profesional*), yaitu asas yang lebih menekankan pada kemampuan dan profesionalisme subjek dakwah dalam menjalankan misinya. Latar belakang subjek dakwah akan dijadikan ukuran kepercayaan *mad'u*. *Kelima*, asas *efektifitas* dan *efisiensi*, yaitu asas yang menekankan usaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan sebelumnya (Syukir, 1983: 32-33).

Karena itu, dakwah masa depan perlu mengagendakan beberapa hal antara lain: *Pertama*, mendasarkan proses dakwah pada pemihakan terhadap kepentingan masyarakat. *Kedua*, mengintensifkan dialog dan menjaga ketertiban masyarakat, guna membangun kesadaran kritis untuk memperbaiki keadaan. *Ketiga*, memfasilitasi masyarakat agar mampu memecahkan masalahnya sendiri serta mampu melakukan transformasi sosial yang mereka kehendaki. *Keempat*, menjadikan dakwah sebagai media pendidikan dan pengembangan potensi masyarakat, sehingga masyarakat akan terbebas dari kejahilan dan kedhaifan (Pimay, 2005: 55).

## 2.5 Radio

Radio tertulis dalam kamus besar bahasa indonesia siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara baik itu siaran berita, lagu ataupun *spoken words* (Departemen P dan K, 1989: 719). Sedangkan radio

menurut *James Maxwella* adalah : “Radio adalah suatu gerakan magnetic yang dapat mengurangi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik” (Effendy, 1991: 21).

Media radio termasuk pada media elektronik yang sifatnya khas sebagai audio (didengar) oleh karena itu ketika pendengar menerima pesan-pesan dari pesawat radio siaran, pendengar berada dalam tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan (Ardianto, 2005: 40).

Salah satu komponen penting pada stasiun pemancar radio adalah antene pemancar dan saluran transmisinya. Saluran transmisi (*transmission line*) adalah sarana untuk menghantarkan tenaga listrik yang berasal dari sumber (pesawat pemancar) ke beban (antene pemancar), dimana letak beban berjauhan. Selain untuk menghubungkan antara pemancar dan antene, saluran transmisi juga dipergunakan untuk saluran ukur dalam pengukuran VHF/UHF dan sebagai trafo penjodoh (*matching transformer*). Saluran transmisi disebut juga saluran pancar atau saluran pengumpan (*feederline*) (Sartono, 2008: 127).

Selain itu, radio juga harus mempunyai format siaran atau progam. Format siaran adalah rangkaian penyelenggaraan penyiaran yang teratur dan menggambarkan interaksi berbagai elemen didalamnya, seperti tata nilai, institusi, individu, *broadcaster*, dan program siaran (Masduki, 2007 :5)

Format siaran acara diradio banyak macamnya, masing-masing lengkap dengan visi misi dan target pendengar, format isi siaran, gaya siaran dan bahasa siaran serta durasinya. Umumnya acara radio terdiri dari acara pemutaran lagu (*music programin*), obrolan atau bincang-bincang (*talk show*) dan program berita (*news program*)(Romli, 2009 :102).

Dalam rangka memproduksi siaran yang hendak disampaikan, maka sangat perlu memperhatikan beberapa sifat radio, karena dalam suatu menyiarkan acara sebaiknya kita harus mengetahui bagaimana kondisi atau status masyarakat yang menjadi pendengar kita, karena dengan mengetahui hal tersebut kita akan lebih mudah untuk menyesuaikan apa yang mereka butuhkan.

### **2.5.1 Keunggulan Radio**

Walaupun dibandingkan media cetak dan televisi, radio dianggap sebagai anak kecil, namun menjelang dan sesudah reformasi, radio menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat yang sadar akan informasi. Kesadaran yang muncul dikalangan pengelola (*owner*) dan praktisi ( *broadcaster* ) bahwa radio merupakan media informasi yang strategis. Sehingga banyak radio berlomba-lomba menyuguhkan informasi baik dengan progam maupun pengemasannya.

Seperti media yang lainnya, radio juga mempunyai kelebihan sendiri. Kelebihan radio adalah sebagai berikut

a. Cepat dan langsung

Saran tercepat, lebih cepat dari koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV atau sajian media cetak. Hanya melalui telepon, reporter radio bisa langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.

b. Akrab

Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Anda jarang sekali duduk dalam satu grup mendengarkan radio, tetapi biasanya mendengarkannya sendirian, seperti di mobil, di dapur, di kamar tidur dan sebagainya.

c. Personal

Jadi teman karena bisa menyentuh pribadi pendengar. Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pembicaraanya langsung menyentuh aspek pribadi (*interpersonal communications*), dengan pendekatan pribadi (*personal approachs*), sehingga radio menjadi teman pribadi yang setia.

d. Hangat

Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.

e. Sederhana

Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.

f. Tanpa batas

*Wide coverage*, jangkauan siarannya luas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (suku, agama, ras, antargolongan), dan kelas sosial. Radio juga *illiteracy*, dapat dinikmati oleh orang yang buta huruf. Hanya “tunarungu” yang tidak mampu mengonsumsi atau menikmati radio.

g. Murah

Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut biaya sepeserpun untuk mendengarkan radio. Orang bisa mendengarkan aneka musik, hiburan, dan informasi, tanpa harus membayar alias gratis.

h. Bisa mengulang

Radio memiliki kesementaraan alami (*transient nature*) sehingga mengulang kemampuan informasi yang sudah disampaikan secara cepat.

i. Fleksibel

Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktifitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku. Tampil sebagai teman pribadi

di rumah, di meja belajar, di perjalanan, atau teman minum kopi saat pagi, sore, atau malam hari. Selain itu, pesawat radio pun *mobile* atau *portable*, mudah dibawa kemana saja (Romli, 2009: 19-20).

### 2.5.2 Program Acara

Umumnya program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (music program), obrolan atau bincang-bincang (talkshow), dan program berita (news program) (Romli, 2009: 28).

- a. *Music Program*. Program yang menyiarkan musik untuk menghibur pendengar. Biasanya dibuat format sesuai jenis musiknya dan jarang sekali dicampur untuk berbagai jenis musik. Misalnya siaran khusus untuk musik keroncong, pop, jass, dangdut, campursari, barat, Indonesia dan sebagainya.
- b. *Talkshow*. Dialog interaktif atau wawancara langsung (*live interview*) di studio dengan narasumber, atau melalui telepon. Dalam ini telah dikembangkan menjadi program diskusi interaktif yang melibatkan narasumber dan peserta baik yang ada di dalam studio maupun pemirsa di rumah.
- c. *News Program*. Program News terdiri dari: Buletin (Paket berita) – Berisi rangkaian berita-berita terkini (*copy, straight news*) –bidang ekonomi, politik, sosial, olahraga, dan sebagainya; lokal, regional, nasional, ataupun internasional. Durasi 30 menit atau lebih. Durasi bisa lebih lama jika diselengi lagu dan “basa-basi” siaran seperti biasa.

*News Insert* – insert berita. Berisi informasi aktual berupa *Straight News* atau *Voicer*. Durasi 2 – 5 menit tergantung panjang-pendek dan banyak-tidaknya berita yang disajikan. Biasanya disajikan setiap jam tertentu. Bisa berupa *breaking news*, disampaikan penyiar secara khusus di sela-sela siaran non-berita (Sartono, 2008: 165-166).

## 2.6 Radio Sebagai Media Dakwah

Dakwah dapat dimengerti sebagai sebuah kegiatan untuk mengajak orang ke jalan Tuhan. Sedangkan media dakwah dapat diartikan alat bantu dakwah. Alat bantu memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan (Herdiawan, 2008: 13).

Keberadaan media dakwah sangat urgen sekali, karena dengan adanya media, dakwah akan lebih mudah diterima oleh komunikan (mad'u).

Dalam kamus, *telekomunikasi media* adalah sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan apabila komunikan jauh tempatnya, banyaknya atau keduanya (Syahdar, 1992: 22).

Pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah memungkinkan komunikasi antara da'i dan mad'u (sasaran) dakwahnya lebih dekat. Oleh karena itu, eksistensi media sebetulnya sangat penting dan menentukan keberhasilan dakwah berapapun tingkatnya (Ghazali, 1997: 12).

Salah satu media yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah adalah radio. Hampir seluruh radio siaran yang menyelenggarakan siaran di Indonesia menyajikan informasi, edukasi, dan hiburan. Bahkan ada yang

menggabungkan cara penyajiannya, dan siaran keagamaan termasuk dalam fungsi edukasi.

Dakwah melalui radio cukup efektif karena besarnya jumlah pendengar dengan latar belakang yang berbeda. Baik acaranya bersifat dialogis (berbincang-bincang) maupun bersifat monologis (seorang da'i sendirian tampil dicorong radio) akan tetap banyak peminatnya. Selain itu, da'i harus menguasai media dakwah yang digunakannya, agar lebih maksimal untuk penyampaian pesan kepada mad'u.

Sebagai media komunikasi, radio siaran dapat dikatakan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kepada pendengar. Hal ini karena :

1. Memiliki Daya Langsung

Pesan dakwah dapat disampaikan secara langsung kepada khalayak. Proses penyampaiannya tidak begitu kompleks. Dari ruangan siaran di studio melalui saluran modulasi diteruskan ke pemancar lalu sampai ke pesawat penerima radio. Pesan dakwah langsung diterima dimana saja, di kantor, kamar, sawah, dalam mobil, dan lain-lain. Media radio dapat pula langsung menyiarkan suatu peristiwa, langsung dari tempat kejadian (*on the spot reporting*). Dewasa ini teknik penyiaran radio semakin maju. Komunikasi langsung antara khalayak dan da'i yang berdakwah diradio dapat dilakukan melalui *sistem in program*. Pendengar menelepon langsung da'i yang sedang mengudara menanggapi atau menanyakan sesuatu kepada da'i dan didengar oleh seluruh pendengar "dialog di udara".

Pada era sekarang, dakwah dengan menggunakan media radio cukup efektif, mengingat kesibukan masyarakat sekarang sangat padat, maka dakwah melalui radio yang memiliki daya langsung akan menjadikan pesan-pesan dakwah dapat lebih efektif dan bisa diterima serta dimonitori oleh pendengar secara luas.

## 2. Memiliki Daya Tembus

Siaran radio menjangkau wilayah yang luas. Semakin kuat pemancarnya semakin jauh jaraknya. Pemancar yang bergelombang pendek (*short wave*) dengan kekuatan 500-1000 KW dengan arah antena tertentu dapat menjangkau seluruh dunia. Daya tembus radio bisa menjangkau kawasan yang luas, demikian pula jika informasi dakwah disampaikan melalui radio maka pesan-pesan dakwah dapat memiliki daya tembus yang lebih luas jangkauannya.

## 3. Memiliki Daya Tarik

Daya tarik media radio siaran ialah terpadunya suara manusia, suara musik, dan bunyi tiruan (*sound effect*) sehingga mampu mengembangkan daya reka pendengarnya. Sebuah sandiwara radio yang dikemas secara baik akan mampu menarik pendengarnya. Berdakwah dengan menggunakan paket produksi sandiwara radio cukup efektif. Banyak sandiwara radio berisikan dakwah, antara dalam tahun 1950-an ialah sandiwara radio yang berjudul “Sinar Memancar dari Jabal Nur” karya almarhum penyair Bahrum Rangkuti (Amin,

### BAB III

#### GAMBARAN UMUM RADIO GESMA 97,6 FM KARTASURA DAN PROGRAM ACARA NYANTRI ON THE AIR

##### 3.1 Gambaran Umum Radio Gesma 97,6 Fm Kartasura

Objek penelitian yang penulis teliti adalah Radio GESMA 97,6 FM Kartasura. Berikut ini adalah beberapa data yang diperoleh dari lapangan.

PT. Radio Gema Suara Makmur berbasis di Kabupaten Sukoharjo, yang merupakan kawasan eks-Karesidenan Surakarta yang dikenal sebagai Soloraya. PT. Radio Gema Suara Makmur lahir dari kepedulian untuk menyediakan saluran informasi edukatif yang toleran, santun dan kreatif bagi masyarakat Sukoharjo dan sekitarnya. Waktu itu masyarakat Indonesia dan termasuk Sukoharjo sedang mulai bangkit dari krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 dengan berbagai implikasinya. Di masyarakat sedang terjadi kelesuan usaha, pengangguran tinggi, dan dinamika sosial kemasyarakatan dan sosial keagamaan yang menguras energi. **Dalam situasi pemulihan itu Kabupaten Sukoharjo menetapkan visinya “Terwujudnya masyarakat Sukoharjo yang sejahtera, maju, dan bermartabat didukung pemerintahan yang profesional.”**

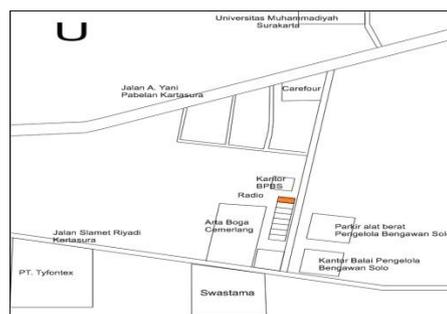
Sejalan dengan itu, maka para pendiri PT. Radio Gema Suara Makmur berusaha untuk memadukan sumber dayanya agar dapat ikut berpartisipasi dalam upaya Pemerintah melalui bidang penyiaran radio untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan

kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera.

Usaha itu dapat diawali dengan berdirinya PT. Radio Gema Suara Makmur yang dicatatkan pada Notaris Ny. Masruro, SH pada tanggal 4 Nopember 2000. Akta pendirian PT. Radio Gema Suara Makmur mendapatkan pengesahan dari Departemen Kehakiman & HAM dengan Nomor C-24. 513 HT.01.01 TH.2000, tertanggal 23 Nopember 2000. Dan pada tahun 2007 PT. Radio Gema Suara Makmur mendapatkan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari Menteri Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia di Jakarta 02 Agustus 2007 dengan Nomor: 355 /KEP/M.KOMINFO/08/2007.

PT. Gema Suara Makmur/GSM FM yang kemudian diakronimkan menjadi Gesma FM, di Kabupaten Sukoharjo dapat dijangkau dengan mudah karena hanya berjarak sekitar 250 meter dari di jalur besar Solo – Semarang (Jalan Ahmad Yani), dan sekitar 100 meter dari jalur Kartasura – Sukoharjo (Jalan Slamet Riyadi Kartasura). PT. Radio Gema Suara Makmur berada di ruas Jalan Proyek Bengawan Solo yang menghubungkan kedua ruas jalan yang dilalui jalur besar tersebut.

Denah lokasi Radio Gesma 97,6 FM Kartosuro.



(Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

### **3.1.1 Visi dan Misi Radio GesmaFM**

Tujuan dan maksud dari radio Gesma FM adalah Memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri masyarakat yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera.

Visi dari Radio Gesma FM adalah Sebagai saluran informasi edukatif yang toleran, santun dan kreatif. Visi ini dipilih dengan tujuan untuk memadukan sumber daya radio Gesma FM agar dapat ikut berpartisipasi dalam upaya Pemerintah melalui bidang penyiaran radio.

Sedangkan misi dari Radio Gesma FM itu sendiri adalah

*1. Mewujudkan Visi dari segi program*

- a. Memberdayakan dan mencerahkan pendengar.
- b. Menyediakan hiburan, informasi dan gaya hidup yang positif.
- c. Menyajikan program kreatif.
- d. Memberikan solusi kepada mitra usaha.

*2. Mewujudkan Visi dari segi teknis*

- a. Siaran radio melalui perangkat Radio FM yang ditingkatkan mutunya secara berkelanjutan untuk kepuasan pendengar.

- b. Interaksi dengan pendengar melalui pesawat telepon tetap, telepon seluler, e-mail, layanan pesan pendek (SMS), *twitter*, *facebook*, dan media sosial lainnya yang relevan.
  - c. Dukungan penyiaran melalui *online streaming* berbasis web.
3. *Mewujudkan Visi dari segi manajemen*
- a. Membuat keputusan manajemen dengan memperhatikan masukan dari pendengar, pemasang iklan, narasumber, dan *stakeholder* lainnya.
  - b. Menerapkan modus perbaikan proses pengelolaan secara berkelanjutan.
4. *Berdasarkan latar belakang*
- a. Melaksanakan fungsi sebagai LPS radio yang mampu menjembatani kepentingan antarkelompok masyarakat.
  - b. Mengkenalkan muatan pembangunan perdamaian melalui *tagline* “kreatif, gaul dan santun”. (Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

### **3.1.2 Standart Operating Procedures (SOP) Radio GESMA FM**

Dalam sebuah radio ada mekanisme pengudaraan siaran baik berupa rekaman maupun langsung (*live*) yang disebut *Standar Operating Procedures* (SOP) sebagai ketentuan apabila seseorang yang terlihat dalam mekanisme dan siaran tersebut tidak mengikuti SOP yang ada, maka dapat

mengganggu kinerja selanjutnya. Ada dua bentuk dalam SOP, yaitu ; SOP penyiaran dan SOP pengudaraan.

1. Bentuk SOP Penyiaran dalam Radio Gesma 97,6 FM Kartasura.

- a) Radio : GSM/ Gema Suara Makmur/GESMA
- b) Frekwensi : 97, 6 MHz
- c) Slogan : kreatif, gaul, dan santun
- d) Alamat : Jl. Proyek Bengawan Solo, Pabelan,  
Kartasura, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah  
57162
- e) No. Telp/ sms : 081 327 276 976 / (0271) 7894336
- f) Facebook : GESMA FM
- g) Streaming : [www.gesmafm.com](http://www.gesmafm.com)

2. Bentuk SOP Pengudaraan dalam Radio Gesma 97,6 FM Kartasura.

- a. Opening
  - 1) Salam (wajib)
  - 2) Menyebutkan Call Frekwensi (wajib)
  - 3) Menyebutkan Call Station (wajib)
  - 4) Slogan (wajib)
  - 5) Alamat Studio (wajib)
  - 6) Nama Penyiar (wajib)
  - 7) Acara (wajib)
  - 8) Durasi Acara

b. Siaran

- 1) Menggunakan bahasa yang sopan
- 2) Komen dalam bentuk motivasi atau himbauan
- 3) Pembacaan pesan singkat masuk harus selektif
- 4) Format siaran : dialog interaktif, lagu-lagu dan berita
- 5) Memutar satu ILM dan satu Hikmah dibalik cerita

c. Closing

- 1) Permintaan maaf (pesan yang belum terbaca, telephone yang tidak terangkat, lagu yang belum terputar)
- 2) Penyampaian keyword
- 3) Kata bijak
- 4) Salam
- 5) Kata pamit

d. Lain-lain

- 1) Penyiar datang 10 menit sebelum On Air
- 2) Apabila ada halangan harap konfirmasi pada coordinator penyiar 30 menit sebelum siaran (wawancara dengan manajer radio Gesma 97,6 FM Karatasura).

### 3.1.3 Segmentasi Radio GESMA FM

Secara geografis, Sukoharjo berlokasi di antara Bagian Ujung Timur  $110.57^{\circ}$  LS, Bagian Ujung Sebelah Barat  $110^{\circ} 42'$  LS, Bagian Ujung Sebelah Utara  $7.32^{\circ}$  BT, Bagian Ujung Sebelah Utara  $7.49^{\circ}$   $32.00^{\circ}$  BT. Luasnya mencapai 46,666 Km<sup>2</sup>, atau 1,43% luas wilayah Propinsi

Jawa Tengah. Kabupaten Sukoharjo memiliki batas-batas wilayah administrasi sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kota Surakarta dan Kabupaten Karanganyar
- b. Sebelah Selatan : Kabupaten Gunung Kidul (DIY) dan Kabupaten Wonogiri
- c. Sebelah Timur : Kabupaten Karanganyar
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Klaten

Dari segi pendidikan, maka di Sukoharjo terdapat tiga kampus besar yang berlokasi di Sukoharjo, yaitu Universitas Veteran Bangun Nusantara (Univet), Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta. Juga terdapat beberapa kampus seperti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi sebanyak 3 buah, beberapa akademi dan puluhan lembaga pendidikan keterampilan. Sentra-sentra pengembangan itu mendorong dinamika masyarakat Sukoharjo dari segi arus informasi dan arus manusia.

Dari jumlah penduduk Sukoharjo sebanyak 851.157 jiwa total penduduk terdapat:

- a. Tenaga kerja muda (kerja berumur 15-24 tahun) 15,77%;
- b. Tenaga kerja dewasa (berumur 25-59 tahun) 49,39%; dan
- c. Tenaga kerja usia lanjut (60 tahun ke atas) 10,56%.

Terkait pengangguran di Sukoharjo pada tahun 2010:

- a. Jumlah penganggur sebanyak 32.000 orang (3,76%);
- b. Jumlah setengah menganggur 80.488 orang (9,46%); dan
- c. Proporsi terbesar penganggur adalah tamatan SMTA yang mencapai 14.300 orang (44,69%).

Dari segi budaya, masyarakat Sukoharjo adalah masyarakat bertradisi Jawa, sebagian kecil pendatang dari daerah budaya lainnya seperti Tionghoa, Maluku, Madura, Sunda, Minangkabau, Medan, Banjarmasin, Pakistan, Arab, dan sebagainya.

Secara sosial keagamaan dan pergerakan ideologis masyarakat Sukoharjo adalah yang paling dinamis dan menyita perhatian khusus dibandingkan daerah-daerah lainnya di Indonesia. Selain enam agama yang diakui oleh Pemerintah, di kabupaten ini terdapat banyak aliran kepercayaan. Sebagian besar kelompok keagamaan memiliki keterkaitan kuat dengan budaya Jawa, dan sebagian kecil menjaga jarak dari idiom-idiom budaya Jawa.

Segmen pendengar berdasar SES adalah semua strata (A-D) dengan usia semua umur, berpendidikan bawah-tinggi, dengan latar belakang kultur yang berbeda-beda. Porsi siaran juga memperhatikan pendengar dari kalangan usia 15-39 tahun, mengingat jumlahnya mayoritas, dimana yang berusia 15-20 tahun ada 25%, yang berusia 20-29 tahun mencapai 45%, dan yang berusia 30-39 tahun sebanyak 20%. Dengan demikian Radio Gesma FM juga memperhatikan keluarga pasangan usia subur.

Berdasarkan data dari BPS Sukoharjo, penduduk Sukoharjo tumbuh rata-rata 1,52% pertahun. Dengan jumlah penduduk 851.157 jiwa pada tahun 2011, maka diproyeksikan pada tahun 2012 akan mencapai 864.094 jiwa dan pada tahun 2017 mencapai jumlah 931.790 jiwa. Pertumbuhan jumlah penduduk itu dapat dipergunakan untuk menduga

jumlah pendengar yang cenderung bertambah dari tahun ketahun. Pertumbuhan segmen pendengar Radio Gesma FM akan berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk di Kabupaten Sukoharjo. (Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

Radio Gesma FM pada dasarnya membidik segmen keluarga, karena format acaranya, terutama yang berbentuk interaktif, diarahkan kepada keluarga. Keseluruhan dari segmen radio Gesma FM adalah laki-laki 40% dan perempuan 60%.

Dengan segmen yang luas, bukan berarti hal itu merupakan upaya Radio Gesma FM untuk meraup mangsa pasar iklan secara tidak terbatas. Penetapan segmen yang luas didasarkan visi dan misi radio ini untuk menjadi media massa yang berperan nyata dalam menciptakan masyarakat yang toleran, santun dan kreatif agar tercipta masyarakat yang *maslahat*. Artinya, semua lapisan masyarakat diharapkan menjadi audiens radio ini.

Dengan segmentasi yang demikian, maka secara tidak langsung pangsa pasar iklan untuk radio ini juga besar. Konsekuensinya, radio ini selektif menerima iklan agar tidak melebihi 20% waktu siarannya dan tidak menyimpang dari visi dan misi yang telah ditetapkan (Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

### **3.1.4 Format Program Siaran Radio Gesma FM**

#### **1. Berdasarkan target segmen**

Karena target segmen Radio GESMA FM adalah semua lapisan masyarakat, maka format siaran yang dipilih adalah sebuah

format yang relatif umum dan bisa diterima semua kalangan. Format yang dipilih adalah format umum, dengan porsi sebagai berikut.

a. Agama	15%
b. Layanan Masyarakat	5%
c. Iklan	19%
d. Hiburan	19%
e. Informasi	15%
f. Pendidikan	17%
g. Berita	10%

## 2. Kekhasan bagi lembaga penyiaran

Program-program siaran dengan penekanan pada program *media profit center*, *on air* dan *off air*, pendidikan multikultural, agama, budaya hidup bersama di masyarakat, penguatan kreativitas, dan membangun kepekaan sosial.

## 3. Penjelasan format

- a. *Media profit centre* menekankan pada promosi ketahanan pangan, pertanian organik, usaha kecil dan rintisan, energi terbarukan, teknologi ramah lingkungan, perbincangan bisnis yang dapat disiarkan aspek pengetahuan aplikatifnya, dan bisnis berbasis ekonomi kreatif.
- b. Pendidikan multikultural mengarahkan pada pencegahan diskriminasi, penyadaran mengenai hak-hak asasi manusia, penghormatan kepada hukum, dukungan bagi pemerintahan yang bersih, pemberdayaan untuk rekonsiliasi, dan mendorong saling pemahaman antarbudaya.

- c. Siaran agama bermuatan kajian klarifikatif, tanya jawab perihal agama, penguatan teladan beragama, promosi keluarga *maslahat/sakinah*, aksentuasi nilai-nilai agama ke dalam budaya positif masyarakat, dan mengampanyekan kemaslahatan dalam konteks kehidupan yang bergerak dinamis.
- d. Budaya hidup bersama di masyarakat ditekankan kepada penguatan etos kerja, penguatan tanggung jawab individu dan warga negara, pembiasaan sikap hormat kepada sesama, penguatan empat pilar kebangsaan, dan pewartaan mengenai kekhasan budaya.
- e. Penguatan kreativitas dirancang untuk menggali dan menyiarkan ide-ide baru di bidang pendidikan, teknologi, kewirausahaan komersial, kewirausahaan sosial, kesenian, kepemudaan, serta pengembangan bakat anak-anak dan remaja.
- f. Membangun kepekaan sosial dimaksudkan untuk menguatkan harapan dari kalangan masyarakat yang sedang mengalami kerentanan, karena sakit, *different abilities (diffable)*, berkebutuhan khusus, dan tertimpa kemalangan; juga siaran yang bermuatan pelestarian lingkungan hidup dan pengurangan risiko bencana. (Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

## 4. Komposisi siaran

Komposisi Isi	
a. Hiburan	19%
b. Pendidikan	17%
c. Informasi	15%
d. Agama	15%
e. Iklan	19%
f. Berita	10%
g. Layanan Masyarakat	5%
Jumlah	100%

Komposisi Isi Harian		Segmen
a. Hiburan	Gesma Menyapa	Anak-anak, remaja dan pekerja
	Memori Gesma	Umum
	Gesma Bergoyang	Buruh
	<i>Temperatur</i>	Umum
b. Pendidikan	Senja Gesma	Umum
c. Informasi	Gesma Berkarya	Umum
d. Agama	Sinar Pagi	Umum
	Kajian Malam	Umum
e. Berita	Warta Gesma	Umum
f. Layanan Masyarakat	Keluarga Gesma	Umum

Komposisi Isi Mingguan		Waktu	Segmen
a. Pendidikan	<i>Ngigau</i>	Selasa, 21.00-23.00	Remaja
	Bengkel Gesma	Rabu, 21.00-22.00	Umum
	Widya Gesma	Jumat, 16.00-17.00	Perempuan
	Klinik Gesma	Kamis, 10.00-11.00	Umum
b. Informasi	Bis Damri	Ahad, 09.00-10.00	Remaja
	Tugu Lilin	Ahad, 10.00-11.00	Remaja

c. Agama	Mutiara Gesma	Senin, Selasa, Rabu, 18.00-19.00	Umum
	Khutbah	Jumat, 12.00-12.30	Umum
	<i>Nyantri on The Air</i>	Kamis, 20.00-21.00	Remaja
d. Berita	Batik	Ahad, 11.00-12.00	Umum

## 5. Program Acara

Program Acara									
No.	Jam	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Ahad	
1.	05.00-05.30	Murattal Al-Quran							
2.	05.30-06.00	Sinar Pagi							
3.	06.00-06.05	Pembukaan: Lagu Kebangsaan "Indonesia Raya"							
4.	06.05-08.00	Gesma Menyapa							
5.	08.00-09.00	Warta Gesma						Warta Gesma	
	09.00-10.00							Bis Damri	
6.	10.00-11.00	Gesma Berkarya			Gesma Berkarya bersama PNP	Gesma Berkarya		Tugu Lilin	
	11.00-12.00							Batik	
7.	12.00-14.00	Memori Gesma				Khutbah (30 menit)	Memori Gesma		
						Memori Gesma			
8.	14.00-15.00	Gesma Bergoyang	Gesma Bergoyang				Gesma Bergoyang		
	15.00-16.00		Bengkel Gesma	Klinik Gesma	Widya Gesma				
9.	16.00-18.00	Senja Gesma	Kampung Kita	Senja Gesma					
10.	18.00-19.00	Mutiara Gesma							
11.	19.00-21.00	Keluarga Gesma			Keluarga Gesma	Keluarga Gesma			
					<i>Nyantri on The Air</i>				

12.	21.00-23.00	Temperatur	<i>Ngigau</i>	Temperatur
13.	23.00-24.00	Kajian Malam		
14.	24.00	Penutup: Lagu Wajib “Syukur”		

Keterangan:

1. Sinar Pagi berisi kajian agama.
2. Gesma Menyapa berisi sapaan pagi disertai musik pengantar ke sekolah untuk remaja dan bekerja untuk kalangan dewasa.\*
3. Warta Gesma berisi berita seputar Soloraya dan berita nasional.
4. Gesma Berkarya berisi informasi dunia kerja dan atau perbincangan tentang dunia usaha dan layanan publik dan sosial.\*
5. Memori Gesma berisi lagu-lagu kenangan untuk menyapa kalangan dewasa.\*
6. Gesma Bergoyang berisi musik dangdut untuk menyapa kalangan buruh usia muda.\*
7. Senja Gesma berisi informasi seputar lembaga dan tokoh pendidikan Indonesia dengan iringan musik rebana, nasyid, dan gambus untuk kalangan umum.\*
8. Kampung Kita berisi obrolan santai warga kampung yang diarahkan kepada penguatan pilar kebangsaan dan tanggung jawab individu dan warga negara.
9. Bis Damri berisi biografi selebriti dalam negeri untuk kalangan remaja.
10. Tugu Lilin berisi tujuh lagu yang *lagi* “in” untuk kalangan remaja.
11. Batik berisi berita unik manca negara dan dalam negeri.

12. Bengkel Gesma berisi kiat-kiat praktis mereparasi perangkat sehari-hari dan mengatasi masalah perabot rumah tangga.\*
13. Klinik Gesma berisi tanya jawab perihal kesehatan.\*
14. Widya Gesma berisi perbincangan tentang pendidikan untuk kalangan perempuan.\*
15. Mutiara Gesma berisi ulasan kalimat-kalimat bijak dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Jawa.\*
16. Keluarga Gesma berisi kabar keluarga dan perbincangan santai seputar keluarga *sakinah/maslahat*.\*
17. *Nyantri on The Air* berisi tanya jawab perihal agama dan spiritualitas Islam.\*
18. Temperatur berisi tembang elok pengantar tidur.\*
19. *Ngigau* berisi *ngilangin* galau, curhat pendengar dan konseling psikologi untuk kalangan remaja.\*
20. Kajian Malam berisi kajian agama Islam.

Catatan:

- Yang bertanda bintang (\*) adalah acara interaktif dengan pendengar. Selain program acara tersebut masih tersedia *insert* berupa iklan layanan masyarakat dan hikmah di balik cerita (Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

### 3.2 Program Acara *Nyantri On The Air*

*Nyantri On The Air* adalah salah satu program acara dalam radio Gesma 97,6 FM Kartasura. Program acara yang berdurasi 60 menit yang

mengudara di hari kamis malam dengan menyuguhkan tanya jawab tentang agama dan spiritualitas Islam. Program acara yang dimulai dari jam delapan malam ini dinarasumberi oleh bapak Dian Nafi', beliau adalah pengasuh Pondok Pesantren Al-Muayyad Windan.

Program acara ini dirancang sejak tahun 2011 dimana radio Gesma Fm berdiri, akan tetapi baru diproduksi pada tahun 2012 hingga sekarang. Selama mengudara, Nyantri On The Air menjadi jati diri radio Gesma FM, karena program acara inilah yang membedakan dengan program acara religi di radio lainnya.

Pesan yang disampaikan dalam Nyantri On The Air berupa solusi-solusi masalah yang terjadi sekarang dengan menyingkapinya menurut ajaran agama Islam. Dikemas sangat ringan dan santun, tujuannya agar mudah dicerna oleh pendengar.

Supaya program ini tetap digemari pendengar, para *crew* program acara ini selalu mengevaluasi setiap kali setelah disiarkan, baik dari segi narasumber, penyiar maupun petugas lainnya (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

### **3.2.1 Maksud Dan Tujuan**

Maksud dari program acara Nyantri On The Air adalah menyebarkan agama Islam melalui radio, tujuannya agar semua orang tahu apa yang diajarkan dalam pendidikan pesantren. Anggapan Radio Gesma FM membuat acara ini agar pendidikan yang diterima dari pesantren bisa disebarluaskan bagi mereka yang tidak mendapatkan pendidikan di

pesantren. Akan tetapi, untuk sekarang ini tujuan dari Nyantri On The Air adalah untuk membentuk pribadi yang nasionalisme religius. Harapannya, agar tercipta pemuda yang mencintai tanah airnya yang berasaskan iman dan takwa kepada Allah SWT (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

### **3.2.2 Segmen Pendengar**

Segmen pendengar berdasar SES adalah semua strata (A-D) dengan usia semua umur, berpendidikan bawah-tinggi, dengan latar belakang kultur yang berbeda-beda. Porsi siaran juga memperhatikan pendengar dari kalangan usia 15-39 tahun, mengingat jumlahnya mayoritas, dimana yang berusia 15-20 tahun ada 25%, yang berusia 20-29 tahun mencapai 45%, dan yang berusia 30-39 sebanyak 20%. Dengan demikian Radio Gema Suara Makmur (Gesma FM) juga memperhatikan keluarga pasangan usia subur (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

Melihat data di atas, program acara Nyantri On The Air menetapkan segmennya yang dituju ialah remaja, dari usia 15 -29 tahun. Selain usia yang jumlahnya mayoritas, usia 15-29 adalah masa-masa dimana orang pikirannya labil, mudah terpengaruh hal baik dan buruk. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan jika orang yang lebih muda atau bahkan lebih tua ikut mendengarkan program acara tersebut, karena Nyantri On The Air lebih bersifat multisegmen (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

Dulunya acara ini diperuntukkan untuk santri Pondok Pesantren Al-Muayyad Windan, Kartasura. Selain ilmu dari pondok diharapkan mereka juga mendapatkan pengalaman ilmu dari luar. Selain itu, juga untuk menyebarkan pendidikan agama Islam yang diajarkan di Pesantren. Ternyata banyak pendengar yang kebanyakan dari mereka bukan dari pendidikan pesantren. Kebanyakan dari mereka kurang mendapatkan pendidikan agama Islam, baik di sekolah maupun di lingkungan keluarga. Sehingga mereka tertarik untuk mengikutinya, karena pesan yang disampaikan dikemas dengan ringan dan santun, agar menarik untuk disimak dan mudah dipahami oleh pendengar khususnya remaja (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

Pendengar yang sering bertanya kebanyakan dari mereka adalah mahasiswa. Ada juga yang masih sekolah SMA atau sederajatnya. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan orang dewasa yang bertanya, karena tidak ada pembatasan umur dalam mendengarkan radio Gesma FM (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

Nyantri On The Air pernah melakukan siaran live dengan mendatangkan pendengar ke studio siaran dengan jumlah 50 orang. Ternyata 15 orang diantaranya adalah non muslim. Ini membuktikan bahwa program acara ini bukan hanya didengarkan oleh orang muslim saja. Akan tetapi lebih ke semua agama (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

### 3.2.3 Materi

Dalam program acara Nyantri On The Air materi atau pesan yang disampaikan berupa isu-isu yang sedang ramai dibicarakan. Karena segmennya remaja, narasumber dari Nyantri On The Air selalu memberi peringatan kepada pendengar agar tidak mudah terjerumus dan selalu berfikir panjang. Maka dari itu, bentuk pesan yang disampaikan berupa informatif persuasif, yaitu memberi informasi dan mempengaruhi untuk mengikuti apa yang dikatakan narasumber. Sehingga pendengar mendapatkan informasi yang didapatkan, setelah itu merenungkan informasi tersebut lalu mengikuti apa yang dikatakan oleh narasumber. Dalam hal ini efek afektif dan kognitif bagi pendengar.

Selain itu, pesan yang disampaikan berupa kehidupan sosial. Manusia sebagai makhluk sosial pasti mempunyai permasalahan satu dengan yang lainnya. Baik ekonomi, keluarga, teman kerja dan sebagainya. Dalam Nyantri On The Air, masalah seperti ini diangkat dan diselesaikan menurut pandangan dari agama Islam. Dengan memasukan aqidah, syari'ah dan akhlak didalamnya, sebagai landasan materi yang disampaikan. Seperti halnya tema-tema yang sudah pernah di angkat dalam program acara ini, antara lain *Membedah Radikalisme Isis, Stop Premanisme Berkedok Islam, Ibadah Haji, Spiritualitas Iman dan Akhlak dalam Islam, Penyucian Jiwa, Taubat, Dosa dan Maksiat, Silaturahmi, 4 Bangsa dan 5 Penjajah, Syarah UUD 45 dan lain-lain*. Kebanyakan tema

yang dibawakan merupakan masalah nasionalis, karena tujuan dari awal membentuk generasi bangsa yang nasionalis dan religius.

Agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh pendengar, maka gaya bahasa dalam Nyatri On The Air menghindari bahasa ilmiah. Tujuannya untuk memudahkan pendengar mengerti apa yang disampaikan oleh narasumber, dan juga tidak menutup kemungkinan bahwa pendengar Nyantri On The Air bukanlah dari kalangan pendidikan tinggi. Maka dari itu bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang biasa digunakan sehari-hari. Meskipun ada kata-kata ilmiah yang sulit dipahami orang lain, maka narasumber akan menjelaskan maksud dari kata tersebut.

#### 3.2.4 Rundown progam acara Nyantri On The Air

NO.	FORMAT	DURASI
1.	Id's best	30 detik
2.	Opening host dan opening tone	1 – 2 menit
3.	Pemaparan Narasumber	8 – 10 menit
4.	Lagu Religi	5 menit
5.	Iklan Komersil	1 menit
6.	Iklan Layanan Masyarakat	1 menit
7.	Id's top	30 detik
8.	Dialog interaktif	10 – 15 menit
9.	Lagu religi	5 menit
10	Dialog interaktif (pertanyaan yang berbeda)	10 – 15 menit
11	Lagu Religi	5 menit

12.	Kesimpulan	5 – 10 menit
13.	Hikmah dibalik cerita	2- 4 menit

### 3.3 Strategi Dakwah Progam Acara Nyantri On The Air

#### 3.3.1 Format Siaran

Format siaran yang disuguhkan program acara Nyantri On The Air adalah gabungan dari dua program format acara. *Pertama* adalah format dialog interaktif. Dialog interaktif menjadi salah satu metode dakwah yang efektif, karena di dalam dialog interaktif ada 63embe jawab antara da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikan) dengan media tertentu. Dengan menggunakan sarana telepon dan sms yang disediakan oleh radio, akan mempermudah pendengar untuk mengajukan pertanyaannya. Sehingga narasumber bisa langsung menjawab saat itu juga. Radio Gesma FM juga menyediakan sarana untuk bertanya berupa *facebook, twitter, dan email* bagi mereka yang mendengarkan melalui radio *streaming*. Apabila durasi program tayang habis, akan ada kesimpulan dari narasumber. Jika pertanyaan dari media sosial banyak yang belum terjawab, maka akan dijawab setelah program acara selesai.

*Kedua*, format musik religi. Musik-musik yang bertemakan religi semakin dikenal dan digemari oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Kini berdakwah melalui musik merupakan trend alternatif, selain berceramah. Mendengar musik adalah sejenis hiburan. Musik adalah sebuah fenomena yang unik yang bisa dihasilkan oleh beberapa alat musik. Dengan musik seorang dapat melihat dunia sekaligus

bersuara kepada dunia. Karenanya musik tidak lagi menjadi hiburan, melainkan mengandung nilai-nilai. Dengan kata lain, para mad'u diberi hiburan yang di dalamnya diselipkan nilai-nilai agama Islam.

Sejauh ini, banyak respon dari remaja baik di wilayah Sukoharjo maupun diluar wilayah. Kebanyakan yang dari luar wilayah mereka menggunakan social media untuk bertanya.

### 3.3.2 Narasumber

Progam acara Nyantri On The Air menggunakan Komunikator (narasumber, da'i) tetap, Yaitu bapak Drs. H. M. Dian Nafi', M.Pd. beliau adalah pengasuh Pondok Pesantren Al- Muayyad cabang Windan, Kartasura. Selain sebagai pengasuh pondok pesantren, beliau juga pemilik radio Gesma FM itu sendiri. Dengan kata lain beliau juga yang memantau semua kegiatan di radio Gesma FM.

Gaya bahasa dan intelektual beliau sudah menjadi ciri khas progam acara ini. Karena dalam benak pendengar progam acara Nyantri On The Air berkaitan erat dengan pengasuh pondok pesantren Al- Muayyad Windan, yaitu bapak Dian Nafi'. Inilah yang menjadi daya tarik progam acara Nyantri On The Air.

Berikut adalah biografi bapak Dian Nafi' selaku narasumber progam acara Nyantri On The Air.

Nama	: M. Dian Nafi'
Tempat Tanggal Lahir	: Sragen, 4 April 1964
Jenis Kelamin	: laki-laki

- Agama : Islam
- Alamat : Jl. KH. Samanhudi No. 64 Purwosari,  
Laweyan, Surakarta 57142  
: Pondok Pesantren Al- Muayyad Windan,  
Makamhaji RT. 02 RW. 08 No. 12  
Kartasura, Kab. Sukoharjo 57161
- Telepon : 0811 264 929
- Email : [diaji2002@yahoo.com](mailto:diaji2002@yahoo.com)
- Pendidikan :
1. S1 : Komunikasi Masa, Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta, 1992
  2. S2 : Pendidikan Progam Pasca Sarjana Depertemen/ Post Sejarah, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2003
  3. SMA : Madrasah Aliyah Al- Muayyad 1983
  4. SMP : Sekolah Menengah Pertama Al- Muayyad 1980
  5. SD : Sekolah Dasar Negeri 94/ Premulung Surakarta1976
- Organisasi :
1. Ketua NU cabang Surakarta, 1998- 2003
  2. Forum Suara Hati Kebersamaan Bangsa – FSHKB Surakarta

3. Tim Independen untuk Rekonsiliasi Ambon – TIRA 1999 – 2000
4. Anggota Kelompok Bekerja Pusat Pemberdayaan untuk Rekonsiliasi dan Perdamaian, Jakarta 2002 sampai sekarang.
5. Anggota Tim Pemberdayaan Pasca Kerusuhan Komunitas Maluku Utara 2002

Kegiatan pak Dian Nafi' bukan hanya sebagai pengasuh pondok dan narasumber program acara Nyantri On The Air saja. Akan tetapi banyak kegiatan yang diluar itu dan mengakibatkan absennya beliau untuk menjadi narasumber di program acara Nyantri on The Air. Bila sudah teerjadi seperti ini, pihak manajemen radio akan mencari penggantinya, yaitu dengan narasumber lain.

Dengan keterbatasan waktu, terkadang pihak radio mendapatkan narasumber yang tidak sepaham dengan yang mereka inginkan. Banyak dari mereka narasumber yang menggantikan pak Dian Nafi' tidak sepaham dengan pihak manajemen inginkan. Kebanyakan dari mereka menganggap, ceramah di radio masih sama dengan ceramah di mimbar dan panggung. Hal ini menimbulkan keanehan dalam program acara Nyantri On The Air. Pesan yang seharusnya diperuntukkan untuk remaja, akan berubah untuk orang dewasa karena salah membawakannya.

### **3.3.3 Insert**

Insert adalah sisipan, sisipan yang berupa cerita-cerita Islami yang bisa diambil hikmahnya, namanya adalah Hikmah Dibalik Cerita. Insert ini disiarkan diakhir program acara Nyatri On the Air sebagai penutupnya.

Insert berdurasi kurang lebih 2-4 menit. Hanya berupa cerita yang didukung dengan backsound, bukan sebuah sandiwara ataupun yang lainnya. Selain pendengar mendengarkan materi yang disampaikan narasumber, pendengar juga bisa mendengarkan pesan yang disampaikan melalui insert ini. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI DAKWAH**

#### **1.1 Analisis Strategi Dakwah**

Menurut Asmuni Syukir, ada lima asas yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi dakwah yaitu :

##### **1.1.1 Analisis Asas Filosofi**

Asas yang membicarakan tentang hal-hal yang erat hubungannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah. Dalam hal ini adalah tujuan dari program acara Nyantri On the Air di radio Gesma FM. Maksud dari program acara Nyantri On The Air adalah menyebarkan agama Islam melalui radio, tujuannya agar semua orang tahu apa yang diajarkan dalam pendidikan pesantren. Anggapan Radio Gesma FM membuat acara ini agar pendidikan yang diterima dari pesantren bisa disebarluaskan bagi mereka yang tidak mendapatkan pendidikan di pesantren. Akan tetapi, untuk sekarang ini tujuan dari Nyantri On The Air adalah untuk membentuk pribadi yang nasionalisme religius. Harapannya, agar tercipta pemuda yang mencintai tanah airnya yang berasaskan iman dan takwa kepada Allah SWT. Seperti tema-tema yang pernah diangkat oleh program acara ini, seperti *Membedah Radikalisme Isis, Stop Premanisme Berkedok Islam, Spiritualitas Iman dan Akhlak dalam Islam, 4 Bangsa dan 5 Penjajah, Syarah UUD 45 dan lain-lain*. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

### **1.1.2 Analisis Asas Psikologi**

Asas 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.

Segmen program acara Nyantri On The Air adalah remaja yang mempunyai kisaran umur sekitar 15-29 tahun. Bila dilihat dari tingkat pendidikannya, mereka ada yang pelajar SMA, mahasiswa, bahkan pengangguran. Jadi, setiap remaja mempunyai kepribadian yang berbeda-beda, mempunyai masalah atau pengalaman hidup yang berbeda juga. Ini adalah sebuah tantangan untuk memberikan mereka pengertian yang dapat diterima dengan mudah. Maka dari itu, bahasa yang digunakan untuk adalah bahasa yang santun, bahasa yang mudah dimengerti oleh semua kalangan, da'i yang membawakan harus bisa merangkul dari semua golongan agar materi yang disampaikan dapat mudah diterima mereka. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

### **1.1.3 Analisis Asas Sosiologi**

Asas 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).

Dari segi budaya, masyarakat Sukoharjo adalah masyarakat bertradisi Jawa, sebagian kecil pendatang dari daerah budaya lainnya seperti Tionghoa, Maluku, Madura, Sunda, Minangkabau, Medan, Banjarmasin, Pakistan, Arab, dan sebagainya.

Secara sosial keagamaan dan pergerakan ideologis masyarakat Sukoharjo adalah yang paling dinamis dan menyita perhatian khusus dibandingkan daerah-daerah lainnya di Indonesia. Selain enam agama yang diakui oleh Pemerintah, di kabupaten ini terdapat banyak aliran kepercayaan. Sebagian besar kelompok keagamaan memiliki keterkaitan kuat dengan Budaya Jawa, dan sebagian kecil menjaga jarak dari idiom-idiom Budaya Jawa. (Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012).

Maka isi siaran dalam program ini berupa pendidikan multikultural yang mengarah pada pencegahan diskriminasi, penyadaran mengenai hak-hak asasi manusia, penghormatan kepada hukum, dukungan bagi pemerintahan yang bersih, pemberdayaan untuk rekonsiliasi, dan mendorong saling pemahaman antarbudaya. Sedangkan siaran agamanya bermuatkan kajian klarifikatif, tanya jawab perihal agama, penguatan teladan beragama, promosi keluarga *maslahat/sakinah*, aksentuasi nilai-nilai agama ke dalam budaya positif masyarakat, dan mengampanyekan

kemaslahatan dalam konteks kehidupan yang bergerak dinamis. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

#### **1.1.4 Analisis Asas Kemampuan dan Keahlian**

Asas yang lebih menekankan pada kemampuan dan profesionalisme subjek dakwah dalam menjalankan misinya. Latar belakang subjek dakwah akan dijadikan ukuran kepercayaan *mad'u*.

Program acara Nyantri On The Air bekerja sama dengan bapak K.H. Dian Nafi' sebagai pengisi materinya. Beliau adalah pemilik radio ini sendiri, selain itu beliau juga pengasuh Pondok Pesantren Al-Muayyad Windan, Kartasura. Melihat pendidikan dan pengalaman organisasi beliau cukup untuk meyakinkan pendengar bahwa pengisi acara ini adalah orang yang berkompetensi. selain itu, tutur kata beliau yang sopan dan mudah dipahami menjadi nilai plus pada program acara ini. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

#### **1.1.5 Analisis Asas Efektif dan Efisien**

Azas yang menekankan usaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini merupakan prinsip ekonomi dalam dakwah, yaitu pengeluaran sedikit untuk mendapatkan penghasilan yang semaksimal mungkin. Setidaknya seimbang antara tenaga, pikiran, waktu dan biaya dengan pencapaian hasilnya.

Pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah memungkinkan komunikasi antara da'i dan mad'u (sasaran) dakwahnya lebih dekat. Oleh karena itu, eksistensi media sebetulnya sangat penting dan menentukan keberhasilan dakwah berapapun tingkatnya (Ghazali, 1997: 12).

Dakwah melalui radio cukup efektif karena besarnya jumlah pendengar dengan latar belakang yang berbeda. Baik acaranya bersifat dialogis (berbincang-bincang) maupun bersifat monologis (seorang da'i sendirian tampil dicorong radio) akan tetap banyak peminatnya. Selain itu, da'i harus menguasai media dakwah yang digunakannya, agar lebih maksimal untuk penyampaian pesan kepada mad'u.

Dakwah menggunakan radio juga efisien karena biaya dan tenaga yang dikeluarkan tidak begitu besar, bahkan hasil yang didapat bisa lebih dari yang diharapkan.

Radio mempunyai banyak keunggulan, akan tetapi sekarang ini radio lebih dikesampingkan dengan media lainnya. Maka dari itu untuk mengikuti kemajuan zaman, radio dipadukan dengan *internet*, hasilnya adalah *radio streaming*. *Radio Streaming* lebih efektif dan efisien lagi, karena jangkauannya lebih jauh, bahkan bisa mencapai luar negeri. Dimana ada akses internet disitu radio streaming dapat didengarkan. Progam acara Nyantri On The Air juga telah memanfaatkan teknologi ini, agar tidak tertinggal dengan media maupun radio lainnya. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

## **4.2 Analisis Strategi Dakwah Program Acara Nyantri On The Air**

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

Faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan 'programming' atau penata acara (Prayuda, 2005: 43). Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan image stasiun penyiaran radio.

### **4.2.1 Analisis Strategi Format Siaran**

Secara umum komposisi siaran radio-radio di Kabupaten Sukoharjo hampir sama, berisikan informasi, pendidikan, hiburan dan iklan. Artinya, semua radio menjadi pesaing Gesma FM meskipun masing-masing dengan kekuatan yang berbeda.

Dibandingkan dengan radio lainnya di Kabupaten Sukoharjo, maka Radio Gema Suara Makmur (Gesma FM) unggul dalam format siarannya yang lebih banyak menyajikan siaran interaktif dengan tema-tema aktual yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. (Dokumentasi arsip lembaga

penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012). Salah satunya adalah program acara Nyantri On The Air.

Program acara Nyantri On The Air menggabungkan dua jenis format, yaitu format dialog interaktif dan hiburan berupa musik religi. *Pertama*, dialog interaktif menjadi salah satu metode dakwah yang efektif, Karena didalam dialog interaktif ada tanya jawab antara da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikan) baik secara langsung maupun tidak langsung. Dialog secara langsung maksudnya adalah antara da'i dan mad'u bisa berkomunikasi secara langsung tanpa ada jarak dan tempat yang memisahkan. Sedangkan dialog tidak langsung adalah ada media yang membantu dalam berkomunikasi antara da'i dan mad'u.

Dalam program ini media yang disediakan untuk berkomunikasi antara narasumber dan pendengar adalah telepon dan pesan singkat atau *SMS*. Selain itu ada juga *Social Media* atau yang biasa disebut dengan sosmed, yaitu ada *twiter* dan *facebook*. Semua media ini gunanya hanya untuk mempermudah pendengar untuk berdialog dengan narasumber. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

Meskipun begitu, masih saja ada kekurangan dalam program acara ini. Seharusnya kesimpulan atau rangkuman materi yang disampaikan tidak hanya diucapkan oleh penyiar, tetapi juga ditulis dalam *twiter* maupun *facebook* dari radio ini. Gunanya orang yang belum sempat mengikuti dapat membaca ringkasan materi yang disampaikan tadi.

*Kedua*, musik religi menjadi hiburan yang mendidik untuk saat ini. Selain alunan nada, terdapat juga syair yang berisikan pesan keagamaan. Musik-musik yang bertemakan religi semakin dikenal dan digemari oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Kini berdakwah melalui musik merupakan tren alternatif, selain berceramah. Apalagi untuk sekarang ini banyak band-band terkenal yang menyanyikan lagu-lagu religi. Ini menjadi suatu daya tarik bagi penggemar band tersebut untuk mendengarkan Nyantri On The Air ketika band kesayangannya diputar di program acara ini. Meskipun berupa hiburan, akan tetapi didalam musik religi terdapat nilai-nilai Islam. Dengan kata lain, para mad'u diberi hiburan yang di dalamnya diselipkan nilai-nilai agama Islam. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

Musik religi yang diputar dalam program ini bukanlah hasil dari *request* para pendengar, melainkan inisiatif dari penyiar sendiri. Menurut menejer Gesma FM, Agung Tri Nurcahyo dengan nama *onair* Arman, mengatakan bila lagu yang diputar berupa *request*, maka durasi akan habis hanya untuk mebacakan pesan yang meminta lagu. Ini membuat pendengar tidak fokus dengan materi yang disampaikan narasumber.

Selain menggabungkan dua format yang berbeda, program acara ini juga mengudara melalui jaringan internet, atau yang biasa disebut dengan *radio streaming*. *Radio streaming* adalah gabungan dari media radio dengan media internet. Radio ini dapat didengarkan dimanapun jika ada jaringan internetnya, bukan hanya di dalam negeri bahkan bisa di luar

negeri. Banyak santri Al-Muayyad Windan yang berada di luar negeri, itulah sebabnya program acara ini memfasilitasinya dengan radio streaming. Tujuannya untuk mempermudah bagi mereka yang ingin bertanya jawab langsung dengan narasumber. Akan tetapi, masih banyak kekurangan dalam radio streaming ini, salah satunya adalah koneksi yang tidak stabil, terkadang dapat diakses dan terkadang tidak bisa. Radio streaming Gesma FM dapat diakses di [www.gesmafms.com](http://www.gesmafms.com). (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

### **1.2.2 Analisis Strategi Narasumber**

Dalam strategi dakwah, peranan komunikator sangat penting untuk mencapai tujuan. Karakteristik tertentu yang dimiliki oleh komunikator dapat mendukung terjadi atau tidaknya perubahan dalam diri audiens.

Program acara Nyantri On The Air menggunakan Komunikator (narasumber, da'i) tetap, Yaitu bapak Drs. H. M. Dian Nafi', M.Pd. beliau adalah pengasuh Pondok Pesantren Al- Muayyad cabang Windan, Kartasura. Selain sebagai pengasuh pondok pesantren, beliau juga pemilik radio Gesma FM itu sendiri. Dengan kata lain beliau juga yang memantau semua kegiatan di radio Gesma FM.

#### **a. Daya tarik narasumber**

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya.

Sebagai pengasuh pondok tentunya bapak Dian Nafi' paham akan permasalahan remaja. Karena setiap harinya beliau menemui masalah yang dihadapi santrinya. Dengan melakukan pendekatan, beliau berusaha memahami apa yang dirasakan santrinya. Begitu juga dengan pendengar (mad'u) progam acara Nyantri On The Air yang beliau bawakan.

Dengan pengalaman beliau dalam menghadapi santrinya, beliau terapkan dalam progam acara Nyantri On The Air. Dengan dialog interaktif, beliau mencoba memahami apa yang dirasakan pendengarnya. Melihat pendengarnya adalah *heterogen* atau berbagai lapisan masyarakat.

Bapak Dian Nafi' menyampaikan materi dengan bahasa yang jelas. Maksudnya adalah beliau memberikan penjelasan secara detail, sehingga pendengar tidak harus berfikir lama untuk mengerti maksud beliau. Beliau juga fasih dalam membaca ayat suci al-qur'an. Jadi, jika ada pendengar yang bertanya tentang dalilnya,, maka beliau akan memberikan dengan fakta-fakta yang ada. Untuk menjawab pertanyaan pendengar dari luar negeri melalui *streaming*, Bapak Dian Nafi' akan menjawabnya dengan bahasa Arab atau bahasa Inggris. Karena beliau juga pintar dalam kedua bahasa tersebut.

Selain itu, bapak Dian Nafi' dapat menempatkan ruang dan waktu. Maksudnya adalah beliau dapat membedakan ruang dimana

beliau berceramah atau memberi pesan. Karena ceramah melalui radio berbeda dengan ceramah di mimbar. Beliau juga dapat membawa suasana. Karena segmennya remaja dimana mereka mudah bosan, maka pak Dian Nafi' lebih bisa membawa suasana agar pesan yang beliau sampaikan tidak membosankan.

b. Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan pada komunikator.

Dengan latar belakang sebagai pengasuh pondok pesantren, pastilah Program acara Nyantri On The Air dinarasumberi oleh tokoh yang tahu tentang agama Islam. Ini membuat pendengar percaya, karena masalah mereka bisa tersolusikan oleh orang yang tepat, yang tahu lebih tentang agama Islam. Ditambah lagi pengalaman beliau di organisasi, membuat orang semakin yakin bahwa pak Dian Nafi' orang yang sangat berpengalaman.

Kegiatan pak Dian Nafi' bukan hanya sebagai pengasuh pondok dan narasumber program acara Nyantri On The Air saja. Akan tetapi banyak kegiatan yang diluar itu dan ini mengakibatkan sering absennya beliau untuk menjadi narasumber di program acara Nyantri on The Air. Bila sudah teerjadi seperti ini, pihak manajemen radio akan mencari penggantinya, yaitu dengan narasumber lain.

Dengan keterbatasan waktu, terkadang pihak radio mendapatkan narasumber yang tidak sepaham dengan yang mereka inginkan.

Kebanyakan dari mereka menganggap, ceramah di radio masih sama dengan ceramah di mimbar dan panggung. Hal ini menimbulkan keanehan dalam program acara Nyantri On The Air. Pesan yang seharusnya diperuntukkan untuk remaja, akan berubah untuk orang dewasa karena salah membawakannya. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

#### **4.2.3 Analisis Strategi *Insert***

Dalam program acara Nyantri On The Air terdapat tiga format Iklan yaitu Iklan komersil, Iklan layanan masyarakat dan *insert*.

*Insert* adalah berupa sisipan, sisipan yang menceritakan tentang cerita yang dapat diambil hikmahnya. Dalam program acara Nyantri On The Air insertnya bernama Hikmah Dibalik Cerita. Hikmah Dibalik cerita bisa dikategorikan sebagai metode dakwah, yaitu metode *Mau'izhah hasanah*. *Mau'izhah hasanah* maksudnya adalah memberikan nasehat pada orang lain dengan cara yang baik berupa petunjuk-petunjuk kearah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati, agar nasehat tersebut dapat diterima, berkenan dihati, enak didengar, menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak boleh mencaci/ menyebut kesalahan audience sehingga pihak obyek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subyek dakwah (Muriah, 2000: 43).

Secara garis besar, bahwa *mau'izhah hasanah*, adalah ucapan yang berisi nasehat-nasehat baik dan bermanfaat bagi orang yang

mendengarkannya, atau argument-argument yang memuaskan sehingga pihak audiensi dapat membenarkan apa yang disampaikan oleh subjek dakwah (Yakub, 1997: 21).

Dalam Hikmah Dibalik Cerita mempunyai konsep seperti memberikan nasehat tapi melalui cerita yang dapat diambil hikmahnya. Seperti contoh Hikmah Dibalik Cerita dengan judul “Air Minun Di Gurun”. *Insert* ini menceritakan tentang seorang pemuda yang kehausan di gurun pasir. Dia menemukan pompa air yang berkaratan dan ada kendi yang bertuliskan pesan bahwa pompa itu harus dipancing dengan air yang ada didalam kendi agar dapat memompa air. Meskipun pemuda itu bimbang, akan tetapi dia tetap melaksanakan apa yang tertulis dalam pesan tersebut. Alhasil, pompa itu dapat keluar airnya. Dalam cerita ini, ada sebuah hikmah yang dapat diambil, yaitu nasehat dari seseorang yang telah berhasil dan sukses terkadang seperti tidak mungkin untuk diterapkan, karena melihat perbedaan dulu dan sekarang. Tetapi itu adalah langkah yang baik dengan cara sedikit yang berbeda untuk kita coba, jika Alloh berkehendak tidak ada yang tidak mungkin. (Wawancara dengan Manajer Radio Gesma 97,6 FM Kartasura).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi dakwah program acara Nyantri On The Air, dapat disimpulkan bahwa strategi penyiaran yang dilakukan oleh program acara ini adalah:

- a. Menggabungkan dua format program dialog interaktif dan musik religi, agar tidak membosankan. Ditambah adanya radio *streaming* dan sarana komunikasi untuk mempermudah tanya jawab berupa telepon, sms, *facebook* dan *twitter*.
- b. Dinarasumberi oleh orang yang berpengetahuan luas, baik agama maupun umum. Dengan narasumber tetap, memberikan ciri khas dan icon pada program acara ini.
- c. *Insert* yang berupa “Hikmah Dibalik Cerita”, merupakan pesan tambahan sebagai penutup dalam program acara Nyantri On The Air.

#### 1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis melihat sebagai sebuah radio swasta yang bermuatan dakwah memiliki manajemen yang cukup bagus. Walaupun demikian ada beberapa masukan yang ingin penulis rekomendasikan, diantaranya:

1. Bila program acara ini banyak yang mendengarkan, biar tidak mengecewakan pendengar mungkin bisa ditambah durasinya atau ditambah jadwal siarannya.

2. Menuliskan ringkasan atau kesimpulan materi program acara Nyantri On The Air dalam sosial media yang dipunyai radio Gesma FM.
3. Memilih narasumber yang tepat dan tahu untuk menggantikan narasumber yang aslinya bila berhalangan hadir.

### **1.3 Penutup**

*Alhamdulillah*, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya yang sederhana ini. Tidak lupa, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan keilmuan dakwah kedepan. *Wallahu a'lam bissawab*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qadli, Muhammad Mahmud. *Sepuluh Pahlawan Penyebar Islam*. Yogyakarta : Mitra Pustaka. 2003
- Amin, Syamsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Amzah. 2013
- Ardianto, Elvinaro. Erdinaya, Lukiati Komala. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2005
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006
- Arsyad, Azhar. *Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2003
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2011
- Aziz, Moch. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media. 2004
- Bachtiar, Wardi. *Metode Penelitian Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu. 1997
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2002
- Dokumentasi arsip lembaga penyiaran swasta PT. Radio Gema Suara Makmur, 2012
- Dokumentasi P dan K. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1989
- Effendi, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 1993
- Effendi, Onong Uchjana . *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: CV. Mandar Maju. 1990
- Fatmasari, Ningrum. *Sukses Menjadi Penyiar- Scriptwriter dan Reporter Radio*. Depok: Penebar Surabaya. 2007
- Firdaus, Luthfi Amirul. *Studi Analisis Format Siaran Dakwah Radio RAM 107.8 FM Surakarta*. 2014 (tidak dipublikasikan)
- Ghazali, M. Bachri. *Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*. Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya. 1997
- Hafiddudin, Didin. *Dakwah Aktual*. Jakarta : Gema Insani Press. 1998

- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002
- Herdiawan. *Radio Er- Dammah 107.7 FM Sebagai Media Dakwah Islam*. Jakarta: 2008
- [http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu\\_32\\_02.htm](http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_32_02.htm)
- <http://www.hudzaifah.or/PNphpBB2-viewtopic-t-247.phtml>
- <http://ilpi.multiply.com/journal/item/7>
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya. 2010
- Ma'arif, Bambang Saiful. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2010
- Masduki. *Siaran Radio dan Demokratisasi*. Yogyakarta: Jendela. 2003
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009
- Muhadjir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin. 1989
- Munir, M. S. Ag., MA. *Metode Dakwah*. Jakarta :Kencana. 2009
- Muriah, Siti. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta : Mitra Pustaka. 2000
- Mustaghfiroh. *Dakwah Islam Melalui Radio (Studi Terhadap Progam Siar Radio Hiz FM Surakarta)*. 2010 (tidak dipublikasikan)
- Pimay, Awaludin. *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang : RaSail. 2005
- Romli, Asep Syamsul M. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung : Nuansa.2009
- Sambas, Sukriyadi. *Pokok-pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah*. Bandung : pustaka bani quraisy. 2004
- Sartono, FR. Sri. *Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1 untuk SMK*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional: 2008

- Supena, Ilyas. *Filsafat Ilmu Dakwah: perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Semarang : Absor. 2007
- Surahmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito. 1990
- Sutopo, H.B. *Penelitian Kualitatif dalam Teori dan Penerapannya*. Sebelas Maret University Press. 2002
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al Qu'an volume 2*. Jakarta : Lentera Hati. 2000
- Syahdar, Ghazali. BC, TT. *Kamus Istilah Komunikasi*. Bandung : Djembatan. Cet. Ke 2. 1992
- Syukir, Asmuni. *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : Al- Ikhlas. 1983
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta : Gaya Media Tama. 1997
- Usman, Hasani. *Metodologi penelitian sosial*. Jakarta : PT. Bumi Aksara. 1996
- Walgito, Bimo. *Psikologi sosial suatu pengantar*. Yogyakarta : Andi Offset. 2002
- Wati, Alif Wiji Prahara. *Strategi Radio Komunitas Islam Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi Pada Radio Dais 107.9 Fm)*. 2011 (tidak dipublikasikan)
- Wawancara dengan Manager Operasional Radio Gesma 97,6 FM Agung Tri Nurcahyo (Arman ) tanggal 20 Mei 2015 di studio Radio Gesma FM di jl. Proyek Bengawan Solo, Pabelan, Kartasura, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah.
- Ya'kub, Hamzah. *Publistik Islam*. Bandung : CV. Diponegoro. 1992
- Yakub, Ali Mustofa. *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*. Jakarta : Pustaka Firdaus. 1997

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Yang membuat daftar riwayat hidup ini :

1. Nama Lengkap : Adib Cahyono
2. NIM : 091211080
3. Tempat / Tanggal Lahir : Kab. Blitar 28 Juli 1989
4. Nama Orang Tua :
  - a. Nama Ayah : Dahroni
  - b. Nama Ibu : Siti Robiyah
5. Alamat : Jl. Fatmawati Rt. 05/ Rw. 06, Widoro, Kesongo, Kec.  
Tuntang, Kab. Semarang 50773
6. Alamat Email : adypbibbib@gmail.com
7. Riwayat Pendidikan Formal :
  - a. SD Negeri 2 Lopait Tahun 2001
  - b. SMP Al- Muayyad Surakarta Tahun 2004
  - c. SMA Al- Muayyad Surakarta Tahun 2007
  - d. UIN Walisongo Semarang 2015

Penulis,

**Adib Cahyono**