

**STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM  
NGUDI KASWARGAN DI PRO 4 RRI SEMARANG**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**Kunti Wulan Sari**

**131211074**

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

**2018**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 Bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

*Assalamualaikum wr. wb.*

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

Nama : Kunti Wulan Sari

NIM : 131211074

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Radio Dakwah

Judul : Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang

Dengan ini, kami setuju dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Semarang, 08 Januari 2018

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tata Tulis

Bidang Substansi Materi



**Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A**  
NIP.19631017 199103 2 001



**Rustini Wulandari, M.Si**  
NIP.19740821 200312 2 001

**SKRIPSI**  
**STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM NGUDI KASWARGAN**  
**DI PRO 4 RRI SEMARANG**

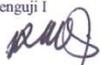
Disusun Oleh:

Kunti Wulan Sari  
131211074

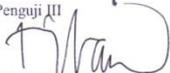
Telah dipertahankan di depan Dewan penguji  
pada tanggal 2 Mei 2018 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/ Penguji I

  
Dr. H. Najahan Musvafak, M.A  
NIP.19701020 199503 1 001

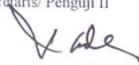
Penguji III

  
Nilnan N. Mah, S.Sos, M.S.I  
NIP.19800202 200901 2 003

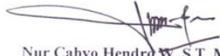
Pembimbing I

  
Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A  
NIP.19631017 199103 2 001

Sekretaris/ Penguji II

  
Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A  
NIP.19631017 199103 2 001

Penguji IV

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

Mengetahui

Pembimbing II

  
Rustina Mandari, S.Sos, M.Si  
NIP.19740821 200312 2 001



Disahkan oleh  
Kantor Pusat Dakwah dan Komunikasi  
Pada Tanggal Mei 2018

Dr. H. Walidun Imay, Lc, M. Ag  
NIP.19731027 200003 1 001

iii

## PERNYATAAN

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

Semarang, Januari 2018  
Penulis



Kunti Wulan Sari  
NIM: 131211074

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamiin, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan rahmat-Nya. Dzat yang selalu melindungi penulis dalam suka dan duka. Penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi sebagai sebagian syarat untuk mendapatkan gelar S1 dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan, mengerti mana jalan menuju rahmat Allah dan mana jalan menuju kemurkaannya. Kepada para sahabat serta keluarga Nabi yang selalu mengiringi langkah dakwah beliau dalam mengajarkan wahyu Allah.

Dengan penuh kesadaran, bahwa dalam penyusunan skripsi “Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang” ini tidak terlepas dari bantuan, semangat, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis sampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang yang telah memimpin lembaga tersebut dengan baik.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc, M.A selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Dra. Hj. Siti Sholihati M.A selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sekaligus menjadi pembimbing bidang substansi dan materi, penulis mengucapkan banyak terimakasih

kepada beliau karena telah meluangkan waktu, tenaga dan kebijaksananya untuk memberikan bimbingan serta arahan dan koreksi guna terselesaikannya skripsi ini.

4. Nur Cahyo Hendro Wibowo S. T, M. Kom, selaku Sekretaris Jurusan KPI
5. Rustini Wulandari, M.Si selaku dosen wali serta pembimbing bidang metodologi dan tata tulis yang telah berkenan membimbing dengan keihklasan dan kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
6. Kepada seluruh pimpinan dan karyawan RRI Semarang, Ibu Sri Sulistyoningsih selaku Kasi Pro 4 RRI Semarang dan seluruh staff Pro 4 RRI Semarang yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian.
7. Keluarga besar civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, khususnya para Dosen pengajar yang telah mentransfer ilmunya kepada penulis.
8. Kedua orang tua penulis, yakni bapak Nur Puji Harto dan Ibu Djuparyati, yang senantiasa mendoakan, mencurahkan kasih sayang yang begitu besar, memberikan pengorbanan sepenuh hati, kerja keras yang tak ternilai, dan segala usaha yang telah dilakukan hingga penulis dapat meraih gelar sarjana.
9. Mbakku Puji Larasati beserta suami yang senantiasa menyuntikkan semangat untuk penulis dan si mungil Syaima Lamy Utrujjah yang masih menjadi keponakan tunggalku.

10. Kedua adikku, Muhammad Restu Amin dan Keisha Faqilatul Maulida terimakasih untuk canda tawa dan pelepas lelahku ketika di rumah.
11. Untuk keluarga besarku, Om Imam Riyadi, Bulek Sri Rahayuni, Okta dan siva, serta sepupu seperjuanganku Annisah Rahayuningtyas terimakasih untuk segala dukungan baik secara moral dan material.
12. Nurul Pratiwi, Khusnia Kholifatun Nisa', Nurul Husna M, Zulfa farakhi, Iqlimahtul Asriyah, dan Nadya Rumaisha yang selalu ada bagi penulis, terimakasih sudah menjadi tempat berbagi dan bersandar ternyaman disetiap keadaan.
13. Bekenuw Fams, Baity, Elen, Nurul, Erna dan Winda yang telah menemani penulis dari jaman putih abu-abu.
14. IMAKEN (Ikatan Mahasiswa Kendal) UIN Walisongo yang menjadi rumah kedua bagi penulis.
15. Seluruh Mlilirame Fams Posko 19 KKN 68 Dusun Mlilir, yang menjadi teman seposko dan pernah mengabdikan bersama. Terimakasih atas segala pengalaman juga ilmu yang telah *transfer* selama empat puluh lima hari.
16. Teman-teman KPI-C 2013 dan konsentrasi radio angkatan 2013. Terimakasih telah berjuang bersama.
17. Semua pihak yang telah memberikan do'a dan dukungan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu dalam tulisan ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya kepada kita semua. Akhir kata, meskipun skripsi ini jauh

dari kata sempurna, penulis berharap semoga apa yang tercantum di dalam skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Semarang, Januari 2018

Penulis

**Kunti Wulan Sari**

131211074

## **PERSEMBAHAN**

Dengan kerendahan hati yang paling dalam, kupersembahkan karya tulis ini kepada kedua malaikat tak bersayapku. Bapak Nur Puji Harto dan Ibu Djuparyati, perjuanganku tidak ada artinya tanpa adanya restu dan ridho darimu. Terima kasih telah menjadi penguat disaat penulis rapuh, juga penenang disaat penulis resah. Maafkan penulis yang belum mampu membalas segala pengorbanan jiwa dan raga dari Bapak Ibu. Teruntuk “nenek semata wayangku” yang telah tersenyum di surga-Nya, maafkan cucumu yang belum sempat mempersembahkan gelar sarjana semasa simbah masih tersenyum di dunia. Bahagia di Jannah-Nya ya mbah....

## MOTTO

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

*Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian.  
Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan  
nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati  
supaya menetapi kesabaran.*

(Al-Ashr 1-3)

**ABSTRAK**  
**Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI  
Semarang**  
**Kunti Wulan Sari**  
**(131211074)**

Perkembangan teknologi informasi komunikasi telah mempermudah kegiatan dakwah, keberadaan media massa dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah. Pro 4 RRI Semarang sebagai salah satu lembaga penyiaran turut melakukan dakwah melalui siaran radio, salah satunya dengan melahirkan program dakwah berupa *Ngudi Kaswargan*. Program *Ngudi Kaswargan* merupakan program ceramah untuk agama Islam yang disiarkan dengan format *recording* atau rekaman, diudarakan setiap hari pukul 17:00 sampai 17:30 WIB. Bahasa yang digunakan oleh Program *Ngudi Kaswargan* menggunakan bahasa Jawa *madya* dan dikombinasikan dengan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa merupakan implementasi Pro 4 RRI Semarang sebagai radio kanal budaya yang memiliki peran melestarikan dan mengembangkan budaya Jawa. Kekuatan dan daya tarik media radio terletak pada perpaduan antara suara dan musik. Bahasa siar yang digunakan penceramah dalam pogram *Ngudi Kaswargan* menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, ringan dalam artian merupakan bahasa keseharian. Materi yang disampaikan oleh penceramah mengenai aqidah maupun ibadah yang berlandaskan Alqur'an dan hadist, serta materi disesuaikan dengan *event* kalender yaitu peringatan dan isu yang sedang terjadi di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan penulis terhadap program *Ngudi Kaswargan*.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah program *Ngudi Kaswargan* menggunakan beberapa strategi untuk menyampaikan pesan dakwahnya, yaitu menentukan jadwal siaran serta memahami sasaran dakwah, menentukan metode dakwah yang digunakan, membuat langkah-langkah pelaksanaan dakwah dan terakhir melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan dakwah dalam program *Ngudi Kaswargan*.

***Kata kunci: Strategi dakwah, dan Program siaran.***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>ABSTRAKS</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
 <b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Metode Penelitian .....	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	18
2. Definisi Konseptual .....	19
3. Jenis dan Sumber Data .....	21
4. Teknik Pengumpulan Data .....	21

5. Teknik Analisis Data .....	23
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	24
<b>BAB II : STRATEGI DAKWAH DAN PROGRAM SIARAN</b>	
<b>RADIO</b>	
A. Strategi Dakwah	
1. Pengertian Strategi Dakwah .....	26
2. Jenis Strategi Dakwah.....	28
3. Azas-aas Strategi Dakwah .....	30
4. Strategi Dakwah .....	31
B. Radio	
1. Sejarah Radio Siaran .....	32
2. Program Siaran Radio.....	40
3. Strategi Program .....	42
4. Lembaga Penyiaran di Indonesia .....	46
C. Radio sebagai Media Dakwah	
1. Fungsi Radio sebagai Media Dakwah .....	49
2. Kelebihan Radio sebagai Media Dakwah.....	51
3. Kekurangan Radio sebagai Media Dakwah.....	53
D. Analisis SWOT.....	
	53
<b>BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Profil Radio Republik Indonesia (RRI)	
1. Sejarah LPP RRI.....	57
2. Visi dan Misi LPP RRI .....	66
3. Tri Prasetya RRI .....	69
4. Prinsip Lembaga Penyiaran Publik.....	70

5. Peranan RRI.....	70
B. Gambaran Umum Pro 4 RRI Semarang	
1. Profil Pro 4 RRI Semarang .....	73
2. Struktur Organisasi Pro 4 RRI Semarang ....	76
3. Program Acara Pro 4 RRI Semarang .....	77
C. Program <i>Ngudi Kaswargan</i>	
1. Profil Program <i>Ngudi Kaswargan</i> .....	81
2. Job Descriptions unit kerja Program <i>Ngudi</i> <i>Kaswargan</i> .....	88
D. Strategi Dakwah dalam Program <i>Ngudi</i> <i>Kaswargan</i> .....	89
<b>BAB IV : ANALISIS STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM NGUDI KASWARGAN</b>	
A. Analisis Pemetaan Dakwah .....	94
B. Analisis dalam Menentukan Metode Dakwah ...	103
C. Analisis pada Evaluasi Program <i>Ngudi</i> <i>Kaswargan</i> .....	107
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	112
B. Saran .....	113
C. Penutup .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jadwal Penceramah Program <i>Ngudi Kaswargan</i> . .....	84
Tabel 2. Jadwal materi dan penceramah program <i>Ngudi Kaswargan</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Logo LPP RRI .....	66
------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 2. Daftar Pertanyaan untuk Wawancara
- Lampiran 3. Pola Acara Siaran Programa 4 RRI Semarang tahun 2017
- Lampiran 4. UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab I  
Pasal 1
- Lampiran 5. UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab II  
Pasal 4

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Beragam kemajuan yang dicapai pada zaman modern saat ini telah membawa perubahan diberbagai bidang. Manusia mendapatkan kemudahan dalam menjalani kehidupannya, terutama dalam kemajuan teknologi komunikasi. Hasil kemajuan ini telah membawa pengaruh yang sangat besar terhadap tatanan kehidupan sosial masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi telah mendukung percepatan penyampaian pesan dakwah kepada khalayak. Da'i dituntut untuk lebih kreatif dan menguasai teknologi, agar penyampaian dakwah tidak monoton secara tatap muka atau melalui majlis. Adanya perkembangan teknologi, dakwah Islam tidak lagi menuntut kehadiran masyarakat secara langsung. Salah satu solusinya adalah penyampaian dakwah melalui media massa (Muhtadi, 2012:5).

Radio menjadi salah satu media massa yang dapat digunakan untuk berdakwah. Salah satu kelebihan yang dimiliki oleh radio siaran dan tidak dimiliki oleh media massa lainnya adalah *secondary medium*. *Secondary medium* artinya media kedua, yaitu media yang bisa dinikmati oleh pendengar tanpa harus meninggalkan pekerjaan yang sedang dikerjakan seperti saat menyetir, menyapu, dan bekerja, pendengar tetap dapat mengikuti acara yang disiarkan oleh radio (Riswandi, 2009:4).

Siaran radio tidak terlepas dari ciri khas karakter radio tersebut, seperti radio siaran anak muda yang segmentasinya para remaja, radio berita dan informasi, radio religi, radio dangdut, dan radio bernuansa kedaerahan. Ciri khas yang dimiliki radio inilah dapat mempermudah da'i untuk mengelompokkan mad'unya.

Penggunaan radio sebagai media dakwah dinilai sangat efektif dan efisien, artinya antara biaya, waktu dan tenaga yang digunakan seimbang. Efektif karena melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas, sehingga dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi (mad'u) yang jauh dan tersebar. Dakwah jika dilakukan melalui siaran radio maka akan lebih mudah dan praktis, efektivitas 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.

Program siaran sebagai salah satu *output* dari media radio memiliki fungsi mendidik, menginformasikan, menghibur, mempromosikan, menjadi agen perubahan sosial, serta mentransfer nilai-nilai budaya. Program siaran masing-masing memiliki karakteristik yang sesuai dengan lembaga penyiaran yang menaungi. Contoh lembaga penyiaran salah satunya adalah Radio Republik Indonesia (RRI). Besarnya tugas dan fungsi RRI dalam menyiarkan berita dan informasi telah termuat dalam UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran Bab II Pasal 4, menyebutkan (1) Penyiaran

sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, (2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) Penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.

RRI Semarang merupakan salah satu lembaga penyiaran publik yang berada di wilayah Semarang. RRI di daerah hampir seluruhnya menyelenggarakan siaran dalam tiga program. *Pertama*, Program 1 yang menempati gelombang FM 89.00 MHz dan AM 801 KHz. Pro 1 memiliki sasaran segmen pendengar semua umur (umum), yang menyajikan siaran dalam bentuk informasi dan berita, siaran pendidikan dan kebudayaan, iklan layanan masyarakat dan juga hiburan atau musik. *Kedua*, Pro 2 yang menempati gelombang FM 95.30 MHz, sasaran pendengar Pro 2 adalah kaum muda (remaja) dengan sajian siaran berupa berita dan informasi, pendidikan, kebudayaan, dan hiburan. Pro 4 menempati gelombang FM 82.00 MHz dan AM 801 KHz dengan memusatkan informasi dan acara siaran mengenai kebudayaan Indonesia (Sumber : Arsip Bidang Pengembangan dan Evaluasi Program RRI Semarang) .

Penyiaran publik harus memiliki strategi program yang jelas sebelum memproduksi sebuah acara. Strategi program ini harus disusun bersama antara direktur program dengan para manajer senior lainnya. Menurut Pringle-Starr-Mc Cavitt (1991) terdapat tiga faktor penting yang harus dipertimbangkan pengelola stasiun publik dalam menyusun strategi programnya yaitu: satu, misi atau fungsi utama

keberadaan stasiun publik. Dua, kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Tiga, upaya menggalang dana dari masyarakat (Morissan, 2013:109).

Radio jika dilihat dari segi peluang dapat dikemas menjadi media yang cukup prospektif dan strategis untuk kegiatan dakwah, terutama bila dilihat dari kenyataan bahwa media ini bisa digunakan oleh siapa saja dalam berbagai kondisi dan jaman. Hal yang perlu dipertimbangkan dalam memanfaatkan radio sebagai media dakwah adalah bagaimana mencari model kemasan kegiatan dakwah yang tepat. Dakwah pada radio, kemampuan retorika atau seni berbicara merupakan hal yang mendasar dimiliki oleh komunikator dalam hal ini da'i (penceramah). Kemampuan retorika yang baik akan menunjang minat masyarakat untuk mendengarkan sebuah program acara di radio, terlebih untuk acara ceramah.

Strategi, metode, dan pendekatan yang digunakan oleh pendakwah disesuaikan dengan sasaran dakwahnya, dengan demikian keberhasilan dakwah lebih bersifat kasuistik. Strategi dakwah yang digunakan oleh program acara *Ngudi Kaswargan* misalnya, karena sasaran dakwahnya merupakan masyarakat pesisiran utara (pantura) maka dalam menyampaikan pesan dakwahnya pendakwah menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat pesisir berupa bahasa Jawa *krama-ngoko*. Materi siaran juga disesuaikan dengan kebutuhan pendengar serta disampaikan dengan bahasa yang ringan.

Salah satu faktor keberhasilan kegiatan dakwah adalah bagaimana seorang pendakwah dapat memahami kondisi mad'unya, sehingga pesan dakwah yang disampaikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh mad'u. Penetapan metode dakwah juga dapat menjadi penunjang keberhasilan dakwah, misalnya pada program *Ngudi Kaswargan*, karena sasaran dakwahnya heterogen berupa masyarakat pesisiran dan perkotaan maka materi dakwah disampaikan dikemas dengan bahasa dan materi yang ringan sesuai dengan apa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari sehingga mampu menjawab problematika yang ada pada kondisi mad'u tersebut.

Radio merupakan bentuk komunikasi satu arah, sehingga pemahaman pada pendengaran diupayakan berupa struktur bahasa yang sederhana. Melalui radio, makna suatu pesan disampaikan menggunakan suara, penyiar harus tahu kapan saat memberi penekanan pada kata-kata, suku kata, maupun perubahan pola penuturan bahasa yang berhubungan dengan keras lemahnya suara. Upayakan berbicara dengan pendengar secara pribadi (individual), sekalipun aktifitas ini ditujukan kepada orang banyak (Olii, 2006:18). Dengan demikian, sekalipun *Ngudi Kaswargan* menggunakan bahasa siaran berbahasa Jawa akan tetapi khalayak dapat mudah menangkap pesan yang disampaikan oleh penceramah, karena bahasa yang digunakan merupakan bahasa sehari-hari masyarakat pesisiran berupa Jawa *krama-ngoko* dan disampaikan secara pelan.

Radio khusus siaran dakwah dewasa ini semakin merebak, munculnya berbagai radio dakwah semakin memudahkan pendengar untuk lebih fokus mengikuti program kajian agama. Peran RRI dalam kegiatan berdakwah salah satunya adalah melalui program siaran yang mengandung pesan ajaran agama Islam, baik menggunakan metode ceramah maupun tanya jawab. Salah satu contohnya adalah program ceramah *Ngudi Kaswargan* yang disiarkan oleh Pro 4 RRI Semarang. Program acara ini jika tidak diimbangi dengan strategi dakwah yang baik, maka siaran dakwah yang diudarakan oleh Pro 4 dapat ditinggalkan oleh para pendengar. Kegiatan dakwah akan berjalan dengan lancar apabila pendakwah dapat memahami bagaimana karakter mad'unya. Dakwah melalui radio memerlukan strategi dakwah yang sistematis agar pesan dakwah dapat tersampaikan sesuai sasaran.

Strategi dakwah merupakan hal yang harus dipertimbangkan secara matang, karena strategi dakwah menentukan keberhasilan suatu kegiatan dakwah. Dalam kasus ini, program *Ngudi Kaswargan* telah merancang pola strategi dakwahnya, salah satu strategi dakwah yang dilakukan adalah mengenali sasaran dakwah. Langkah pertama ketika akan melakukan kegiatan dakwah adalah dengan mengenali sasaran dakwahnya, hal ini dilakukan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh mad'u. Sasaran dakwah program *Ngudi Kaswargan* adalah masyarakat Jawa Tengah, dengan letak geografisnya berupa pesisir utara serta masyarakat perkotaan. Letak stasiun RRI Semarang

berada di wilayah kota Semarang, sehingga sasaran dakwahnya selain masyarakat pesisiran juga termasuk masyarakat perkotaan.

Program adalah salah satu faktor penting yang menentukan dan mendukung keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio, karena sebuah program yang bagus akan mempunyai banyak pendengar serta akan membawa audien mengenali suatu stasiun penyiaran. Program-program yang diudarkan oleh Pro 4 sebagian besar mengandung muatan kebudayaan, sehingga hal tersebut dapat menjadi identitas bahwa Pro 4 merupakan saluran radio dengan kanal siaran kebudayaan. Kebudayaan yang disiarkan oleh Pro 4 RRI Semarang lebih menonjolkan pada kebudayaan Jawa, hal ini dikarenakan letak RRI Semarang yang berada di wilayah regional Jawa Tengah.

Bahasa siar yang digunakan oleh Pro 4 RRI Semarang selain menggunakan bahasa Indonesia juga menggunakan bahasa Jawa, baik bahasa Jawa *krama inggil* maupun *krama-ngoko*. Penggunaan bahasa siar ini merupakan hal yang penting, karena pendengar akan cenderung mencari saluran dengan bahasa yang mudah dipahami. Dengan demikian, dibutuhkan kemampuan mengelola dan memahami audien agar program yang diudarkan dapat diminati oleh pendengar. Pada Pro 4 RRI Semarang, penggunaan bahasa Jawa *krama inggil* untuk acara kebudayaan, seperti siaran pagelaran wayang maupun siaran seni Jawa lainnya. Program talk show Pro 4 RRI Semarang menggunakan bahasa Jawa *krama-ngoko*, sesuai

dengan bahasa sehari-hari masyarakat Jawa Tengah.

Salah satu program siaran di LPP RRI Semarang yang mengandung kegiatan dakwah yaitu program siaran *Ngudi Kaswargan*. *Ngudi Kaswargan* berasal dari bahasa Jawa “*Ngudi*” berarti mencari, dan “*Kaswargan*” berarti surga, sehingga *Ngudi Kaswargan* berarti mencari surga. *Ngudi Kaswargan* merupakan program acara dakwah agama Islam yang siarannya menggunakan bahasa Jawa *krama-ngoko*, dengan format acara *recording* atau rekaman. Narasumber (penceramah) melakukan rekaman terhadap materi siaran, kemudian diudarakan sesuai jadwal. Komunikasi yang dilakukan dalam program acara *Ngudi Kaswargan* adalah searah, karena tidak membuka sesi interaktif kepada pendengar. Program acara ini disiarkan setiap hari, mulai pukul 17:00 hingga 17:30 WIB.

*Ngudi Kaswargan* diudarakan pukul 17:00 hingga 17:30 WIB karena pada jam tersebut sebagian dari masyarakat telah selesai menjalankan rutinitasnya, sehingga dengan adanya program *Ngudi Kaswargan* ini diharapkan mampu menyejukkan bathin para pendengarnya. Penempatan jadwal siaran program acara *Ngudi Kaswargan* pada pukul 17:00 merupakan salah satu implementasi dari kegiatan strategi dakwah. Khalayak atau sasaran dakwah dapat mengisi waktu untuk menantikan adzan maghrib dengan mengikuti program siaran *Ngudi Kaswargan*. (Hasil wawancara dengan kepala seksi Pro 4 RRI Semarang, Dra Sri Sulistyoningsih. 18 Agustus 2017).

Kehadiran program *Ngudi Kaswargan* diharapkan dapat mengingatkan khalayak untuk mendekati diri kepada Allah. Hal ini terlihat dari tujuan yang ingin dicapai oleh program *Ngudi Kaswargan* yaitu memberikan pencerahan kepada pendengar sesuai ajaran Islam agar senantiasa mengingat bahwa akhir dari sebuah kehidupan adalah akhirat.

Kehadiran radio sebagai media dakwah memang dibutuhkan, namun bagaimana mengemas strategi dakwah melalui media radio agar lebih efektif merupakan hal yang perlu dikaji lebih dalam oleh lembaga-lembaga dakwah. Terkait dengan efektivitas tersebut maka ada hal yang paling mendasar yang perlu dikaji yakni berkaitan dengan strategi dakwah dalam 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 ketimbang format program lainnya. Program radio merupakan salah satu mata acara yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berdakwah, karena itulah perlu adanya strategi dakwah yang sistematis dalam menjalankan misi dakwahnya. Dengan demikian, penulis perlu mengkaji strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis merumuskan dalam permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana strategi dakwah dalam program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas mengenai strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 Radio Republik Indonesia (RRI) Semarang dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak pendengar.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan penulis dalam bidang strategi dakwah di media massa khususnya radio.

#### **b. Manfaat secara Praktis**

*Pertama*, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh instansi atau lembaga yang berkepentingan bagi penggerak dakwah dalam merumuskan strategi dakwah di media massa, baik media elektronik maupun media cetak. *Kedua*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi keilmuan baru bagi peneliti selanjutnya maupun bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, khususnya pada konsentrasi radio. *Ketiga*,

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Lembaga Penyiaran Publik RRI Semarang dalam mengembangkan siaran dakwah.

## **E. TINJAUAN PUSTAKA**

Agar penelitian ini lebih terarah, ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai bahan rujukan. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Sutarti yang berjudul “Persepsi Komunitas Pendengar terhadap Ceramah Dakwah Berbahasa Jawa KH. Ahmad Anas M.Ag dalam Program *Ngudi Kaswargan* di RRI Semarang”, (Semarang: UIN Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh saudari Sutarti berfokus pada bagaimana persepsi komunitas pendengar khususnya dalam hal ini PAPPERIS terhadap ceramah dakwah KH. Ahmad Anas M.Ag dalam program *Ngudi Kaswargan*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi komunitas pendengar terhadap ceramah dakwah berbahasa Jawa KH. Ahmad Anas M.Ag dalam program *Ngudi Kaswargan* di RRI Semarang.

Saudari Sutarti dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif yaitu menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Adapun metode yang digunakan untuk menggali data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi pendengar

radio yang masuk dalam komunitas PAPPERRIS, bahwa program dakwah berbahasa Jawa *Ngudi Kaswargan* yang disajikan Pro 4 RRI Semarang cukup baik dan menarik untuk didengarkan karena dalam penyampaian dakwahnya narasumber lebih komunikatif sehingga mudah difahami dan dicerna oleh pendengar.

Penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian saudara Sutarti memiliki kesamaan objek yaitu meneliti tentang program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Sutarti berfokus pada bagaimana persepsi komunitas pendengar khususnya dalam hal ini PAPPERIS terhadap ceramah dakwah KH. Ahmad Anas M.Ag dalam program *Ngudi Kaswargan*. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus tentang bagaimana strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan*, sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima baik oleh pendengar. Tujuan dari penelitian yang saudara Sutarti lakukan adalah untuk mengetahui persepsi komunitas pendengar terhadap ceramah dakwah berbahasa Jawa KH. Ahmad Anas M.Ag dalam program *Ngudi Kaswargan* di RRI Semarang. Sedangkan tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas mengenai strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 Radio Republik Indonesia (RRI) Semarang dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak pendengar.

Jenis penelitian saudara Sutarti dan penelitian yang penulis lakukan merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Informasi atau data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Musta'in Abdullah dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi Dakwah pada Radio Rama FM, Yogyakarta (Studi terhadap Format Komunikasi Program Religi Embun Pagi)”. (Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Musta'in Abdullah fokus mendeskripsikan bagaimana format komunikasi program religi Embun Pagi pada Radio Rama FM dalam memberikan solusi atas problem sosial masyarakat dalam persepektif Islam dan mengetahui strategi penyiar radio Rama FM dalam membawakan program religi Embun Pagi.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan format komunikasi program Religi Embun Pagi dalam memberikan solusi atas problem sosial masyarakat dalam perspektif Islam. Tujuan yang kedua adalah untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar Radio Rama Fm dalam membawakan program Religi Embun Pagi. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, peneliti menggambarkan fakta dari semua hasil penelitian dilapangan kemudian menganalisa dan menginterpretasikannya sehingga dapat ditarik benang merah dari strategi komunikasi dakwah khususnya format komunikasi yang ditelitinya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah adanya korelasi secara positif atas respon pendengar Rama FM terhadap format komunikasi dalam program Embun Pagi. Penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian di atas kesamaannya terletak pada metode penelitian dan pengumpulan data, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengumpulkan data dengan cara observasi, dokumentasi, serta wawancara.

*Ketiga*, penelitian yang ditulis oleh Muhammad Idris yang berjudul ”Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam Pengembangan Potensi Diri Kaum Tunanetra di Mijen Kota Semarang” (Semarang : UIN Walisongo, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2015). Muhammad Idris meneliti tentang bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam mengembangkan potensi diri tunanetra dan apa sajakah faktor pendukung dan penghambat selama proses pengembangan potensi diri tunanetra di Yayasan Komunitas Sahabat Mata?. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam mengembangkan potensi diri tunanetra dan Faktor pendukung dan penghambat selama proses pengembangan potensi diri tunanetra di Yayasan Komunitas Sahabat Mata.

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi; wawancara dan observasi. Wawancara untuk memperoleh data primer, sedangkan

dokumentasi untuk mendapatkan data sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis data kualitatif.

Penelitian yang akan penulis lakukan memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Idris, yaitu sama meneliti tentang strategi dakwah. Muhammad Idris meneliti strategi dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata, sedangkan penelitian yang penulis lakukan meneliti strategi dakwah program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang. Tujuan dari penelitian yang Muhammad Idris lakukan adalah untuk mengetahui strategi dakwah yayasan komunitas Sahabat Mata dalam pengembangan potensi diri pada kaum tunenetra. Tujuan yang kedua adalah untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat selama proses pengembangan potensi diri tunanetra di Yayasan Komunitas Sahabat Mata. Sedangkan tujuan yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas mengenai strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 Radio Republik Indonesia (RRI) Semarang dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak pendengar.

*Keempat*, skripsi yang ditulis oleh Rafardhan Irfan Alaric dengan judul “Strategi Radio Silaturahmi AM 720 Cibubur Bekasi dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Media Dakwah” (Semarang : UIN Walisongo, 2015). Skripsi yang ditulis oleh Rafardhan berfokus pada strategi yang digunakan oleh Radio Silaturahmi AM 720 Cibubur-Bekasi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh Radio Silaturahmi AM 720 Cibubur-Bekasi dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah. Penelitian yang dilakukan oleh Rafardhan merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif, teknik pengumpulan data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum strategi yang digunakan oleh radio Silaturahmi dalam mempertahankan eksistensinya merupakan implementasi dari strategi komunikasi dan strategi penyiaran radio, strategi komunikasi dilakukan baik secara internal maupun eksternal. Secara eksternal yaitu melakukan rapat evaluasi setiap bulan, dan secara internal melakukan ekspansi jaringan radio yaitu menjadikan Radio Silaturahmi sebagai radio berjaringan.

Penelitian yang akan penulis lakukan memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh saudara Rafardhan. Relevansinya terletak pada fokus penelitian yaitu sama meneliti mengenai strategi, jika Rafardhan berfokus pada strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh Rafardhan dengan penelitian yang akan penulis lakukan merupakan penelitian kualitatif dengan metode

analisis deskriptif, teknik pengumpulan data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

*Kelima*, skripsi yang ditulis oleh Ahmad Afandi dengan judul “Strategi Dakwah forum Lingkar Pena (FLP) Cabang Semarang dalam Mengembangkan Jurnalistik Islami di Kota Semarang” (Semarang : UIN Walisongo, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Afandi berfokus pada strategi dakwah yang digunakan oleh Forum Lingkar Pena (FLP) cabang Semarang dalam mengembangkan jurnalistik Islami di kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji lebih dalam tentang strategi dakwah, faktor penghambat dan pendukung FLP cabang Semarang dalam mengembangkan jurnalistik Islami di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari dokumentasi, observasi, dan wawancara.

Hasil dari penelitian ini adalah pertama, strategi dakwah yang diterapkan Forum Lingkar Pena (FLP) cabang Semarang meliputi : (a) strategi pelatihan jurnalistik, strategi ini termasuk dalam strategi taklim. Strategi taklim yaitu memberikan pendidikan tentang pemahaman seluk beluk jurnalistik dan Islam. (b) Strategi kerjasama dengan penerbit, strategi ini termasuk dalam teori jaringan. Teori jaringan adalah struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi diantara sejumlah individu dan kelompok yang berbentuk menjalin kerjasama dengan penerbit. Strategi ini sebagai jembatan atau

penghubung hasil karya FLP cabang Semarang agar dapat dinikmati oleh masyarakat.

Kedua, (a) faktor penghambatnya adalah komunikasi, koordnasi masih kurang optimal, manajemen masih lemah, dan SDM yang tidak sesuai harapan. (b) faktor pendukungnya adalah memiliki tokoh yang ahli dibidang jurnalistik dan cukup dikenal, organisasinya terstruktur, memiliki mitra kerja yang sudah beraliansi dengan FLP.

Skripsi yang ditulis oleh saudara Ahmad Afendi memiliki relevansi dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu keduanya sama meneliti tentang strategi dakwah akan tetapi objek penelitiannya berbeda. Jika Ahmad Afendi meneliti tentang strategi dakwah yang diterapkan oleh Forum Lingkar Pena (FLP) cabang Semarang, sedangkan penulis akan meneliti tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh program acara *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang. Kedua penelitian ini menggunakan metode dan teknik pengumpulan data yang sama, yaitu metode analisis deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi.

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti

pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi fenomena yang diamati (Sarosa, 2012:7). Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2012:9).

Pendekatan merupakan sudut pandang atau cara melihat dan memperlakukan sesuatu yang menjadi perhatian atau masalah yang dikaji (Muhtadi, dkk, 2003:107). Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran hasil analisis dari informasi narasumber (informan) (Sukandarrumidi, 2012:104).

## **2. Definisi Konseptual**

Untuk memberi gambaran yang jelas serta menghindari segala penafsiran yang berbeda dalam pembahasan skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang” maka penulis perlu memberikan batasan-batasan istilah sebagai berikut:

### **a. Strategi Dakwah**

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 ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:50).

Penelitian ini akan meneliti tentang strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang yang meliputi : membuat plot atau jadwal siaran, memilih narasumber, menyampaikan isi materi dengan bahasa yang ringan, menggunakan topik yang dibutuhkan oleh pendengar atau topik disesuaikan dengan *event* kalender, misalnya hari raya qurban, tahun baru hijriyah, dan yang terakhir program acara ini bersifat rekaman.

b. Program Siaran

Menurut Djamal (2011:159) program siaran merupakan suatu bagian atau segmen dari isi siaran secara keseluruhan, sehingga dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Masing-masing program siaran ini menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu, tergantung dengan jenis programnya yaitu hiburan, atau berita. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti salah satu program acara di Pro 4 RRI Semarang yaitu *Ngudi Kaswargan*, yang diudarkan setiap hari mulai pukul 17:00 WIB hingga pukul 17:30 WIB.

*Ngudi Kaswargan* merupakan acara ceramah agama Islam yang dikemas dengan menggunakan bahasa jawa *krama-ngoko*. Acara ini disiarkan secara *recording* (rekaman) yaitu narasumber (penceramah) terlebih dahulu melakukan rekaman terhadap materi yang akan disampaikan, sehingga pada saat diudarkan tidak membuka sesi interaktif terhadap pendengar.

Tujuan dari program acara *Ngudi Kaswargan* adalah memberikan pencerahan kepada pendengar sesuai dengan ajaran Islam, dan guna mengisi waktu untuk menanti adzan maghrib.

### **3. Jenis dan Sumber Data**

Ditinjau dari tujuan penelitian, maka dapat digolongkan sumber data menjadi dua golongan. Pertama, sumber data primer yaitu sumber data yang memberikan data langsung dari tangan pertama. Kedua, sumber data sekunder yaitu data yang dikutip dari sumber lain (Surakhmad, 1982:134).

#### **a. Sumber primer**

Hasil wawancara dari: Kepala seksi Pro 4 RRI Semarang, penyiar, staff bagian program acara, dan pendengar/PAPPERIS (Paguyuban Pendengar RRI Semarang).

#### **b. Sumber sekunder**

Sumber sekunder sebagai penunjang yang dijadikan alat bantu dalam menganalisis terhadap permasalahan yang muncul. Data sekunder didapatkan dari buku-buku, majalah, dan tulisan-tulisan atau dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan langsung dan tatap muka (*face to face*) dengan maksud tertentu (Arikunto, 1998:115). Wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur, dalam melaksanakan interview pewawancara membawa pedoman garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan (Sarosa, 2012:47). Metode ini digunakan untuk memperoleh keterangan bagi tujuan penelitian dan mengetahui lebih lanjut tentang keberadaan RRI sebagai radio publik milik bangsa, dengan cara mewawancarai Kepala Seksi Pro 4, penyiar, staff bagian program acara siaran *Ngudi Kaswargan*, dan pendengar/PAPPERIS.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu dengan sistematis atas fenomena yang diselidiki. Penelitian yang penulis lakukan termasuk jenis observasi partisipasi pasif, yaitu peneliti datang ke studio Pro 4 RRI Semarang akan tetapi tidak ikut dalam produksi program acara siaran *Ngudi Kaswargan* (Sugiyono, 2012:227). Metode ini digunakan penulis untuk pengamatan langsung strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas yang sudah berlalu. Dokumentasi digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, agenda, arsip, atau data-data yang mempunyai nilai historis. Dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data-data primer dengan menggunakan rekaman pada saat acara berlangsung, selain itu juga mendokumentasikan data sekunder berupa catatan-catatan sebagai bahan untuk menganalisa data (Sugiyono, 2012:240).

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial akademis dan ilmiah (Suprayogo, 2001:191). Pada tahapan ini, data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

Penulis menggunakan analisis data model alur Miles dan Huberman, dimana dalam menjelaskan analisis data melalui tiga alur yaitu :

a. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

b. Penyajian data

Pada alur ini seluruh data di lapangan yang berupa dokumen, hasil wawancara dan hasil observasi akan dianalisis sehingga dapat memunculkan deskriptif tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh *Program Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang penulis peroleh melalui penelitian ini (Miles, 1992:16).

## **G. Sistematika Penulisan**

Agar memudahkan penulis dalam penelitian ini, maka perlu sistematika pembahasan yang sistematis. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan pemahaman yang jelas dan menyeluruh. Sistematika penulisan penelitian ini meliputi :

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pokok bahasan dalam bab ini adalah: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II KERANGKA TEORI**

Pokok bahasan dalam bab ini mengenai pengertian strategi dakwah, radio siaran, radio sebagai media dakwah, dan analisis SWOT.

## **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Pokok bahasan dalam bab ini adalah mengenai gambaran secara umum Radio Republik Indonesia Semarang, yang meliputi: profil RRI Semarang, profil Pro 4, program acara *Ngudi Kaswargan* serta strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang.

## **BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM *NGUDI KASWARGAN* DI PRO 4 RRI SEMARANG**

Bab ini berisi hasil penelitian yang meliputi analisis SWOT pada strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian dan kritik serta saran bagi penulis atas karya ilmiah ini guna memperbaiki penelitian yang akan mendatang guna mendapatkan hasil yang maksimal.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Strategi Dakwah

##### 1. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang artinya tentara. Definisi klasik tentang strategi semula berasal dari kalangan militer, bahwa strategi adalah cara yang terbaik untuk menggunakan dana, daya, dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu pertempuran (Siagian, 1994:16). K. Andrews dikutip Mudrajad Kuncoro (2005:1).mengatakan bahwa strategi adalah pola sasaran, tujuan, dan kebijakan atau rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan.

Mintzberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan empat hal, yaitu :

- a) *Strategy as plan*, yaitu strategi merupakan rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b) *Strategy as pattern*, yaitu strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c) *Strategy as position*, yaitu strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan produk atau jasa tertentu dalam pasar yang spesifik.

- d) *Strategy as a perspective*, yaitu strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan versi dan budaya organisasi (Mintzberg, 1991:23-28).

Chandler yang dikutip oleh Freddy Rangkuti mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti, 2015:3). Sehingga dapat dipahami bahwa strategi merupakan konsep atau kerangka berikir, sedangkan metode merupakan penerapan dari kerangka berfikir tersebut. Secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.

Strategi dakwah merupakan perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah (Aziz, 2004:349). Menurut Syukir (1983:32) strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, yang digunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.

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

ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:56).

Berdakwah hukumnya wajib bagi setiap orang muslim. Dasar hukum kewajiban dakwah termuat dalam beberapa ayat dan hadist. Seperti dalam Qs. An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِّلْهُمْ بِأَتَىٰ  
هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

*Artinya :Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Qs. An-Nahl 125).*

## 2. Jenis Strategi Dakwah

Keberhasilan dalam berdakwah diperlukan berbagai faktor penunjang diantaranya adalah strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah Islam mengena pada sasaran. Pada era globalisasi dan era informasi saat ini diperlukan penerapan dakwah yang dapat menjangkau dan mengimbangi kemajuan teknologi tersebut, dengan demikian dakwah harus dikembangkan melalui strategi pendekatan. Penerapan stratetegi dakwah yang

sesuai dengan kondisi mad'u akan menghasilkan dakwah yang tepat (Amin, 2009:100).

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk:

a) Strategi Sentimentil

Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin sasaran dakwah (mad'u). Memberi nasihat yang mengesankan kepada mad'u, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode dalam strategi ini. Metode ini sesuai untuk sasaran dakwah yang masih awam (lemah ilmunya), para muallaf, orang-orang yang dianggap lemah seperti kaum perempuan, anak-anak, dan orang miskin.

b) Strategi Rasional

Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqli*) adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.

c) Strategi Indrawi

Strategi Indrawi (*al-manhaj al-bissi*) dapat dinamakan sebagai strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Metode

yang dihimpun dalam strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama. (Aziz, 2004:351-353).

### 3. Azas-azas Dakwah

Menurut Asmuni Syukir yang dikutip oleh Saerozi (2013, 48-49) strategi dakwah yang dipergunakan dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah, antara lain :

*Pertama*, azas filosofis. Azas ini membicarakan masalah yang erat kaitannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah. Kedua, azas kemampuan dan keahlian da'i, yaitu azas yang membahas mengenai kemampuan dan profesionalisme da'i sebagai subjek dakwah. Rasa percaya mad'u terhadap da'i akan terukur oleh latar belakang da'i.

*Ketiga*, azas sosiologis. Azas ini mengenai masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya situasi politik, ekonomi, keamanan, dan kehidupan beragama di masyarakat yang sepenuhnya diarahkan pada persaudaraan yang kokoh, sehingga tidak ada sekat diantara elemen dakwah baik pada obyek maupun subjek dakwah.

*Keempat*, azas psikologis. Azas ini membahas masalah yang erat kaitannya dengan kejiwaan manusia. Tujuan azas ini adalah agar da'i dapat memahami karakter sasaran dakwah, sehingga aktivitas dakwah dapat berjalan dengan baik.

*Kelima*, azas efektivitas dan efisiensi. Azas ini menekankan pada usaha melaksanakan kegiatan dakwah dengan

semaksimal mungkin sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan dari azas ini adalah dakwah harus menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasil kegiatan dakwah.

#### **4. Strategi Dakwah**

Menurut Saerozi (2013:54-55) agar kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan tujuan, maka ada beberapa strategi dakwah yang dapat dilakukan. Yaitu :

(a) Pemetaan Dakwah

Pemetaan dakwah dilakukan dengan membangun hubungan kemanusiaan, menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi yang bisa dikembangkan, menganalisa sumber daya manusia dan non manusia, memperjelas secara gamblang sasaran atau tujuan dakwah, merumuskan masalah pokok umat Islam, merumuskan isi dakwah, mengintensifkan dialog guna membangun kesadaran umat akan kemajuan masyarakat Islam.

(b) Menentukan Bentuk Dakwah

Menentukan bentuk dakwah yaitu menganalisa hasil pemetaan, agar dakwah yang akan dilakukan sesuai dengan keadaan. Dakwah dapat dilakukan melalui beberapa metode, yaitu bil lisan, bil hal, fardliyah, fundamental, kultural, atau moderat.

- (c) Membuat Langkah-langkah atau Strategi Pelaksanaan Dakwah

Langkah-langkah pelaksanaan dakwah dibuat secara cermat, tepat, fokus, sesuai dengan pola dakwah yang telah ditentukan agar tujuan dakwah dapat tercapai tepat pada sasaran.

- (d) Evaluasi Kegiatan Dakwah

Evaluasi dakwah dilaksanakan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah yang dilaksanakan sesuai pada perencanaan atau tidak, serta sebagai tolak ukur sejauh mana keberhasilan dakwah dapat dicapai. Evaluasi dakwah dilaksanakan pada saat kegiatan dakwah dan setelah pelaksanaan dakwah, untuk mengetahui sejauh mana kekurangan, hambatan, peluang, dan tantangan dakwah agar kemudian ditemukan perbaikan yang meliputi sisi pembenahan, pembinaan, dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan mendatang.

## **B. Radio**

### **1. Sejarah Radio Siaran**

#### **a) Sejarah Penemuan Radio Siaran**

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887

berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya yang dilakukan oleh Hertz kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi (1874-1937) yang sukses mengirimkan sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirimkan oleh Marconi berhasil menyeberangi Samudera Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik (Morissan, 2015:4).

Peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1912, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal

Inggris RMS Titanic yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Termasuk komunikasi antara operator di kapal yang sedang tenggelam dengan kapal terdekat, serta komunikasi ke stasiun darat untuk mendata korban yang diselamatkan (Oeramahi, 2012:122).

Seiring dengan munculnya berbagai stasiun radio, peran radio sebagai media massa semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat. Pada tahun 1938, masyarakat Manhattan, New Jersey, Amerika Serikat panik dan geger serta banyak yang mengungsi ke luar kota ketika stasiun radio CBS menyiarkan drama radio yang menceritakan makhluk ruang angkasa yang menyerang bumi. Meskipun sudah dijelaskan bahwa

peristiwa serbuan itu hanya ada dalam siaran radio, namun kebanyakan penduduk tidak langsung percaya. Dalam sejarah siaran, peristiwa tersebut tercatat sebagai efek siaran paling dramatik yang pernah terjadi di muka bumi ini.

Pertengahan tahun 1930-an, Edwin Howard Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM). Radio penemuan Armstrong berbeda dengan radio yang banyak di pasaran, ketika itu menggunakan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi). Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih, dan bebas dari gangguan siaran. Armstrong kemudian mendemonstrasikan penemuannya kepada David Sarnof, pimpinan perusahaan Radio Corporation America (RCA) yang merupakan perusahaan pembuat pesawat radio sitem AM. Namun RCA lebih tertarik untuk mengembangkan televisi.

Perang Dunia II juga berdampak pada penemuan Armstrong, karena perang dunia II maka penemuan Armstrong belum sempat dikembangkan. Selain akibat perang, pengembangan radio FM juga tertunda karena kalangan industri ketika itu lebih tertarik untuk mengembangkan televisi. Radio FM baru muncul di masyarakat pada tahun 1960-an seiring dengan dibukanya beberapa stasiun radio

FM, dengan memanfaatkan keunggulan kejernihan suara radio FM (Morissan, 2015:5).

#### **b) Sejarah Radio Siaran di Indonesia**

Pada tanggal 8 Maret 1942, secara resmi pemerintah Hindia-Belanda telah menandatangani penyerahan kekuasaan kepada Jepang. Daerah Indonesia ditempatkan dibawah pemerintahan Militer Jepang, segala kegiatan politik dilaksanakan untuk menjamin tercapainya tujuan ekspansi Jepang. Jepang juga mengambil alih radio dengan menghentikan kegiatan PPRK (Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran) yang memulai siaran pertamanya pada 1 November 1940 (Djamal, 2015:14-15).

Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK) merupakan forum yang menyiarkan program bernuansa kebangsaan, maka pemerintah Hindia-Belanda menggunakan NIROM untuk menyebarluaskan doktrin “*etische Politica*” (etika politik) guna mengimbangi semakin meningkatnya pergerakan kebangsaan di Indonesia waktu itu. NIROM (Nederlands Indische Radio Omrop) merupakan radio yang operasionalnya tercatat cukup besar, karena mendapat bantuan pemerintah Hindia Belanda berupa kewenangan mengutip pajak (iuran) radio dari pemilik pesawat penerima siaran radio.

Setelah tugas dan pengelolaan radio diambil oleh Jepang, selanjutnya dibentuk suatu jawatan yang mengurus siaran radio yang disebut *Nippon Hosō Kanri Kyoku* (radio militer Jepang). Pusat radio Jepang berada di Jakarta, di jalan Merdeka Barat no.3-4 Jakarta Pusat (lokasi gedung RRI sekarang). Di Sumatera berpusat di Bukittinggi, serta di kota-kota besar didirikan cabang Hosō Kyoku seperti Bandung, Purwokerto, Yogyakarta, Surakarta, Malang, Surabaya, Semarang, Medan, Padang, dan Makassar. Selama enam bulan setelah Jepang berkuasa, bahasa siaran masih menggunakan bahasa Belanda, Inggris, Perancis, dan Arab (Oeramahi, 2012:124-125).

Stasiun Radio di daerah yang berasal dari zaman Belanda dan Jepang kemudian menjadi cikal bakal RRI stasiun daerah yang bersangkutan dengan nama Stasiun Nusantara, Stasiun Regional-I, dan Stasiun Regional II, sesuai dengan tingkatan daerahnya, provinsi, dan kabupaten. Strata stasiun RRI berubah seiring dengan diundangkannya PP No. 12/2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik RRI, maka strata stasiun penyiaran RRI menjadi kelas A, kelas B, dan kelas C. RRI merupakan radio yang mempunyai jaringan siaran terbesar di Indonesia, yaitu memiliki 60 stasiun penyiaran dengan 191 program di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan

Universitas Indonesia pada tahun 2003, RRI telah menangkau 83 persen penduduk Indonesia.

Penyiaran radio memiliki peranan penting dalam sejarah kemerdekaan Indonesia. Pada tanggal 14 Agustus 1945, Bung Karno dan Bung Hatta tiba dari Saigon. Dalam wawancaranya di bandara, Bung Karno mengatakan bahwa untuk memperoleh kemerdekaan tidak perlu menunggu jagung berbunga. Pernyataan tersebut dikutip dari ramalan Joyoboyo. Pada waktu itu tidak ada yang tahu bahwa Tenno Heika (Kaisar Jepang) telah menyatakan menyerah kepada sekutu.

Keesokan harinya pada tanggal 15 Agustus 1945, ruang lobi radio Jepang di Jakarta yang bisanya ramai terlihat lengang. Kemudian Mochtar Lubis datang ke studio menginformasikan bahwa Jepang telah menyerah, informasi ini diperolehnya dari siaran BBC karena ia bekerja dibagian monitoring. Kepala bagian umum Radio Jepang, Okonogi mengumumkan bahwa seluruh pegawai radio telah berada di dalam kompleks telah disandera. Siaran luar negeri tidak boleh mengudara, hanya siaran dalam negeri yang diperbolehkan.

Pada tanggal 16 Agustus 1945 tidak terjadi apa-apa, kompleks radio tetap dijaga ketat. Siaran dalam negeri

berjalan seperti biasa menyiarkan lagu-lagu Jepang dan Indonesia, serta masih memanipulasi “kemenangan” Jepang.

Pada pagi harinya tanggal 17 Agustus 1945, siaran dalam negeri terus berjalan. Siaran berita diudarkan dari kantor Domei (kantor berita Jepang), sementara pegawai yang ada di kantor tetap dalam kondisi dikonsiyasi. Pukul 09.00 WIB Des Alwi, operator radio yang tidak disandera berhasil masuk ke studio dan menginformasikan bahwa Indonesia telah merdeka. Sekitar pukul 17.30, seorang wartawan Domei membawa teks proklamasi yang diterima dari Adam Malik untuk disiarkan melalui radio.

Pada pukul 18:00 WIB para petugas pemberitaan, siaran, dan teknik berunding di ruangan pemberitaan untuk mencari kesempatan menyiarkan teks proklamasi. Pukul 19:00 WIB teks proklamasi diacakan secara bergantian dalam bahasa Indonesia oleh Jusuf Ronodiputro, dan Suprpto dalam bahasa Inggris. Penyiaran teks proklamasi tersebut melalui radio di Jakarta, berlangsung berkali-kali selama 15 menit dan secara bersamaan dilakukan juga oleh radio Bandung melalui gelombang 13,16,19,25 dan 40 dengan penyiar seperti Sakti Alamsyah, Abdul Hanan, dan Sjam Amir.

Guna mengantisipasi kemungkinan yang terjadi setelah pembacaan teks proklamasi, maka di Jakarta para

pegawai siaran dan teknik berkumpul. Pada pukul 20:30 para prajurit Jepang datang ke ruang pemberitaan, karena peristiwa penyiaran teks proklamasi tanpa izin. Kemudian para pembaca teks disiksa oleh prajurit Jepang. Jenderal Hosokawa Kyoku Tomobaci selanjutnya datang ke studio dan membubarkan penyanderaan serta memberhentikan seluruh siaran, termasuk siaran yang ada di Bandung diberhentikan pada pukul 21:00 WIB.

Setelah stasiun penyiaran *Nippon Hosokawa Kanri Kyoku* (radio militer Jepang) tidak digunakan lagi, maka para pejuang radio segera mengupayakan instalasi ulang pemancar radio siaran perjuangan yang dikordinasikan oleh dr. Abdul Rachman Saleh. Suku cadang pemancar dicuri dari gudang *Hosokawa Kanri Kyoku*. Pemancar yang telah selesai di instalasi ulang kemudian dibawa secara sembunyi-sembunyi ke laboratorium sekolah kedokteran di Salemba.

Pada tanggal 25 Agustus 1945, presiden Soekarno melakukan pidato radio melalui pemancar bersejarah itu, dengan kekuatan 50 watt. Pengantar siaran yang digunakan saat itu adalah "*this is the voice of free Indonesia*" siaran dibuka dan ditutup dengan lagu kebangsaan Indonesia Raya (Djamil, 2015:16-18).

## 2. Program Siaran Radio

Program siaran merupakan suatu bagian atau segmen dari isi siaran secara keseluruhan, sehingga dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Masing-masing program siaran ini menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu, tergantung dengan jenis programnya yaitu hiburan, atau berita (Djamal, 2011:159).

Program siaran adalah rangkaian penyelenggaraan penyiaran yang teratur dan menggambarkan interaksi berbagai elemen di dalamnya. Format siaran di radio banyak macamnya, sesuai dengan tujuan atau target pendengarnya. Umumnya acara radio terdiri dari acara pemutaran lagu (music program), obrolan atau bincang-bincang (talk show), dan program berita (news program) (Romli, 2009:102).

Pengelola stasiun penyiaran dituntut untuk memiliki kreativitas seluas mungkin untuk menghasilkan berbagai program yang menarik. Pada dasarnya apa saja dapat dijadikan program untuk diudarakan, selama program itu menarik dan disukai audien, tidak bertentangan dengan kesusilaan, serta hukum dan peraturan yang berlaku. Berbagai jenis program itu dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu : program informasi dan program hiburan.

### 1) Program informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Informasi menjadi daya tarik program ini, dan informasi itulah yang “dijual” kepada khalayak. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melalui program berita, dimana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga *talk show* (perbincangan). Program informasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu berita keras (*hard news*) dan juga berita lunak (*soft news*).

Berita keras (*hard news*) adalah segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya yang harus segera diketahui oleh khalayak. Sedangkan berita lunak (*soft news*) adalah segala informasi penting dan menarik yang harus disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera diudarakan.

### 2) Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan *games* (permainan). Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*games*), dan musik (Morissan, 2008:218-223).

### 3. Strategi Program

Strategi Program ditinjau dari aspek manajemen atau manajemen strategis program siaran terdiri dari :

#### a. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang dilakukan guna mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam merencanakan dan memilih program, biasanya bagian programmer akan bekerja sama dengan bagian pemasaran. Hal ini dilakukan karena bagian pemasaranlah yang akan memasarkan program yang bersangkutan, kerjasama yang baik antara kedua bagian ini akan menciptakan hasil yang efektif dan menguntungkan.

Perencanaan program secara umum menciptakan kebijakan tentang bagaimana mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam sehari, seminggu, hingga setahun. Bagian programmer bertanggung jawab untuk mendapatkan program serta menentukan waktu atau jam penyiaran program. Ketika menjalankan tugasnya, programmer juga harus memperhatikan segala ketentuan yang berlaku. Selain itu, programmer juga harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam merencanakan suatu program acara. Terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk memproduksi, melakukan akuisisi, dan

kemudian penjadwalan program, yaitu: persaingan dan ketersediaan audien.

Pengelola program harus mempertimbangkan apakah program yang akan dibuat cukup memiliki kekuatan untuk menarik audien dari stasiun penyiaran yang lainnya atau tidak. Jika suatu program tidak cukup kuat untuk bersaing, maka dicarikan alternatif salah satunya dengan penjadwalan ulang jam siarannya.

Mengetahui siapa audien sangat penting dalam menentukan program siaran yang akan diudarakan. Keberhasilan suatu media sangat ditentukan oleh seberapa besar media bersangkutan bisa memperoleh pendengar, penonton atau pembacanya. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengelola media massa sering kali menjadikan audien bukan sebagai faktor terpenting yang mempengaruhi pekerjaan mereka, namun demikian media tetap mengikuti laporan peringkat acara (*rating*) dan angka penjualan iklan sebagai indikator untuk mengetahui jumlah audien. Selain itu, media juga perlu memilah-milah atau mengelompokkan audien (*segmentasi audien*) untuk mengetahui siapa audien yang akan menjadi fokus program serta apa kebutuhan audien yang belum terpenuhi (Morissan, 2015:264).

b. Produksi dan Pembelian Program

Program acara suatu lembaga penyiaran dapat diperoleh dengan cara memproduksi sendiri atau mendapatkan program dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Dalam melakukan akuisisi, manajer program harus berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan manajer umum. Jika perencanaan memutuskan untuk memproduksi sendiri program yang diinginkan, maka tugas tersebut dilakukan oleh departemen produksi penyiaran terkait.

Pada umumnya, stasiun radio memproduksi sendiri suatu program acaranya. Program yang dibuat sendiri biasanya merupakan program berita dan program yang terkait dengan informasi.

c. Eksekusi Program

Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang telah ditentukan. Dalam hal ini, pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang optimal.

Salah satu ciri media penyiaran adalah sifat siarannya yang terus menerus, dibanding media massa

lainnya seperti majalah yang dapat sampai di tangan pembacanya secara utuh. Pembaca majalah tidak harus membaca saat itu juga. Dibandingkan dengan surat kabar, stasiun penyiaran menyajikan berbagai menu program secara berkesinambungan tanpa terputus. Karena hal inilah, maka penataan atau penjadwalan program acara menjadi sangat penting.

Menentukan jadwal program acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio maupun televisi harus dapat menemani aktivitas apapun, karena aktivitas audien memiliki pola yang sama setiap harinya. Suatu program dapat disusun dengan runtut, rinci, dan terarah karena adanya panduan dalam operasional siaran yang disebut *format clock*, yaitu pola atau pedoman terhadap isi acara berbentuk diagram yang terdiri dari unsur-unsur isi materi siaran, keterangan durasi ucapan penyiar, jumlah lagu, dan jumlah iklan.

Stasiun penyiaran tidak disarankan untuk menempatkan seluruh acara yang diminati secara beruntun, tetapi harus diselang-seling atau disebar dengan acara yang kurang populer. Diharapkan dengan cara yang seperti ini acara yang kurang diminati mendapat perhatian dari audien.

Salah satu strategi agar audien tidak pindah saluran adalah dengan menampilkan cuplikan dari suatu acara yang bersifat dramatis, mengandung ketegangan, menggoda, dan memancing rasa penasaran audien. Sehingga audien harus mengikuti program acara tersebut untuk menjawab rasa penasaran tersebut, dengan strategi ini diharapkan audien tidak pindah saluran.

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat tercapai. Jika jumlah audien yang tertarik dan mengikuti program lebih rendah dari yang ditargetkan, maka kegiatan proses pengawasan mencakup kegiatan diskusi terhadap masalah dan memberikan pengarahan agar tercipta suatu solusi. Hasil diskusi dapat berupa perubahan rencana atau tindakan lain yang dapat mencapai target semula.

#### **4. Lembaga Penyiaran di Indonesia**

Menurut ketentuan UU No.32 tahun 2002 Bab I Pasal 1 tentang Penyiaran, Lembaga Penyiaran adalah penyelenggaraan penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### 1) Lembaga Penyiaran Swasta

Undang-Undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia. Lembaga penyiaran ini didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang berasal dari iklan dan juga usaha lainnya yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Siaran iklan merupakan sumber pendapatan utama dalam lembaga penyiaran swasta, untuk itu materi siaran iklan harus mengacu pada kode etik periklanan dan persyaratan siaran iklan yang dikeluarkan oleh KPI serta peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya Undang-undang perlindungan konsumen. Selain itu, terdapat ketentuan bahwa lembaga penyiaran swasta wajib menyediakan siaran iklan layanan masyarakat mulai pukul 05:00 sampai pukul 22:00 waktu setempat.

### 2) Lembaga Penyiaran Berlangganan

Di Indonesia ketentuan mengenai stasiun penyiaran berlangganan selain diatur dalam UU No.32 tahun 2002 juga diatur dalam Peraturan Pemerintah No.52 tahun 2005 (PP 52/2005) tentang penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Lembaga penyiaran berlangganan harus berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan yang

memancarluaskan atau menyalurkan materi siaran secara khusus kepada pelanggan. Dalam menyelenggarakan penyiarannya stasiun berlangganan harus melakukan sensor internal terhadap semua materi siaran serta menyediakan paling sedikit 20% dari kapasitas kanal saluran untuk menyalurkan program dari media penyiaran publik dan media swasta.

### 3) Lembaga Penyiaran Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial serta memiliki daya pancar yang rendah. Luas jangkauan wilayahnya terbatas hanya untuk melayani kepentingan komunitasnya. Stasiun komunitas didirikan dengan persetujuan tertulis paling sedikit 51% dari umlah penduduk dewasa atau paling sedikit 250 orang dewasa dan dikuatkan dengan persetujuan tertulis aparat pemerintah setingkat kepala desa/ lurah setempat. Radius siaran stasiun komunitas dibatasi maksimum 2,5 KM dari lokasi pemancar.

### 4) Lembaga Penyiaran Publik

Lembaga penyiaran publik didirikan oleh negara, bersifat netral, independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan kepada masyarakat. Stasiun ini terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi

Republik Indonesia (TVRI) dengan stasiun pusat penyiarnya berada di Jakarta (Ibu kota negara), di daerah provinsi, kabupaten, atau kota didirikan stasiun penyiaran publik lokal. Fungsi utama stasiun publik di Indonesia adalah memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat berupa layanan akan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa. Lembaga publik dalam memberikan layanan yang baik, harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan kepentingan masyarakat menjadi hal pembeda antara stasiun publik dengan stasiun komersil. Stasiun komersil dalam memenuhi kebutuhan audien mengutamakan aspek hiburan, sedangkan aspek pendidikan menjadi aspek pelengkap. Pada stasiun publik pemenuhan kebutuhan audien mengutamakan pendidikan, namun tetap memperhatikan aspek hiburannya (Morissan, 2008:88-110).

### **C. Radio Sebagai Media Dakwah**

Radio sebagai media dakwah merupakan sebuah terobosan yang efektif. Efektif karena melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas, sehingga dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi (mad'u) yang jauh dan tersebar. Terlebih setelah para mubaligh memiliki semangat yang

gigih untuk memperluas misi dakwahnya untuk menyebarluaskan pesan ajaran agama Islam. Radio kini dinilai layak sebagai media untuk berdakwah.

Setiap media memiliki ciri dan komunikasi yang berbeda. Perbedaan itulah yang harus disiasati ketika seseorang hendak berbicara melalui media massa, oleh karena itu kemampuan komunikasi yang baik menjadi modal utama yang harus dimiliki oleh setiap komunikator (da'i).

### **1. Fungsi Radio sebagai Media Dakwah**

Menurut Bahri Ghazali fungsi radio sebagai media dakwah adalah sebagai berikut :

- a. Radio sebagai salah satu media dakwah memiliki kelebihan tersendiri, terlepas pada efektivitas dan efisiensi berdakwah. Hal ini terbukti pada bentuk siaran radio yang sederhana, serta da'i dan mad'u tidak harus bertemu.
- b. Radio sebagai media dakwah haruslah dapat tumbuh dan berkembang sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan pengetahuan ajaran Islam. Sehingga semua lapisan masyarakat dapat menerima, memahami, serta mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Dakwah yang dilakukan dalam radio tidak semata-mata hanya berbicara mengenai persoalan-persoalan apa yang dibenarkan dan dilarang oleh agama saja. Dakwah melalui

radio juga mampu melihat cakrawala persoalan dan membuka wawasan yang lebih luas.

- d. Radio sebagai media dakwah lebih efektif, serta mampu mengiringi perubahan kemajuan zaman yang semakin canggih. Sehingga pada akhirnya radio mampu dijadikan sebagai sarana pengembangan dakwah Islam (Ardhana, 1995:20).

## **2. Kelebihan Radio sebagai Media Dakwah**

Keefektivan berdakwah melalui radio juga ditunjang oleh beberapa faktor, adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

- a. Bersifat Langsung. Pesan dakwah dapat disampaikan secara langsung kepada khalayak. Menyampaikan dakwah melalui radio tidak harus melalui proses yang kompleks, sebagaimana penyampaian pesan dakwah melalui media cetak. Melalui media radio, pendakwah cukup menyiapkan materi dan dapat langsung menyampaikan pesannya di depan mikrofon. Pesan dakwah langsung diterima dimana saja, di kantor, kamar, dalam mobil, dan lain-lain.
- b. Radio siaran memiliki daya tarik yang kuat. Daya tarik media siaran radio ialah terpadunya suara manusia, suara musik, dan bunyi tiruan (sound effect), sehingga menarik daya reka pendengar.
- c. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil. Dengan adanya alat pemancar, radio dapat mengudara ditempat-tempat

- terpencil. Sehingga para da'i tidak perlu bersusah payah menuju tempat terpencil.
- d. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis. Pendengar siaran radio tidak diharuskan memiliki kemampuan baca dan tulis, sehingga radio dapat dicerna oleh kaum buta aksara.
  - e. Radio merupakan alat elektronik yang fleksibel, sehingga radio dapat digunakan dimana saja. Adanya kemajuan peralatan teknologi, sekarang radio dapat dijadikan sebagai sebuah aplikasi misalnya dalam ponsel. Dengan kemajuan seperti ini semestinya dapat mempermudah tersampainya pesan dakwah melalui radio.
  - f. Tidak perlu memikirkan penampilan, dan tidak harus menghafalkan beberapa ayat Al-qur'an dan Hadist. Penampilan dalam radio bukanlah hal yang penting, karena radio lebih mengutamakan suara. Disamping itu, pendengar juga tidak mengetahui apakah da'i menyampaikan dakwahnya secara tekstual (membaca teks) ataupun sebaliknya (Aziz, 2009:411-412).

Penggunaan radio sebagai media dakwah sangatlah efektif dan efisien. Efektif dan efisiensi ini akan terdukung oleh da'i yang mampu memodifikasi dakwah dalam bentuk metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, apakah melalui metode ceramah, sandiwara radio, melalui tanya jawab, atau bentuk siaran lainnya. Berdakwah melalui radio, suara dapat

dipancarkan keberbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan dengan media radio, maka akan mudah dan praktis. Dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak yang jauh.

### **3. Kekurangan Radio sebagai Media Dakwah**

Kekurangan radio sebagai media berdakwah adalah siaran radio bersifat sepintas dan gampang dilupakan. Pendengar tidak dapat mengulang apa yang didengarnya, seperti halnya media cetak yang dapat dibaca berkali-kali. Berbeda dengan radio yang harus didengarkan pada saat jam siaran, mad'u tidak dapat mendengarkan dilain waktu. Selain itu, ketidak tahuan mad'u terhadap jadwal siaran sehingga acara siaran dakwah di radio sering terlewatkan oleh para pendengar, terkecuali jika radio siaran tersebut hanya sebagai radio siaran dakwah. Seperti radio Asy-syafi'iyah, radio At-tahiriyyah di Jakarta (Syukir, 1982:177).

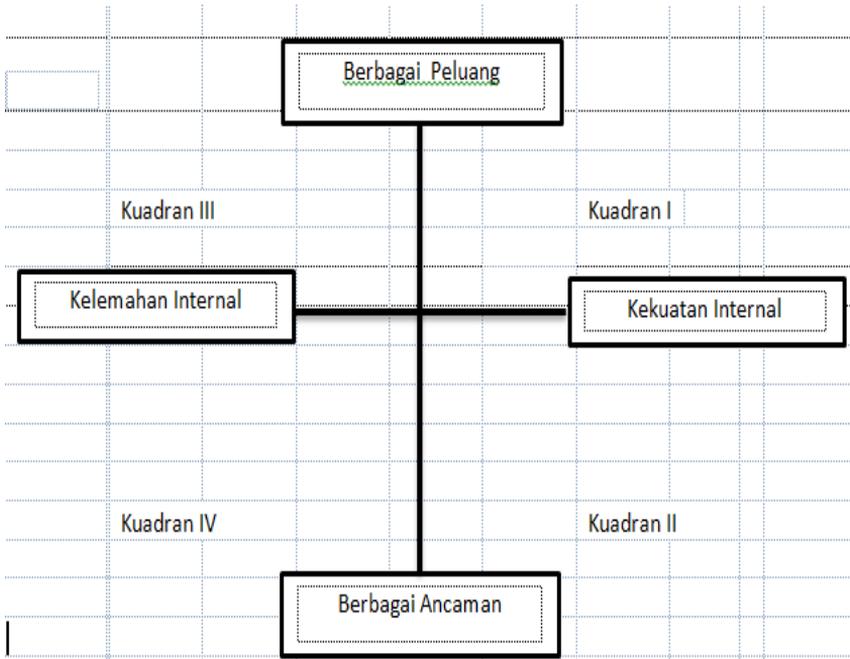
#### **D. Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats)**

Analisis SWOT merupakan suatu bentuk analisa yang digunakan untuk membantu suatu penyusunan rencana, analisis ini biasanya digunakan oleh suatu manajemen atau organisasi yang sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai sebuah bentuk analisa kondisi yang bersifat deskriptif, analisa ini menempatkan

situasi dan kondisi sebagai bahan masukan sesuai dengan kontribusinya masing-masing. Analisis SWOT bukan sebuah alat untuk mencapai jalan keluar dari permasalahan yang dihadapi, akan tetapi analisis SWOT digunakan hanya sebagai suatu alat untuk menganalisa (<http://definisipengertian.net/pengertian-analisis-swot-definisi-dan-manfaat/#> diakses pada Kamis, 07 Desember 2017 pukul 20:29 WIB)

Tujuan dan manfaat analisis SWOT adalah untuk memadukan empat faktor secara tepat tentang bagaimana mempersiapkan kekuatan (*Strengths*), mengatasi kelemahan (*Weakness*), menemukan peluang (*Opportunities*), dan strategi menghadapi beragam ancaman (*Threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan.

Berikut adalah bagan analisis SWOT :



*Kuadran I* : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena pada situasi ini terdapat peluang dan kekuatan sehingga peluang terbuka lebar.

*Kuadran II*: Pada kuadran ini, meskipun menghadapi ancaman namun masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang

*Kuadran III*: Peluang pasar terbuka lebar, akan tetapi dilain pihak dihadapkan pada beberapa kendala atau kelemahan internal.

Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

*Kuadran IV:* Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena dihadapkan pada berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2015:19-21).

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

### **A. Profil Radio Republik Indonesia (RRI) Semarang**

#### **1. Sejarah LPP RRI Semarang**

Radio Republik Indonesia (RRI) secara resmi didirikan pada tanggal 11 September 1945 oleh para tokoh pejuang angkasawan (pejuang radio) yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang (*Hoso Kanri Kyoku*). Tokoh yang berjasa mendirikan stasiun radio pertama di Indonesia yaitu Jusuf Ronodipuro, Abdurrahman Saleh dan Maladi. Para tokoh kemudian mengadakan rapat utusan yang diadakan di rumah Adang Kadarusman, rapat ini menghasilkan keputusan untuk mendirikan Radio Republik Indonesia. Saat itu Dokter Abdurrahman terpilih sebagai pemimpin umum RRI yang pertama. Rapat tersebut juga menghasilkan sebuah deklarasi terkenal dengan sebutan Piagam 11 September 1945, atau yang lebih dikenal dengan Tri Prasetya RRI (Oeramahi, 2012:125).

Pada masa penjajahan Jepang, para pemuda pejuang radio dari Semarang bersama-sama dengan rekan-rekan dari Jakarta, Purwakarta, Bandung, Surakarta, Surabaya dan Malang bekerja sama untuk mendirikan stasiun radio. Para pemuda pejuang radio inilah yang berjasa mendirikan Radio Republik Indonesia pada tanggal 11 September 1945. Kelahiran LPP RRI

pada tanggal 11 September 1945 kini diperingati sebagai hari Radio. Peringatan ulang tahun RRI juga turut dikumandangkan Tri Prasetya RRI, hal ini dilakukan sebagai credo bagi seluruh karyawan RRI (Djamal, 2015:14).

RRI sebagai lembaga penyiaran publik adalah satu-satunya radio yang menyanggah nama negara, siarannya berorientasi untuk kepentingan masyarakat, bangsa, dan negara. RRI berfungsi memberikan informasi, pendidikan, pelestari budaya, hiburan yang sehat, perekat dan kontrol sosial, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional. Saat ini RRI memiliki 84 cabang di Ibukota propinsi dan kabupaten atau kota di seluruh Indonesia dengan klasifikasi stasiun penyiaran tipe A di Ibukota negara (1 stasiun), stasiun penyiaran tipe B di Ibukota propinsi (13 stasiun), stasiun penyiaran tipe C di Ibukota propinsi atau kabupaten atau kota (51 stasiun), pusat pemberitaan di Jakarta (Programa 3 atau kantor berita nasional) dan stasiun siaran luar negeri di Jakarta (*Voice of Indonesia*), serta studio produksi RRI di daerah perbatasan atau daerah terpencil (16 studio produksi).

Setiap stasiun penyiaran tipe C di ibukota propinsi, kabupaten atau kota menyelenggarakan setidaknya dua program, yaitu Programa 1 dan Programa 2 serta memancar teruskan Programa 3 yang merupakan radio berita berjaringan nasional. Stasiun penyiaran tipe A dan B disamping menyelenggarakan

Programa 1 dan 2 serta memancar teruskan Programa 3, juga menyelenggarakan Programa 4 yang secara khusus menyajikan siaran pendidikan dan kebudayaan dengan orientasi konten lokal (sumber: Pusat Data dan Informasi, rri.co.id).

RRI secara konsisten menjalankan fungsi strategisnya dibidang pendidikan dan kebudayaan, untuk menjalankan fungsinya RRI menyelenggarakan siaran seni dan budaya daerah seluruh Indonesia baik berupa Festival menyanyi lagu Melayu, Bintang Radio (pencarian bakat bernyanyi), Ketoprak, Wayang Orang, Wayang Golek, serta budaya daerah lainnya. Secara kontinyu melalui aktivitas *off-airnya* RRI menggelar acara musik, tari, dan seni kreativitas melalui Pekan Kreatif dan layanan masyarakat. Siaran pendidikan dan kebudayaan juga seringkali disiarkan secara berjaringan, dengan tujuan mempertemukan ragam seni budaya daerah satu dengan yang lainnya guna mempereratkan budaya antar daerah (Sumber: rri.co.id diakses pada Kamis, 21 Desember 2017 pukul 20:13 WIB).

RRI berusaha mewujudkan tata kelola yang baik (*good corporate governance*), baik dari aspek administrasi maupun nasional. RRI memiliki pusat pengembangan dan penelitian, pendidikan serta pelatihan di Jakarta yang berfungsi sebagai lembaga pelaksana riset atau penelitian di bidang keradioan. Fungsi lainnya adalah sebagai pelatihan guna meningkatkan kualitas atau kompetensi para pegawai RRI. RRI juga memiliki

Satuan Pengawasan Intern (SPI) yang berfungsi sebagai pengawasan intern bagi lembaga RRI (sumber : Pusat data dan informasi rri.co.id diakses pada Minggu, 17 Desember pukul 20:15 WIB).

Disahkannya Undang-Undang Nomor 23 tahun 2002 tentang penyiaran, telah mengubah status RRI menjadi Lembaga Penyiaran Publik. Pasal 14 Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 menegaskan bahwa RRI adalah Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral, tidak komersil dan berfungsi melayani kebutuhan masyarakat.

RRI sebagai lembaga penyiaran publik memiliki pedoman nilai-nilai standar penyiaran yang meliputi: siaran bersifat independen dan netral, siaran harus memihak pada kebenaran, siaran memberikan pemahaman, siaran mengurangi ketidakpastian, siaran berpedoman pada pancasila UUD 1945 dan kebenaran serta peraturan yang lainnya, siaran harus memihak hanya kepada kepentingan NKRI, serta siaran harus menjaga persatuan, kesatuan dan kedaulatan NKRI (Sumber: rri.co.id diakses pada Kamis, 21 Desember 2017 pukul 20:30 WIB).

RRI sebagai media utama perekat antar bangsa, diwujudkan melalui program siaran yang dapat menghubungkan dan mempertemukan warga bangsa yang tinggal di perkotaan maupun pedesaan melalui siaran radio. Sejak tahun 2008, RRI mendirikan stasiun RRI di wilayah perbatasan serta daerah

terpencil yang belum terjangkau layanan siaran (*blank spot area*). Hingga saat ini sudah beroperasi 16 stasiun RRI di perbatasan dan daerah terpencil, yang terakhir berdiri adalah RRI Talaud pada tanggal 25 Mei 2013. Kehadiran stasiun RRI di perbatasan dan daerah terpencil merupakan salah satu bentuk pelaksana prinsip lembaga penyiaran publik yang berkewajiban memberikan memberikan pelayanan bagi seluruh masyarakat Indonesia (sumber : Pusat data dan informasi [rri.co.id](http://rri.co.id) diakses pada Minggu, 24 Desember pukul 08:15 WIB).

Fungsi RRI sebagai lembaga penyiaran publik tidak hanya memberikan informasi yang aktual, tepat dan terpercaya, namun juga memberikan nilai-nilai edukatif seperti memberikan porsi pada siaran pendidikan, baik secara instruksional seperti siaran SLTP, SMU, dan Universitas Terbuka, juga memberikan pendidikan masyarakat seperti siaran pedesaan, siaran wanita, dan siaran nelayan. RRI juga menyediakan siaran yang menyajikan nilai seni dan budaya, serta hiburan musik dari manca negara pun tersaji dalam siaran RRI (Sumber: Arsip Bidang Layanan Umum RRI Semarang).

RRI melayani warga negara Indonesia di luar negeri dan masyarakat internasional dengan mengoperasikan stasiun siaran luar negeri berupa *Voice of Indonesia*. Siaran *Voice of Indonesia* diselenggarakan dalam delapan bahasa, yaitu bahasa Inggris,

Jerman, Perancis, Spanyol, Arab, Jepang, Mandarin, dan bahasa Indonesia.

RRI sebagai media diplomasi lini kedua (*second track diplomacy*) turut serta mendukung kegiatan diplomasi negara. *Voice of Indonesia* menyiarkan acara *Diplomatic Forum*, yaitu dialog antara perwakilan negara sahabat dengan pejabat RI serta kalangan masyarakat sipil. Layanan untuk warga negara di luar negeri juga diwujudkan melalui acara Bilik Sastra, berupa penyiaran cerita pendek karya para TKW dan TKI. Jaringan internasional juga menyelenggarakan acara Kampung Halaman yang merupakan forum dialog terbuka antar TKW dan TKI di luar negeri dengan para keluarga di tanah air (sumber : Pusat data dan informasi rri.co.id diakses pada Minggu, 24 Desember pukul 08:20 WIB).

Tahun 1936 di Semarang berdiri stasiun radio siaran bernama Radio Semarang dengan kekuatan pemancar 150 W bertempat di arena pasar malam di jalan Veteran Semarang. Radio Semarang didirikan oleh pecinta seni sehingga orientasinya semata-mata hanya kesenian. Sekitar tahun 19376 anggota yang tergabung dalam radio Semarang pada awalnya sekitar 1000 orang. *Henk Van Loewen* menjadi direktur radio Semarang pada tahun 1935.

Tahun 1942 tepatnya pada tanggal 8 Maret, Belanda menyerah kepada Jepang. Pada saat itu, radio siaran dihentikan

termasuk radio Semarang. Jepang kemudian mendirikan lembaga penyiaran baru yang dinamakan *Hoso Kanri Kyoku* di Jakarta, Bandung, Semarang dan lain sebagainya. *Hoso Kanri Kyoku* di Semarang pada saat itu berada di jalan Pandanaran (sekarang bernama Jalan Ahmad Yani 144-146) dipimpin oleh orang Jepang bernama *Yama Waki* dengan program siaran Asia Timur Raya. Tanggal 11 September 1945 terjadi pertemuan di Jakarta yang dihadiri pula oleh walikota Semarang, pertemuan ini membahas pembentukan radio di Jakarta. Hasil dari pertemuan ini memutuskan pada pukul 24:00 WIB pada tanggal 11 September 1945, *Hoso Kanri Kyoku* berubah nama menjadi Radio Republik Indonesia (Djamal, 2004:20).

Tugas RRI dalam melayani seluruh lapisan masyarakat di seluruh wilayah NKRI tidak dapat dilayani dengan satu program saja, oleh karena itu RRI menyelenggarakan siaran dengan empat program dan satu saluran siaran luar negeri. *Pertama*, Program 1 dikembangkan sebagai pusat pemberdayaan masyarakat lokal. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya yang disengaja untuk memfasilitasi publik lokal dalam merencanakan, memutuskan, dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui pemilihan tindakan (*collective action*) dan bekerjasama (*networking*). Siaran pemberdayaan dilaksanakan guna mendorong publik agar mampu memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki secara optimal serta

terlibat secara penuh dalam mekanisme produksi, ekonomi, sosial, dan ekologi.

Visi dari Program 1 sebagai pusat siaran pemberdayaan masyarakat memiliki format program sebagai media informasi, pendidikan, budaya dan hiburan. Program 1 memiliki segmentasi pendengar yang umum yaitu dengan pendengar utamanya antara usia 25-49 tahun, serta memiliki klasifikasi siaran sebagai berikut: siaran informasi dan berita 35%, pendidikan dan kebudayaan 20%, iklan dan layanan masyarakat 15%, serta hiburan dan musik 30%.

*Kedua*, yaitu Program 2. Pro 2 dikembangkan sebagai pusat kreativitas anak muda. Kreativitas yang ingin dibentuk melalui siaran di Pro 2 adalah karakter pribadi anak muda yang berorientasi kepada hasil terbaik dan karya yang orisinal. Pro 2 memiliki format program sebagai saluran musik dan informasi. Segmen pendengar dari Pro 2 merupakan usia remaja, mulai 13 hingga 23 tahun. Klasifikasi siaran dari Pro 2 yaitu: informasi dan berita 30%, pendidikan dan kebudayaan 20%, iklan dan layanan masyarakat 10%, serta hiburan dan musik 30%.

*Ketiga*, Program 3. Pro 3 merupakan saluran siaran jaringan berita nasional dengan materi independen, netral, dan tidak komersial. Pro 3 memiliki format program *news and talk*. Klasifikasi siaran Pro 3 meliputi: berita 75%, pendidikan 5%, serta hiburan dan iklan penunjang 20%.

*Keempat*, Program 4. Visi Pro 4 adalah sebagai pusat kebudayaan Indonesia dengan format program siaran sebagai saluran informasi, pendidikan, budaya, dan hiburan. Pro 4 sebagai pelestari budaya dan pembangunan karakter bangsa memiliki klasifikasi siaran sebagai berikut: informasi dan berita 10%, pendidikan dan kebudayaan 55%, iklan dan layanan masyarakat 5%, serta hiburan dan musik 30%.

RRI *Voice of Indonesia* (VOI) merupakan layanan dunia milik RRI yang melayani khalayak internasional melalui saluran internasional RRI. Visi dari RRI VOI adalah menjadi perusahaan radio berkelas dunia dan pembentuk karakter bangsa dengan jaringan terluas. Format program RRI VOI berupa informasi, pendidikan, budaya dan hiburan. Salah satu kelebihan yang dimiliki RRI VOI adalah memiliki segmentasi pendengar yang umum, dari semua kalangan umur dan pendidikan serta kalangan ekonomi (Sumber : Pusat data dan informasi rri.co.id).

RRI juga memberikan akses yang lebih luas dan mudah kepada khalayak, layanan tidak hanya diberikan melalui siaran teresterial (FM dan AM), tetapi juga melalui media baru yakni internet dan aplikasi (*mobile application*) serta program radio *picture* (radio bergambar) khususnya siaran budaya nusantara. Khalayak dapat mendengar dan melihat siaran RRI melalui layanan audio video *streaming* pada web <http://www.rri.co.id> yang berupa teks, audio, dan video *streaming* dengan rubrik yang

mencerminkan lembaga penyiaran publik (<http://www.rii.co.id> diakses pada 18 Desember 2017 pukul 07:15 WIB).

## 2. VISI dan MISI LPP RRI

**Gambar 1**  
**Logo LPP RRI**



Arti logo RRI:

- a) Bentuk persegi panjang tanpa sudut dan tanpa garis tepi, menggambarkan kekokohan dan solidaritas. Sudut yang membulat (tidak runcing) melambangkan fleksibilitas RRI. Tidak adanya garis tepi atau bingkai menunjukkan independensi RRI, serta keterbukaan RRI untuk bekerjasama dengan berbagai pihak.
- b) Tulisan (*Font Type*) “RRI”. Huruf yang dirancang khusus menunjukkan RRI yang kokoh, tegas, dinamis dan selalu bergerak maju.

- c) Gambar pancaran radio, sebuah *image* yang menggambarkan kuatnya pancaran siaran radio RRI yang makin meluas. Tiga lapis pancaran yang terlihat pada logo juga melambangkan Tri Prasetya RRI.
- d) Warna Biru, biru langit dan putih untuk mempertahankan tradisi. Warna biru dipilih sebagai warna korporat RRI. Warna biru dan biru langit ini melambangkan universalitas RRI, sifat mengayomi, teduh dan dapat dipercaya. Warna putih pada tulisan RRI melambangkan kejujuran, kebenaran, keberimbangan, dan akurasi.

#### **A) VISI RRI**

“Menjadikan Layanan Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) radio berjaringan terluas, pembangun karakter bangsa, berkelas dunia”

#### **B) MISI RRI**

- 1.) Memberikan pelayanan informasi terpercaya yang dapat menjadi acuan dan sasaran kontrol sosial masyarakat dengan memperhatikan kode etik jurnalistik atau kode etik penyiaran.
- 2.) Mengembangkan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan, dan memberdayakan serta mendorong

keaktivitas masyarakat dalam kerangka membangun karakter bangsa.

- 3.) Menyelenggarakan siaran yang bertujuan untuk menggali, melestarikan, dan mengembangkan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat bagi keluarga, membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus globalisasi.
- 4.) Menyelenggarakan program siaran berspektif gender yang sesuai dengan budaya bangsa dan melayani kebutuhan kelompok minoritas.
- 5.) Memperkuat program siaran di wilayah perbatasan untuk menjaga kedaulatan NKRI.
- 6.) Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik Negara dan citra positif bangsa.
- 7.) Meningkatkan partisipasi publik dalam proses penyelenggaraan, pelaksanaan, hingga evaluasi program siaran.
- 8.) Meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumberdaya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelolaan operasional maupun pemeliharaan perangkat teknik.

- 9.) Mengembangkan organisasi yang dinamis, efektif, dan efisien dengan sistem manajemen sumber daya (SDM, keuangan, asset, informasi, dan operasional) berbasis teknologi informasi dalam rangka mewujudkan tata kelola lembaga yang baik (*Good Corporate Government*).
- 10.) Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik Negara dan citra positif bangsa.
- 11.) Memberikan pelayanan jasa-jasa yang terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan aset Negara secara profesional dan akuntabel serta menggali sumber-sumber penerimaan lain untuk mendukung operasional siaran dan meningkatkan kesejahteraan pegawai (sumber: Arsip Bidang Layanan Umum RRI Semarang).

### **3. Tri Praetya RRI**

- a) Kita harus menyelamatkan alat siaran radio dari siapapun yang hendak menggunakan alat tersebut untuk menghancurkan Negara kita. Dan membela alat itu dengan segala jiwa raga dalam keadaan bagaimanapun dan dengan akibat apapun.
- b) Kita harus mengemudikan siaran RRI sebagai alat perjuangan dan alat revolusi seluruh bangsa Indonesia,

dengan jiwa kebangsaan yang murni, hati yang bersih dan jujur serta budi yang penuh kecintaan dan kesetiaan kepada tanah air bangsa.

- c) Kita harus berdiri di atas segala aliran dan keyakinan partai atau golongan dengan mengutamakan persatuan bangsa dan keselamatan Negara serta berpegang pada jiwa Proklamasi 17 Agustus 1945

#### **4. Prinsip Lembaga Penyiaran Publik**

- 1) LPP adalah lembaga penyiaran untuk semua warga negara.
- 2) Siarannya harus menjangkau seluruh wilayah negara
- 3) Siarannya harus merefleksikan keberagaman
- 4) Siarannya harus berbeda dengan lembaga penyiaran lainnya
- 5) LPP harus menegakkan independensi dan netralitas
- 6) Siarannya harus bervariasi dan berkualitas tinggi
- 7) Menjadi *flag carrier* dari bangsa Indonesia
- 8) Mencerminkan identitas bangsa
- 9) Perekat dan pemersatu bangsa

#### **5. Peranan RRI**

RRI sebagai layanan publik tidak hanya memberikan informasi dan hiburan, RRI juga memiliki peranan seperti:

- 1) Peranan dalam pemberdayaan masyarakat, RRI menyelenggarakan siaran pemberdayaan masyarakat di

semua lapisan masyarakat melalui siaran pedesaan, nelayan, wanita, anak-anak, siaran lingkungan hidup, kewirausahaan, teknologi tepat guna, kerajinan, perdagangan, pertanian, koperasi, industri kecil.

- 2) Peran RRI sebagai pelestari budaya bangsa: seluruh RRI wajib menyelenggarakan siaran seni dan budaya saerah seluruh Indonesia secara konsisten dan tidak pernah berhenti, seperti ketoprak, wayang orang, wayang golek, madihin, saluang, dan budaya lainnya.
- 3) Peran RRI sebagai pelestari lingkungan: RRI menyelenggarakan siaran *Green Radio* untuk penanaman kembali *re-use*, *reduce* dan *recycling* dengan berbagai format dan variasi bentuk acara.
- 4) Peran RRI sebagai media pendidikan: RRI menyelenggarakan siaran pendidikan dari taman kanak-kanak sampai mahasiswa. RRI menyelenggarakan pekan kreatif dengan mengadakan lomba kreatif remaja seperti lomba cipta lagu, lomba cipta desain, lomba IT, lomba band indi, bintang radio, pekan tilawatil qur'an. RRI juga menyelenggarakan siaran pendidikan sosial masyarakat, seperti siaran wanita, siaran pedesaan, dan siaran KB.
- 5) Peran RRI sebagai media diplomasi: RRI menyelenggarakan siaran radio diplomasi melalui siaran luar negeri untuk membangun citra positif bangsa di dunia

internasional, bekerja sam dengan kedutaan dan radio luar negeri.

- 6) Peran RRI sebagai media terdepan tanggap bencana: RRI menyelenggarakan siaran langsung dari tenda darurat melalui Radio Based Disaster Management. Setiap ada bencana, dalam waktu kurang dari 24 jam RRI harus sudah melaporkan, kemudian diikuti program Pelipur Lara korban bencana dan trauma *healing* dengan mendirikan studio siaran darurat.
- 7) Peran RRI dalam menghubungkan tenaga kerja dai luar negeri: RRI menyelenggarakan siaran rutin dan terkoneksi dengan 7 negara yaitu: Hongkong, Malaysia, Brunei Darussalam, Jepang, Taiwan, Korea dan Arab Saudi untuk mendekatkan TKI dengan kampung halaman. Pendengar RRI di luar negeri khususnya TKI dapat mendengarkan mealui audio *streaming*. Dalam rangka mewujudkan peran diplomasi, RRI menyelenggarakan *diplomatic* forum. RRI juga memberikan pelayanan kepada masyarakat Indonesia di luar negeri khususnya TKI dengan menyelenggarakan acara bilik sastra.
- 8) Peran RRI sebagai media hiburan: RRI meneyelenggarakan siaran hiburan berupa siaran musik dan kata, pagelaran musik klasik yaitu orkes simphoni Jakarta dan orkes

simponi yang dimiliki RRI daerah, pagelaran kesenian dan budaya, serta lawak dan kuis.

- 9) Peran RRI dalam sabuk pengaman Informasi (*Safety Belt Information*): selama tahun 2009 sampai dengan tahun 2010 RRI telah mendirikan studio di wilayah perbatasan dan daerah terpencil atau blank spot, yaitu: Entikong, Batam, Nunukan, Putusibaou, Malinau, Atambua, Ampana, Boven Digoel, Kaimana, Skow, Oksisbil, Takengon, Sabang, dan Sampang. Siaran melalui studio ini diproduksi untuk meningkatkan rasa nasionalisme dan memberikan akses informasi yang berimbang bagi masyarakat di daerah perbatasan maupun daerah yang sebelumnya tidak menerima siaran RRI *atau blank-spot* (Sumber: Pusat Data dan Informasi, rri.co.id).

## **B. Gambaran Umum Pro 4 RRI Semarang**

### **1. Profil Pro 4 RRI Semarang**

Pro 4 merupakan salah satu program yang dimiliki oleh RRI, saluran Pro 4 merupakan saluran pelestari budaya dan pembangun karakter bangsa yang berisi siaran pendidikan dan kebudayaan. Pro 4 didesain untuk membangun karakter bangsa dengan cara menyiarkan acara-acara yang memberikan pencerahan, mendidik atau menanamkan nilai-nilai luhur, nilai universal, semangat kemandirian, kerja keras, disiplin, melayani

kepentingan publik, tanggung Jawab, jujur, adil, dan teguh pendirian. Visi Pro 4 sebagai saluran siaran pusat kebudayaan Indonesia, memiliki format programa berupa siaran informasi, pendidikan, budaya, dan hiburan.

Pro 4 RRI Semarang menempati *channel* radio dengan frekuensi 82.20 M.Hz durasi siarnya selama 19 jam per hari, mulai pukul 05:00 hingga pukul 24:00 WIB. Siaran di Pro 4 dapat berlangsung selama 24 jam apabila diperlukan untuk menyiarkan acara tertentu, seperti pagelaran wayang. Klasifikasi isi siaran acara di Pro 4 meliputi berita dan informasi 10%, pendidikan dan kebudayaan 55%, iklan atau layanan masyarakat 5%, serta hiburan atau musik 30% (musik berupa 75% lagu daerah Jawa, dan 25% lagu daerah nusantara). Pro 4 RRI Semarang memiliki segmentasi khalayak dengan usia pendengar antara 25-56 tahun (dewasa) (sumber: Pusat data dan informasi rri.co.id).

RRI sebagai suatu media massa memiliki peran dalam pelestarian dan mengembangkan kebudayaan daerah, terlebih dengan status RRI sebagai lembaga penyiaran publik. RRI mengemban amanah sebagai benteng budaya bangsa, sebagaimana telah disebutkan pada ayat 2 pasal 4 Undang-undang No.32 tahun 2002 tentang penyiaran. Pada UU ini dijelaskan bahwa penyiaran memiliki fungsi ekonomi dan kebudayaan. Kemudian pada pasal 4 Peraturan Pemerintah (PP)

nomor 12 tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) disebutkan bahwa tugas RRI antara lain melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan radio yang menjangkau seluruh wilayah NKRI. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Universitas Indonesia pada tahun 2003, siaran RRI telah menjangkau 83 % masyarakat Indonesia (Djamil, 2015:19).

RRI sebagai radio publik, memiliki perhatian terhadap aspek budaya bangsa yang diwujudkan dalam dua kategori. Pertama, menempatkan budaya sebagai suatu pendekatan dalam penyelenggaraan siaran, artinya yaitu menempatkan budaya sebagai perspektif atau sudut pandang dalam membuat program acara yang disiarkan. Kedua, budaya sebagai format siaran (*format station*) yang menunjukkan pada makna bahwa budaya merupakan substansi (isi) utama dari kegiatan siaran. Perwujudan dari konsep inilah yang melahirkan program khusus budaya di RRI yang kemudian dinamai Program 4 (Pro 4) (Sumber: Arsip Pro 4 RRI Semarang).

Kelahiran Pro 4 merupakan komitmen RRI terhadap kebudayaan Bangsa Indonesia yang eksistensinya kini semakin memudar. Pro 4 RRI Semarang sebagai saluran siaran radio dengan ciri khasnya sebagai kanal budaya memiliki tujuan untuk memberikan pendidikan, hiburan, informasi, serta melestarikan

beragam sajian kebudayaan yang meliputi: campursari, *gendhing* Jawa (alunan gamelan), langgam kerocong Jawa, Kethoprak, hingga siaran pementasan wayang baik wayang orang maupun wayang kulit (Hasil wawancara dengan Kasi. Pro 4 Ibu Sri Sulistyoningsih, M.M pada hari Rabu, 13 Desember 2017).

Kebudayaan yang disiarkan disesuaikan dengan wilayah provinsi layanan stasiun RRI berada. Misalnya seperti Pro 4 RRI Semarang terletak di Jl. Jend A Yani No.144-146 Semarang-Jawa Tengah, karena berada di wilayah layanan Jawa Tengah maka program yang disiarkan sebagian besar merupakan kebudayaan Jawa, baik dari pagelaran seni, lagu-lagu daerah, hingga bahasa siarnya menggunakan bahasa Jawa. Pada prinsipnya ada tiga macam bahasa Jawa apabila ditinjau dari kriteria tingkatannya atau *unggah- ungguhing basa* yaitu *bahasa Jawa ngoko, madya, dan krama*.

## 2. Struktur Organisasi Pro 4 RRI Semarang

Struktur organisasi merupakan susunan atau hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Struktur organisasi menggambarkan pemisahan antara kegiatan pekerjaan yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Adanya struktur organisasi ini dapat memudahkan dan mengetahui hubungan pertanggungjawaban serta wewenang

terhadap kegiatan yang dilakukan (wawancara dengan Kasi Pro 4 RRI Semarang pada Kamis, 14 Desember 2017). Adapun struktur organisasi Pro 4 RRI Semarang yaitu :

Kabid Program Siaran	: Dwi Octo Gunarso, S.Sos
Kasi Pro 4	: Sri Sulistyoningsih, M.M
Kepala Penyiar	: Iwan
Penyiar	: - Iwan Sulis - Tono - Arfon - Siwi - Titis
SDM	: Sumiyati dan Suparman
Produksi	: Imam Riyadi dan Seno Raharjo

### 3. Program Acara di Pro 4 RRI Semarang

Program siaran merupakan satu bagian dari isi siaran radio secara keseluruhan, sehingga dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Program siaran sebagai benda abstrak berfungsi memuaskan batiniah khalayak, sehingga yang dirasakan oleh khalayak pemirsa diekspresikan sebagai penilaian objektif. Oleh karena itu, seyogyanya pengelola atau penggerak stasiun penyiaran memiliki tanggung Jawab yang sesuai dengan kode etik penyiaran. Salah satunya ialah siaran harus dapat meningkatkan kehidupan bermasyarakat yang harmonis, toleran dalam beragama, melahirkan idealisme untuk

meningkatkan nasionalisme, serta pengenalan dan pelestarian budaya.

RRI sebagai salah satu wujud dari media massa memiliki peran dalam pengembangan dan pelestarian budaya lokal. Peranan ini diwujudkan dalam dua kategori, pertama menempatkan budaya sebagai suatu pendekatan dalam penyelenggaraan siaran. Artinya budaya ditempatkan sebagai sudut pandang atau perspektif dalam membuat program yang akan diudarakan. Kedua, budaya sebagai format siaran yang menunjukkan bahwa budaya merupakan substansi atau isi dari siaran. Perwujudan dari beberapa konsep inilah yang membuat Pro 4 RRI Semarang memiliki beberapa program yang beragam, diantaranya:

- a) *Semarang Enjang*, merupakan sebuah program kategori pendidikan dan budaya yang membahas tentang seni budaya yang ada di Jawa Tengah, khususnya Semarang dan disampaikan oleh narasumber. Tujuan dari program ini adalah untuk menambah pengetahuan pendengar tentang keragaman budaya yang ada di Jawa Tengah. Program ini disiarkan setiap hari pukul 05:30 sampai 06:30 WIB menggunakan Bahasa Jawa.
- b) *Buletin Lintas Pagi*, merupakan program berita yang disiarkan menggunakan Bahasa Indonesia. Program ini menyajikan berita-erita aktual tentang

IPOLEKSOSBUDHANKAM (Informasi Politik, Ekonomi, Sosial, Budaya, Pertahanan, dan Keamanan). Tujuan dari program ini adalah memberikan informasi aktual pada masyarakat tentang berbagai peristiwa yang terjadi di Jawa Tengah. Acara ini diudarkan setiap hari mulai pukul 06:30 hingga 07:00 WIB dengan format majalah udara.

- c) *Jateng Gayeng*, merupakan salah satu program unggulan di Pro 4 RRI Semarang. Program acara ini termasuk acara kebudayaan yang membahas tentang seni, tradisi, peristiwa, dan budaya di Jawa Tengah oleh narasumber dan diselingi musik campursari yang menjadi ciri khas Jawa Tengah. Program ini ditujukan agar pendengar lebih memahami, mengapresiasi dan terinformasi tentang berbagai kearifan lokal, seni, tradisi, kesenian serta kebudayaan di propinsi Jawa Tengah. Acara ini dikemas menggunakan bahasa Jawa, dan disiarkan setiap hari pukul 07:30 hingga 09:00 WIB.
- d) *Album Legenda*, program yang menyajikan tentang cerita-cerita rakyat dari berbagai daerah di Indonesia. Program ini memiliki tujuan untuk melestarikan atau memperkaya khasanah budaya dari cerita rakyat. *Album Legenda* termasuk program kebudayaan yang disiarkan menggunakan bahasa Indonesia. Acara ini disiarkan secara *relay* yaitu disampaikan dari Pro 4 Jakarta, disiarkan setiap hari Minggu pukul 09:00-09:30 WIB.

- e) *Sendhon Guyon*, merupakan program yang menyajikan hiburan tradisional berupa *dagelan* atau lawak kesenian asli Jawa. Program ini termasuk kategori hiburan tradisional dengan tujuan untuk menghibur pendengar dan memberikan ruang bagi kesenian daerah agar tetap konsisten. *Sendhon Guyon* dikemas menggunakan bahasa Jawa dan disiarkan setiap hari pukul 10:00 sampai 11:00 WIB.
- f) Lagu Islami, merupakan program yang khusus menyajikan lagu-lagu Islami dari berbagai group rebana atau *qasidah*. Tujuan dari program ini adalah untuk mengingatkan masyarakat agar bersiap melaksanakan shalat dzuhur. Program acara ini termasuk kategori hiburan non tradisional.
- g) *Goro-goro Sekarpurwo*, yaitu sebuah program acara berupa obrolan santai yang mengulas permasalahan yang terjadi di Jawa Tengah dan DIY dengan menggunakan bahasa Jawa. Program ini termasuk kategori pendidikan dan budaya, disiarkan secara berjaringan dengan Pro 4 RRI Yogyakarta. *Goro-goro Sekarpurwo* diudarkan setiap hari Kamis pukul 12:15-13:00 WIB.
- h) *Bhineka Budaya Nusantara*, merupakan sebuah program yang memiliki tujuan untuk memperkaya khasanah kebudayaan dari seluruh nusantara. Acara ini menampilkan aneka kesenian tradisional secara berjaringan dari daerah-daerah yang ada di Indonesia. Program ini dikemas dengan

format majalah udara, dan termasuk kategori kebudayaan. Diudarakan setiap hari Kamis, pukul 15:30-17:00 WIB.

- i) *Ngudi Kaswargan*, merupakan siaran pendidikan keagamaan berupa ulasan materi dakwah. Dengan adanya program ini diharapkan dapat memberikan pencerahan kepada pendengar sesuai ajaran agama Islam. Acara ini dikemas menggunakan bahasa Jawa, dan diudarakan setiap hari pukul 17:00-17:30 WIB (sumber : arsip kasi Pro 4 RRI Semarang).

### **C. Program *Ngudi Kaswargan***

#### **1. Profil Program *Ngudi Kaswargan***

Pro 4 RRI Semarang memiliki beberapa program siaran pendidikan dan kebudayaan, karena RRI Semarang berada di wilayah Regional Jawa Tengah maka sebagian besar program siaran yang diudarakan berupa budaya Jawa. Bahasa siar yang digunakan oleh Pro 4 RRI Semarang sebagian besar menggunakan bahasa Jawa, baik *krama Inggil* maupun Jawa *Ngoko*.

Program acara yang disiarkan oleh Pro 4 salah satunya mengandung unsur pendidikan dan menggunakan bahasa Jawa adalah acara *Ngudi Kaswargan*. *Ngudi Kaswargan* merupakan program ceramah agama Islam berbahasa Jawa yang diudarakan oleh Pro 4 RRI Semarang setiap hari mulai pukul 17:00 hingga pukul 17:30 WIB tanpa jeda iklan.

Program *Ngudi Kaswargan* lahir bersamaan dengan munculnya Program 4, yaitu sekitar sepuluh tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2007. Program ini diadakan karena adanya tuntutan dari pihak RRI Pusat untuk menyelenggarakan sebuah program bermuatan agama Islam. Program *Ngudi Kaswargan* selama mengudara menjadi salah satu program unggulan di Pro 4 RRI Semarang, karena program acara ini memiliki ciri khusus yang berbeda dengan program acara religi lainnya (Hasil wawancara dengan Ibu Sri Sulistyoningsih, Rabu 3 Desember 2017).

*Ngudi Kaswargan* secara bahasa berasal dari kata *Ngudi* yang artinya mencari, dan *Kaswargan* yang artinya surga, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Ngudi Kaswargan* berarti mencari surga. Tujuan dari program ini adalah memberikan pencerahan kepada pendengar tentang pemahaman agama Islam sesuai dengan Alqur'an, Hadits, maupun *ijma'* para ulama. Tujuan lain dari program ini adalah menemani khalayak atau pendengar guna menantikan adzan maghrib.

*Ngudi Kaswargan* merupakan program dengan format acara *recording* (rekaman). Da'i (penceramah) melakukan rekaman terhadap isi materi yang akan disampaikan, kemudian diudarkan sesuai jadwal yang telah ditentukan. Penceramah menyampaikan pesan dakwahnya dengan metode menguraikan materi dakwah (monolog). Narasumber atau penceramah dalam

program *Ngudi Kaswargan* merupakan ustadz yang berkompeten atau ahli di bidang agama, ada yang berasal dari praktisi MUI serta Kemenag kota Semarang. Penceramah secara sukarela menyampaikan materi ceramahnya untuk diudarkan di program *Ngudi Kaswargan*. Artinya sukarela yaitu penceramah tidak mendapatkan imbalan atas usahanya mengisi ceramah dalam program *Ngudi Kaswargan* (Hasil dari wawancara dengan Bapak Suparman, Pengarah Acara Program *Ngudi Kaswargan* pada Kamis, 14 Desember 2017).

Materi yang disampaikan dalam program *Ngudi Kaswargan* mencakup hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, tentu saja dilihat dari sudut pandang ajaran agama Islam yang berdasarkan Al-qur'an, Hadits, dan fatwa para ulama. Materi dakwah yang disampaikan oleh Program *Ngudi Kaswargan* juga disesuaikan dengan *event* kalender, seperti peringatan Maulud Nabi, tahun baru Hijriyyah, Isra' Mi'raj, maupun peringatan hari besar Islam lainnya, seperti Idul Fitri dan Idul Adha. Tema lain yang pernah disampaikan oleh penceramah yaitu *Bekalipun* Akhirat (Bekal untuk akhirat), *Manfaatipun* Syukur (Manfaat Bersyukur), *Meneladani Sifatipun* Rasulullah (Meneladani Sifat Rasulullah), *Gelo* (Menyesal), *Malu* sebagian dari Iman (Hasil Wawancara dengan Ibu Sumiyati Pengarah Acara Program *Ngudi Kaswargan* Rabu, 13 Desember 2017).

Pesan yang disampaikan oleh program *Ngudi Kaswargan* berupa solusi atau pencerahan terhadap masalah yang terjadi dalam masyarakat, tentunya disesuaikan dengan ajaran agama Islam. Materi yang disampaikan dikemas dengan bahasa yang santun, ringan dengan tujuan agar mudah dipahami oleh khalayak atau pendengar.

Program *Ngudi Kaswargan* memiliki segmentasi pendengar utamanya usia dewasa, yaitu umur 25 tahun keatas. Sifat media massa yang memiliki audien yang luas, tidak menutup kemungkinan bahwa orang yang lebih muda atau bahkan usia senja pun ikut mendengarkan program *Ngudi Kaswargan*. Untuk itu, bahasa yang digunakan menggunakan bahasa Jawa krama-ngoko yang mudah dipahami oleh pendengar.

**Tabel 1.**

Jadwal Penceramah Program *Ngudi Kaswargan*.

No	Hari	Nama Penceramah	PA (Pengarah Acara)
1.	Ahad	Dra. H.M Durri Anna'im, M.Pd	Bapak Suparman
2.	Senin	Ust. Nawawi, S.Pd.i	Bapak Suparman
3.	Selasa	Ust. Ali Imran	Ibu Sumiyati
4.	Rabu	Ust. Mukhlis S.Ag	Ibu Sumiyati
5.	Kamis	Ust. Hasyim S.Th.i	Bapak Suparman
6.	Jum'at	Ust. Mukhlis S.Ag	Ibu Sumiyati
7.	Sabtu	Ust. Ali Imran	Ibu Sumiyati

Sumber: Ibu Sumiyati Pengarah Acara Program *Ngudi Kaswargan*

**Tabel 2**Jadwal materi dan penceramah program *Ngudi Kaswargan*

Hari, tanggal	Tema Materi Dakwah	Penceramah
Jumat, 1 Desember 2017	Maulid Nabi Muhammad SAW	Ustad Mukhlis
Sabtu, 2 Desember 2017	Bekalipun Akhirat	Ustad Ali Imran
Minggu, 3 Desember 2017	Ngukuhaken Ukhuwah Islamiyah	Dra. H.M Durri Anna'im, M.Pd
Senin, 4 Desember 2017	Suri tauladan sahabat Nabi	Ust. Nawawi, S.Pd.i
Selasa, 5 Desember 2017	Tauladan Rasulullah SAW	Ustad Ali Imran
Rabu, 6 Desember 2017	Manfaatipun Syukur	Ustad Mukhlis
Kamis, 7 Desember 2017	Tauhid	Ust. Hasyim S.Th.i
Jumat, 8 Desember 2017	Sifatipun Rasulullah	Ustad Mukhlis
Sabtu, 9 Desember 2017	<i>Gelo</i> (Menyesal)	Ustad Ali Imran

Minggu, 10 Desember 2017	Keutamaan Berilmu	Dra. H.M Durri Anna'im, M.Pd
Senin, 11 Desember 2017	Pemimpin Umat	Ust. Nawawi, S.Pd.i
Selasa, 12 Desember 2017	Malu bagian sanging Iman	Ustad Ali Imran
Rabu, 13 Desember 2017	Meniru Akhlapun Rasulullah	Ustad Mukhlis
Kamis, 14 Desember 2017	Menjadi Orang tua yang Bijaksana	Ust. Hasyim S.Th.i
Jumat, 15 Desember 2017	Sifat Rasulullah ingkang Lemah Lembut	Ustad Mukhlis
Sabtu, 16 Desember 2017	Keutamaan Shodaqoh <i>lan</i> Infaq	Ustad Ali Imran
Minggu, 17 Desember 2017	Indonesia Negara Beragama	Dra. H.M Durri Anna'im, M.Pd
Senin, 18 Desember 2017	Indahnya Berbagi	Ust. Nawawi, S.Pd.i
Selasa, 19 Desember 2017	<i>Lingsem</i> utawi malu	Ustad Ali Imran
Rabu,	<i>Saenipun</i> Berinfak	Ustad Mukhlis

20 Desember 2017		
Kamis, 21 Desember 2017	Menolong Sesama	Ust. Hasyim S.Th.i
Jumat, 22 Desember 2017	<i>Tiyang ingkang</i> Syukur	Ustad Mukhlis
Sabtu, 23 Desember 2017	Taubat	Ustad Ali Imran
Minggu, 24 Desember 2017	Islam Agama Rahmatal lil Alamin	Dra. H.M Durri Anna'im, M.Pd
Senin, 25 Desember 2017	Toleransi antar Umat Beragama	Ust. Nawawi, S.Pd.i
Selasa, 26 Desember 2017	Kedamaian Hakiki	Ustad Ali Imran
Rabu, 27 Desember 2017	Keluarga ingkang Berkah	Ustad Mukhlis
Kamis, 28 Desember 2017	Tahun Baru Semangat Ibadah Baru	Ust. Hasyim S.Th.i
Jumat, 29 Desember 2017	Menyambut Tahun Baru	Ustad Mukhlis
Sabtu, 30 Desember 2017	Keutamaan Infak	Ustad Ali Imran

Minggu, 31 Desember 2017	Menutup Tahun dengan Syukur	Dra. H.M Durri Anna'im, M.Pd
-----------------------------	--------------------------------	---------------------------------

Sumber: Ibu Sumiyati Pengarah Acara Program *Ngudi Kaswargan*

## 2. *Job Description* unit kerja Program *Ngudi Kaswargan*

- a. Produser Pelaksana : menjamin kelancaran penyelenggaraan siaran, sehingga mendukung pencapaian mutu atau kualitas acara, jumlah pendengar dan usaha peningkatan target yang telah ditetapkan lembaga.
- b. Pengarah Acara : Merumuskan dan menetapkan strategi programming siaran yang memenuhi bentuk format radio yang telah ditetapkan, termasuk strategi aspek pendukung keberhasilan siaran radio dengan memperhatikan kebutuhan khalayak. Menyusun rencana kerja program siaran jangka pendek dan menengah, mengarahkan serta mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja, serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektivitas dan efisiensi operasional penyiaran.
- c. Narasumber (Penceramah) : Mempersiapkan dan menyampaikan isi materi siaran.
- d. Operator : Mengoperasikan dan melakukan perawatan ringan atas peralatan studio siaran dan perangkat siaran luar untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran (wawancara

dengan Kasi Pro 4 RRI Semarang pada Kamis, 14 Desember 2017)

#### **D. Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan***

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 ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:50). Strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang meliputi :

##### 1) Menentukan *time schedule*

Time schedule merupakan pemilihan jadwal siaran, karena hal ini merupakan langkah awal dari pembuatan perencanaan dari suatu strategi. Jadwal siaran program *Ngudi Kaswargan* diudarakan setiap hari, mulai pukul 17:00 hingga pukul 17:30 WIB. Pemilihan jadwal siaran ini merupakan langkah yang strategis, agar pesan dakwah yang disampaikan dalam program *Ngudi Kaswargan* dapat diterima baik oleh pendengar. Program *Ngudi Kaswargan* diudarakan guna mengisi waktu saat bersantai serta menemani pendengar untuk menantikan adzan maghrib. Tujuan dari program *Ngudi Kaswargan* untuk mengingatkan kepada pendengar akan pentingnya pengetahuan ajaran agama Islam.

2) Memilih narasumber yang kompeten

Pemilihan narasumber yang kompeten dalam artian dapat menguasai materi yang disampaikan serta mampu menyampaikan materi dakwah menggunakan bahasa Jawa. Kompetensi penceramah juga didasarkan pada intensitas ceramah di masyarakat. Penceramah menyampaikan pesan sesuai dengan isu-isu yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat, seperti tentang menyambut tahun baru baik Masehi maupun Hijriyah, pesan dakwah yang disampaikan berlandaskan ayat Al-qur'an dan Hadits.

3) Siaran *Relay*

Siaran *relay* yaitu siaran radio yang diudarkan secara rekaman atau tidak langsung. Strategi dakwah yang ketiga dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* yaitu menyampaikan pesan dakwah secara *recording* atau rekaman. *Recording* ini dilakukan guna meminimalisir atau memfilter kesalahan dalam penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh narasumber. Keunggulan lain dari strategi dakwah ini adalah jika sewaktu-waktu penceramah berhalangan hadir, maka pengarah acara telah memiliki bahan siaran cadangan.

4) Penggunaan diksi atau pemilihan kata

Pemilihan kata merupakan hal yang harus diperhatikan, untuk itu penyampaian pesan dakwah dalam program *Ngudi Kaswargan* menggunakan bahasa yang ringan. Bahasa yang

ringan artinya penggunaan bahasa disesuaikan dengan bahasa sehari-hari mad'u atau pendengar. Sasaran dakwah *program Ngudi Kaswargan* berada di daerah Jawa Tengah maka penceramah menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan bahasa yang dipahami oleh masyarakat setempat. Strategi ini merupakan langkah yang paling penting, karena kegiatan dakwah yang efektif ialah pesan dakwah yang mampu diterima baik oleh pendengar. Penceramah menyampaikan pesan dakwah menggunakan bahasa Jawa yang dikombinasikan dengan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Jawa bertujuan untuk mengajak pendengar agar lebih mencintai dan melestarikan budaya melalui bahasa. Bahasa Jawa yang digunakan dalam program *Ngudi Kaswargan* meliputi bahasa Jawa krama dan ngoko. Bahasa ngoko ialah bahasa yang digunakan untuk percakapan antara orang yang memiliki kedudukan sederajat, yaitu memiliki kedudukan atau umur yang setara. Penggunaan bahasa krama dimaksudkan untuk menghormati pendengar, karena pendengar memiliki segmentasi usia yang beragam, selain itu penggunaan bahasa krama dapat mencerminkan kerendahan hati dari seorang penceramah. Contoh kutipan naskah program *Ngudi Kaswargan* pada bagian isi, tanggal 30 Agustus 2017 dengan tema Keutamaan Qurban yang disampaikan oleh Ustad Mukhlis, S.Ag:

*“Sumonggo kita tansah nambahi amal kesaenan kita sedaya, ningkataken amal-amal sae, lan ningkataken sangu kita*

*kagem perjalanan kita mbenjang wonten yaumul qiyamah. Dadi urip niku ibarat wong golek sangu sak katahipun kagem bekal benjang dipun pundhut dening Allah, sangu kagem nglampahi wonten ing alam barzah lan kagem nglampahi wonten ing alam akhirat. Tiyang urip ten dunya butuh sangu, kanggo sangu urip , dadi butuh pangan, butuh biaya, butuh papan, butuh sandang, niku sanguine tiyang urip. Dadi ten dunya tiyang urip butuh sangu ben uripe iso penak, iso bahagia. Dadi sampun saged kita raosaken ten dunya niku kebutuhane menungsa kathah. Biaya sekolah, biaya rumah tangga, pokoke niku wujud kagem sangu, sangune urip menungsa dados ngoten”.*

Jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi ”Marilah kita selalu menambah amal kebaikan, dan meningkatkan bekal kita kelak di yaumul qiyamah. Orang hidup itu ibarat mencari bekal sebanyaknya guna persiapan bekal jika kita dipanggil menghadap Allah, bekal untuk berjalan di alam barzah dan bekal di alam akhirat. Orang hidup di dunia perlu bekal, untuk bekal hidup, kebutuhan pangan, sandang, papan, ataupun biaya untuk kebutuhan sehari-hari. Orang hidup di dunia perlu bekal agar mendapatkan hidup yang bahagia, sehingga di dunia kita merasakan betapa banyakanya kebtuhan yang kita perlukan. Biaya sekolah, biaya rumah tangga, dan bentuk bekal biaya lainnya di dunia”.

##### 5) Membahas isu yang aktual

Isu aktual yaitu isu yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Penggunaan isu aktual selaras dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, sehingga apa yang disampaikan penceramah dalam program *Ngudi Kaswargan* relevan dengan kondisi masyarakat. Topik yang dibahas biasanya berkaitan dengan hal-hal yang erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari,

baik dipandang dari segi aqidah, syariah, maupun akhlaq. Materi dakwah disesuaikan dengan *event* kalender, maksudnya *event kalender* yaitu peringatan besar umat muslim, seperti maulud Nabi, tahun baru Hijriyyah, Hari raya Idul Fitri maupun idul Adha, serta *event* umat muslim lainnya (Hasil wawancara dengan Ibu Sumiyati selaku pengarah acara program *Ngudi Kaswargan*, pada hari Rabu, 13 Desember 2017).

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM *NGUDI KASWARGAN***

Pembahasan pada Bab II telah dijelaskan bahwa menurut Pimay (2005,50) strategi dakwah merupakan proses menentukan cara dan daya upaya untuk mencapai tujuan dakwah. Strategi dakwah diperlukan guna mempermudah langkah gerakan dakwah, sehingga kegiatan dakwah terlaksana secara sistematis dan pesan dakwah yang disampaikan tepat mengenai pada sasaran dakwah yang dituju.

Menurut Saerozi (2013,54-55) agar kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan tujuan, maka ada beberapa strategi dakwah yang telah dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan*, yaitu: pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, melakukan evaluasi program dakwah.

#### **A. Analisis Pemetaan dakwah**

Pemetaan dakwah dilakukan guna menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi yang bisa dikembangkan, serta memperjelas secara gamblang sasaran atau tujuan dakwah guna menentukan kegiatan dakwah yang dapat dilakukan. Pemetaan dakwah dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* dengan cara mengenali mad'u atau sasaran dakwah yang dituju.

Sasaran dakwah dari program *Ngudi Kaswargan* merupakan masyarakat yang heterogen, yaitu masyarakat Jawa Tengah yang terdiri dari berbagai latar belakang baik secara sosial maupun

ekonomi. Hal ini sesuai dengan jangkauan pancaran RRI Semarang yang meliputi daerah regional Jawa Tengah. Ditinjau dari letak stasiun siaran RRI Semarang yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 144-146 Semarang, maka sasaran dakwah program *Ngudi Kaswargan* lebih merujuk kepada masyarakat urban.

Menurut Asmuni Syukir (1983,181-182) strategi dakwah yang digunakan dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah, salah satunya adalah azas sosiologis. Azas ini merujuk pada masalah yang berkaitan erat dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, seperti situasi politik, ekonomi, keamanan, dan kehidupan beragama di masyarakat yang sepenuhnya diarahkan pada persaudaraan yang kokoh, sehingga tidak ada sekat diantara elemen dakwah baik pada obyek maupun subjek dakwah.

Azas sosiologi menjadi salah satu acuan program *Ngudi Kaswargan* dalam melakukan strategi dakwahnya. Sasaran dakwah program *Ngudi Kaswargan* jika dilihat dari segi sosiologis merupakan masyarakat Jawa Tengah, khususnya wilayah Semarang dengan komposisi masyarakat berupa perpaduan antara masyarakat pesisir dengan masyarakat perkotaan, kondisi keagamaan masyarakat Jawa Tengah juga multi agama. Kondisi masyarakat menjadi pertimbangan penceramah ketika menyampaikan pesan dakwahnya, karena masyarakat Jawa Tengah memiliki dialeg bahasa yang beragam maka bahasa yang digunakan oleh penceramah berupa bahasa Jawa yang dikombinasikan dengan bahasa Indonesia. Sehingga materi dakwah

yang disampaikan dapat dipahami secara menyeluruh oleh pendengar dari latar belakang dialeg yang beragam.

Keberhasilan dakwah dapat terlihat dari tersampainya materi dakwah tepat sesuai pada sasaran, salah satu faktor yang mempengaruhi tersampainya pesan dakwah adalah cara penyampaian pesan dakwah menggunakan bahasa yang mudah dipahami mad'u. Penceramah dalam program *Ngudi Kaswargan* menggunakan bahasa yang mudah dipahami, yaitu berupa perpaduan antara bahasa Jawa dengan bahasa Indonesia. Bahasa Jawa yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* merupakan *basa madya* yaitu penggabungan antara bahasa *ngoko* dengan *krama*. Contoh materi dakwah program *Ngudi Kaswargan* dengan perpaduan *basa madya* dengan bahasa Indonesia (disampaikan oleh Ustad Mukhlis, tanggal 18 Agustus 2017, tema: Mensyukuri nikmat Allah).

*“Syukur niku wonten tigang tingkatan, syukur bil qalbi yaiku syukur wonten jerone ati. Atine yakin bilih nikmat ingkang sampun dipun tampi iku anugerah peparing sangking Allah. Rezeki sing ditampa niku ora mung gara-gara usaha ikhtiare, keahliane nyambut gawe ning ten mriku nggih wonten campur tanganipun Allah peparing rahmat sangking Allah. Yakin, dadi sedaya kenikmatan lahir bathin, umur panjang, kesehatan, iku sedaya peparing sangking Allah. Rumongso bilih sedaya ingkang sampun digadahi uatawa sing diperoleh niku mergo kerja kerase, mergo ngelmune, mergo keahliane, terus lali marang gusti Allah iku termasuk ati ingkang kufur.*

Jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia maka menjadi, ”*syukur ada tiga tingkatannya, yaitu syukur bil qalbi atau syukur dalam hati. Meyakinkan dalam hati bahwa nikmat yang sudah diterima merupakan anugerah pemberian dari Allah. Rezeki yang sudah dimiliki tidak semata-mata karena kerja keras, keahlian bekerja tetapi didalalamnya terdapat campur tangan Allah yang sudah memberikan rahmat. Yakin semua kenikmatan lahir bathin, umur panjang, kesehatan, itu semua pemberian dari Allah. Merasa semua yang dimiliki karena kerja kerasnya saja kemudian lupa akan rahmat Allah maka itu termasuk hati yang kufur*”

Menurut Djamali (Anggota PAPERIS) bahasa yang digunakan dalam program *Ngudi Kaswargan* sangat mudah dipahami, penceramah cukup pelan dalam menyampaikan pesan dakwahnya sehingga kami yang sudah tua dapat mencermati apa yang disampaikan oleh penceramah. *Ngudi Kaswargan* cocok didengarkan oleh kalangan muda, karena bahasa yang digunakan dapat menjangkau semua usia artinya mudah dipahami oleh semua kalangan.

Penggunaan bahasa Jawa *krama madya* menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki oleh program *Ngudi Kaswargan*. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan sasaran dakwahnya, yaitu masyarakat Jawa Tengah. Ditinjau dari letak stasiun RRI Semarang yang berada di jantung kota Semarang, maka masyarakat perkotaan juga menjadi sasaran dari program *Ngudi Kaswargan*. Dengan demikian, bahasa

yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* tidak hanya menggunakan bahasa Jawa, tetapi juga dikombinasikan dengan bahasa Indonesia.

Keunggulan yang dimiliki oleh program *Ngudi Kaswargan* adalah penyampaian pesan dakwahnya menggunakan bahasa Jawa yang mudah dipahami. Program *Ngudi Kaswargan* menarik untuk didengarkan, karena selain muatan dakwah Islamnya juga ada muatan budaya Jawa. Pro 4 RRI Semarang merupakan radio dengan kanal pendidikan dan kebudayaan, sehingga segmentasi pendengarnya usia dewasa dan orang-orang yang senang akan kebudayaan. Kemungkinan pendengar tidak hanya orang dewasa dan mereka yang senang akan budaya, untuk itu bahasa yang digunakan merupakan bahasa Jawa yang biasa digunakan sehari-hari terkadang juga diselipi bahasa Indonesia untuk mempermudah khalayak dalam memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa siar menjadi keunggulan serta ciri khas program *Ngudi Kaswargan*, karena tidak banyak program religi radio di Semarang yang bahasa siarnya menggunakan bahasa Jawa. Penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa siar merupakan implementasi Pro 4 RRI Semarang sebagai salah satu lembaga penyiaran publik yang turut mengembangkan dan melestarikan budaya lokal berupa bahasa daerah. Bahasa Jawa dapat melambungkan kerendahan hati dan sebagai wujud penghormatan

kepada pendengar, untuk itu menyampaikan pesan dakwah dengan berbahasa Jawa diharapkan lebih mengena terhadap sasaran dakwah.

Bahasa dalam program *Ngudi Kaswargan* dapat menjadi kelemahan, apabila penceramah tidak cermat dalam memilih dan menggunakan bahasa. Penceramah apabila tidak menggunakan bahasa yang familiar maka pendengar akan cenderung meninggalkan siaran program *Ngudi Kaswargan* dikarenakan tidak dapat memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Peluang yang dimiliki program *Ngudi Kaswargan* sebagai program dakwah cukup besar, hal ini dikarenakan minimnya program dakwah berbahasa Jawa yang ada di wilayah Semarang. Pro 4 RRI Semarang menjadi corong akan jati diri orang Jawa, sesuai Perda Pemerintah Jawa Tengah nomor 9 tahun 2012 tentang Bahasa, Sastra, dan Aksara Jawa. Perda ini menegaskan bahwa Bahasa Jawa tak hanya digunakan masyarakat sebagai bahasa informasi, komunikasi dan edukasi, tetapi juga digunakan pada khotbah keagamaan, rapat ditingkat RT atau RW, lembaga adat, kegiatan masyarakat, serta lembaga kemasyarakatan.

Pada dasarnya dakwah merupakan usaha penyampaian risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal. Dakwah mengembangkan fitrah dan kearifan manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya. Dengan demikian, dakwah merupakan suatu proses memanusiaikan manusia dalam tahap perubahan sosio-kultural yang

membentuk tatanan kehidupan masyarakat yang harmonis. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran dakwah inovatif yang dapat mengubah kemapanan pemahaman agama, yaitu pemahaman agama yang tertutup (primitif) menuju pemahaman agama yang terbuka.

Penyampaian dakwah melalui radio, khususnya dalam program *Ngudi Kaswargan* ini diharapkan dapat membuka pola pikir masyarakat akan keterbukaan dalam pemahaman ajaran agama Islam. Kehadiran program *Ngudi Kaswargan* bertujuan untuk memberikan pencerahan kepada pendengar tentang pemahaman ajaran agama Islam sesuai dengan Al-qur'an dan Hadist, serta ijma' para ulama. Tugas da'i adalah membangkitkan semangat sasaran dakwah agar dapat menggali dan mengembangkan masyarakat yang berazaskan Ketuhanan yang Maha Esa.

Program *Ngudi Kaswargan* juga melakukan pemetaan dakwah dengan cara menentukan plot atau jadwal siaran. Program *Ngudi Kaswargan* disiarkan setiap hari mulai pukul 17:00 hingga 17:30 WIB tanpa adanya jeda iklan. Penentuan jadwal siar ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan*, agar kegiatan dakwah dapat terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan. Durasi siar program *Ngudi Kaswargan* selama tiga puluh menit tanpa jeda iklan juga menjadi penunjang tersampainya pesan dakwah tanpa terhalang selingan iklan. Pendengar dapat mendengarkan secara tuntas mengenai materi yang disampaikan oleh penceramah.

Program *Ngudi Kaswargan* juga melakukan pemetaan dakwah dengan cara menentukan jadwal siaran. Program *Ngudi Kaswargan* diudarkan pada pukul 17:00 karena pada jam tersebut sebagian masyarakat telah selesai menjalankan rutinitasnya. Program *Ngudi Kaswargan* ini diharapkan mampu melepaskan penat pendengar setelah selesai dari rutinitasnya, serta mencerahkan bathin pendengar agar selalu mengingat untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Pemilihan plot siaran program *Ngudi Kaswargan* pada jam 17:00 hingga pukul 17:30 WIB dinilai sangat efektif, karena pada jam tersebut merupakan waktu menjelang maghrib. Pendengar dapat mengisi waktu untuk menantikan adzan maghrib dengan mendengarkan program *Ngudi Kaswargan*.

Ibu Sri Sulistyoningsih selaku Kasi Pro 4 RRI Semarang memaparkan bahwa :

“Program *Ngudi Kasawargan* memiliki tujuan untuk mengajak pendengar agar mendekatkan diri kepada Allah, terlebih setelah selesai beraktivitas. Selepas beraktivitas tentunya orang merasa penat, dengan mendengarkan program *Ngudi Kaswargan* ini diharapkan dapat menyegarkan kembali bathin para pendengar. Mengingatkan kepada pendengar bahwa tujuan akhir dari sebuah kehidupan adalah akhirat. Hadirnya program *Ngudi Kaswargan* dapat memberikan pencerahan kepada pendengar akan bekal akhirat”

Penempatan jadwal atau *time schedule* pada pukul 17:00 WIB juga menjadi keunggulan program *Ngudi Kaswargan*, karena penempatan jadwal merupakan salah satu langkah strategis untuk

mendapatkan peluang agar suatu program dapat dinikmati oleh khalayak. Tidak adanya jeda iklan juga menjadi kekuatan program *Ngudi Kaswargan*, pendengar dapat menyimak materi yang disampaikan tanpa terjeda oleh iklan. Pendengar dapat menantikan adzan maghrib dengan mendengarkan program *Ngudi Kaswargan*.

Pro 4 RRI Semarang sebagai lembaga penyiaran publik, turut serta memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat, berupa pencerahan ajaran agama Islam. Ajaran agama Islam yang disampaikan penceramah dalam program *Ngudi Kaswargan* bersifat netral, tidak mengunggulkan suatu golongan ataupun merendahkan agama lain. Hal ini selaras dengan misi RRI sebagai media pemersatu bangsa.

Program *Ngudi Kaswargan* sesuai dengan filosofinya, berasal dari kata *Ngudi* yang berarti mencari dan *Kaswargan* berarti surga. Memilih nama bagi suatu program merupakan salah satu kegiatan yang penting, nama suatu program acara dapat berfungsi sebagai penyampai atribut dan makna dari suatu program yang akan diudarkan. Ketika memilih nama suatu program, penggerak program acara harus memilih nama yang dapat menginformasikan konsep program dan dapat membantu menempatkan atau memposisikan program agar mudah diingat atau dikenali oleh audien. Pendengar dapat mengetahui karakteristik siaran dari nama yang digunakan oleh suatu program, begitu juga dengan program *Ngudi Kaswargan*. Nama yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* telah mencerminkan

bahwa program tersebut merupakan program dakwah yang berbudaya. Dakwah berbudaya yaitu, program dakwah yang mengandung unsur kebudayaan berupa bahasa Jawa.

Program *Ngudi Kaswargan* tidak terlepas dari karakteristik Pro 4 RRI Semarang sebagai kanal budaya. Penamaan Program *Ngudi Kaswargan* tetap berorientasi pada kebudayaan, walaupun program tersebut merupakan program agama Islam. Strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* dengan cara melakukan pemetaan dakwah merupakan langkah yang tepat.

## **B. Analisis dalam Menentukan metode dakwah**

Menentukan metode dakwah yaitu memilih metode dakwah yang akan dilakukan. Dakwah dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu *bil lisan*, *bil hal*, maupun *bil qalam*. *Ngudi Kaswargan* karena merupakan program radio, maka termasuk dakwah *bil lisan* dengan metode dakwah *mauidzah hasanah*. Penceramah program *Ngudi Kaswargan* menyampaikan dengan pengajaran yang baik, tidak bersikap menghardik, tidak memarahi, dan tidak membuka aib atas kesalahan-kesalahan penerima dakwah. Program *Ngudi Kaswargan* juga menggunakan pendekatan strategi sentimental yaitu, dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin sasaran dakwah, memberi nasehat yang mengesankan serta memanggil hati mad'u dengan kelembutan. Sikap lembut dalam menyampaikan pesan dakwah dapat mendatangkan petunjuk bagi hati

yang tersesat dan menjinakkan hati yang keras, serta dapat mendatangkan kebaikan.

Radio merupakan media *auditori* atau media pendengaran, sehingga selain menggunakan bahasa yang lemah lembut, maka penceramah dalam menyampaikan pesan dakwahnya harus sejelas mungkin sesuai dengan karakteristik siaran radio yang bersifat sepintas. Sepintas artinya tidak dapat mengulang isi dari materi siaran yang disampaikan. Dengan demikian, pendengar atau sasaran dakwah dapat mudah memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Metode dakwah yang dilakukan program *Ngudi Kaswargan* berupa penyampaian pesan dakwah secara uraian, penceramah hanya menyiapkan pokok dari materi dakwah yang akan disampaikan kemudian diuraikan tanpa menggunakan teks dan langsung rekaman. Pesan dakwah disampaikan secara uraian karena format program *Ngudi Kaswargan* yang bersifat monolog tanpa adanya sesi interaktif dari pendengar.

Penyampaian pesan dakwah secara monolog menjadi salah satu kekuatan dalam program *Ngudi Kaswargan*, penceramah dapat menyampaikan pesan dakwahnya tanpa terjadi *feed back* atau respon dari pendengar. Dengan demikian, pesan dakwah dapat tersampaikan secara sistematis. Format acara secara *recording* atau rekaman juga menjadi salah satu kekuatan program *Ngudi Kaswargan*, dengan format tersebut maka dapat meminimalisir kesalahan terhadap isi dari rekaman materi siaran.

Penyampaian pesan dakwah secara monolog dan format siaran secara *recording* selain sebagai kekuatan juga dapat menjadi kelemahan program *Ngudi Kaswargan*. Sebab, pendengar tidak dapat memberikan respon atau umpan balik atas materi dakwah yang disampaikan. Langkah solutif yang dapat diterapkan oleh program *Ngudi Kaswargan* yaitu memberikan wadah untuk menampung *feed back* atau respon dari pendengar. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah memberikan wadah melalui media sosial guna sarana bagi pendengar atau sasaran dakwah untuk memberikan *feed back*. Media sosial yang dapat digunakan seperti facebook, dan instagram.

Media sosial selain sebagai sarana untuk memberikan umpan balik, pengarah acara program *Ngudi Kaswargan* juga dapat memanfaatkan media sosial guna mempublikasikan materi dakwah yang telah disampaikan. Hal ini jika dilakukan maka dapat menutupi kekurangan siaran radio yang bersifat sepiantas. Apabila pendengar kurang memahami atau ingin menyimak kembali materi dakwah yang telah disampaikan, maka pendengar dapat mengunjungi media sosial guna *mereview* materi yang telah disampaikan.

Dakwah yang efektif ialah dakwah yang mampu membangkitkan perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh penceramah. Pesan yang disampaikan menggunakan tanda yang didasarkan pada pengalaman yang selaras antara penceramah dengan khalayak atau mad'u, sehingga tercipta pemahaman yang sama. Penceramah ketika menyampaikan pesan

dakwah terlebih dahulu memahami keadaan dari sasaran dakwahnya. Penceramah menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan karakteristik masyarakat Semarang, yang memiliki latar belakang agama majemuk. Pesan dakwah yang disampaikan penceramah tidak menyudutkan suatu golongan atau agama lain, agar memudahkan pemahaman pendengar materi dakwah yang disampaikan disertai dengan contoh kasus ataupun perumpamaan yang lazim terjadi di masyarakat. Salah satunya pada kutipan materi ceramah yang disampaikan oleh Ustad Ali Imran, pada tanggal 30 Agustus 2017 dengan tema Keutamaan berqurban:

*"Qurban niku saged diparingaken, dipun hadiahken marang tiyang sanes. Daging qurban niku dibagi telu, sepertigane kagem keluarga, sepertigane dipun hadiahaken, sepertigane kagem sedekahke. Sepertiga daging qurban diparingake dateng keluargane hukume angsal, sepertigane disedekahke kagem fakir miskin, dibagi-bagi kagem fakir miskin. Sepertigane maleh dihadiahke, ning tergantung tiyang ingkang qurban. Hadiah niku kan diwehke, meh diwehke sedulure dewe, meh diwehke kancane, meh diwehke tanggane, terserah sing qurban. Nek sedekah niku kedah diparingake tiyang fakir miskin ingkang butuhke, tapi nek hadiah niku ora kudu fakir miskin. Wong sugih mula oleh nampa daging qurban, mergo sifate hadiah supaya entuk berkahe qurban".*

Jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia menjadi:

*"Qurban dapat diberikan, dihadiahkan untuk orang lain. Pembagian daging hewan qurban dibedakan menjadi tiga, yaitu sepertiga untuk keluarga, sepertiga*

*untuk dihadihkan, dan sepertiga untuk sedekah. Hukumnya boleh memberikan sepertiga daging hewan qurban untuk keluarga, sepertiga untuk disedekahkan kepada fakir miskin, sepertiganya lagi untuk hadiah. Hadiah mau diberikan untuk siapa terserah yang berqurban. Hadiah itu kan pemberian, diberikan untuk saudara, diberikan untuk tetangga, diberikan untuk teman, tergantung orang yang berqurban ingin memberikan kepada siapa. Jika shodaqoh harus diberikan kepada fakir miskin, kepada orang yang membutuhkan, tetapi jika hadiah tidak harus diberikan kepada fakir miskin. Orang kaya maka boleh menerima daging qurban, agar mendapatkan keberkahan dari qurban.”*

Kutipan isi materi ceramah tersebut menjelaskan tentang bagaimana hukum pembagian daging hewan qurban. Materi tersebut dapat menjawab problematika di masyarakat tentang kekisruhan pembagian daging hewan qurban. Orang yang kaya juga berhak mendapatkan daging qurban, akan tetapi sebagai hadiah atau pemberian dari orang yang berqurban meskipun prioritas utama dari pembagian daging qurban merupakan fakir miskin.

### **C. Analisis pada Evaluasi Program Ngudi Kaswaragan**

Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah yang dilaksanakan sesuai pada perencanaan atau tidak, serta sebagai tolak ukur sejauh mana keberhasilan dakwah dapat dicapai. Evaluasi dakwah dilaksanakan pada saat kegiatan dakwah dan setelah pelaksanaan dakwah, guna mengetahui sejauh mana kekurangan,

hambatan, peluang, dan tantangan dakwah agar kemudian ditemukan perbaikan yang meliputi sisi pembenahan, pembinaan, dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan mendatang.

Evaluasi program *Ngudi Kaswargan* dilakukan oleh Bidang Perencanaan dan Evaluasi program setiap sebulan sekali, serta di evaluasi langsung oleh Kasi Pro 4 beserta Pengarah acara. Kasi Pro 4 RRI Semarang mengevaluasi program *Ngudi Kaswargan* dengan cara memfilter isi dari materi dakwah yang dilakukan oleh penceramah. Hal ini sekaligus menjadi keuntungan dari format acara berupa rekaman. Materi yang disampaikan dapat dikoreksi sebelum diudarakan untuk disampaikan kepada khalayak pendengar. Dakwah melalui radio juga mempermudah penceramah untuk menyampaikan pesan dakwahnya, karena melalui radio tidak perlu melewati proses yang kompleks. Penceramah hanya menyiapkan materi siaran, kemudian berbicara di depan mikrofon dan direkam. Setelah melalui tahap editing (koreksi isi pesan dakwah) maka materi dakwah dapat disampaikan kepada khalayak sesuai dengan jadwal.

Judul atau topik yang disampaikan oleh narasumber juga tak luput dari evaluasi, hal ini dilakukan agar judul atau topik yang disampaikan relevan dengan materi apa yang dibutuhkan oleh pendengar. Materi juga disesuaikan dengan *event* kalender atau peringatan hari besar Islam maupun hari nasional. Penggunaan materi dakwah yang disesuaikan dengan *event* kalender ini juga berfungsi agar materi yang disampaikan lebih bervariasi, serta tidak ketinggalan

dengan isu yang sedang hangat dibicarakan. Dengan demikian, khalayak selalu mendapat pencerahan ajaran agama Islam yang terbaru. Hal inilah yang membuat program *Ngudi Kaswargan* masih diminati oleh pendengar, walaupun saat ini semakin merebak radio komunitas yang khusus menyiarkan ajaran agama Islam.

Efektivitas dari kegiatan dakwah, selain dinilai dari pesan dakwah yang diselaraskan dengan kondisi khalayak juga terukur dari metode yang digunakan oleh penceramah. Kegiatan dakwah dalam program *Ngudi Kaswargan* cukup efektif, hal ini terukur dari berbagai strategi dakwah yang dilakukan oleh program tersebut. Efektivitas ini juga dapat diukur antara waktu dan tenaga yang dikeluarkan seimbang, serta pesan dakwah dapat diterima baik oleh khalayak. Hal ini sesuai dengan azas efektivitas dan efisiensi dakwah, yaitu menekankan pada usaha dengan semaksimal mungkin sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penceramah program *Ngudi Kaswargan* tidak setiap hari datang ke studio untuk melakukan rekaman, untuk mengantisipasi hal itu maka setiap kali penceramah rekaman bisa merekam dua materi siaran. Hal ini dilakukan sebagai wujud efisiensi antara tenaga dan waktu yang dikeluarkan, karena tidak setiap hari penceramah dapat meluangkan waktunya melakukan rekaman terhadap materi siaran (wawancara dengan Ibu Sumiyati selaku Pengarah acara *Ngudi Kaswargan*, pada Kamis 14 Desember 2017).

Berdasarkan hasil analisa yang penulis lakukan, strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan* sudah tepat. Mulai dari pemilihan jadwal siar hingga materi yang disampaikan sudah sesuai dengan realita dakwah atau kebutuhan khalayak. Eksistensi program *Ngudi Kaswargan* yang telah bertahan selama sepuluh tahun, sejak tahun 2007 dapat menjadi rujukan akan keberhasilan strategi dakwah yang digunakan oleh program tersebut.

Format program *Ngudi Kaswargan* yang bersifat monolog sebaiknya diimbangi dengan adanya publikasi materi siaran melalui sosial media. Dengan demikian, maka pendengar atau sasaran dakwah dapat mereview pesan dakwah yang telah disampaikan. Publikasi materi dakwah melalui sosial media juga dapat dijadikan wadah bagi khalayak guna memberikan *feedback*.

Pro 4 RRI Semarang memiliki jangkauan siaran yang mencakup wilayah regional Jawa Tengah, hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah pusat dalam PP Nomor 11 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Publik. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, kini siaran Pro 4 RRI Semarang juga dapat disiarkan melalui radio *streaming* di [rripro4semarangid.radio.net](http://rripro4semarangid.radio.net).

Program dakwah seperti *Ngudi Kaswargan* perlu dipertahankan eksistensinya, karena selain mengandung pesan dakwah program tersebut secara tersirat telah ikut melestarikan budaya kearifan lokal berupa bahasa daerah. Agar tetap diminati oleh

pendengar, penceramah program *Ngudi Kaswargan* harus berhati-hati dalam penggunaan bahasa yang digunakan. Penceramah sebaiknya menggunakan bahasa Jawa yang mudah dipahami.

Kemunculan radio dakwah yang semakin merebak tidak menjadi ancaman terhadap program *Ngudi Kaswargan*. Pihak RRI turut bangga dengan menjamurnya radio komunitas yang khusus menyiarkan ajaran dakwah, dengan demikian muatan dakwah lebih beragam. Radio komunitas tentunya memiliki cara pandang yang berbeda-beda dalam menyampaikan misi dakwahnya. Hadirnya radio komunitas khusus dakwah membuat siaran tentang ajaran Islam semakin beragam. Pendengar dapat memilah channel siaran radio sesuai dengan pandangan masing-masing. (Hasil wawancara dengan Ibu Sumiyati selaku pengarah acara Program *Ngudi Kaswargan*, pada hari Kamis, 14 Desember 2017)

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Program *Ngudi Kaswargan* dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan beberapa strategi, yaitu melakukan pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, dan melakukan evaluasi program *Ngudi Kaswargan*. Pemetaan dakwah dilakukan guna mengetahui sasaran dakwah dan mengetahui metode dakwah yang dapat dilakukan. Kesuksesan strategi dakwah yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* juga ditunjang oleh dua faktor lingkungan, yaitu faktor lingkungan internal dan eksternal. Faktor lingkungan internal berasal dari kekuatan atau kelebihan serta kelemahan yang dimiliki oleh program *Ngudi Kaswargan*, sedangkan faktor lingkungan eksternal berasal dari luar program *Ngudi Kaswargan*.

Kekuatan yang dimiliki oleh program *Ngudi Kaswargan* berasal dari bahasa yang digunakan, yaitu bahasa Jawa *madya* (*krama-ngoko*) yang dipadukan dengan bahasa Indonesia. Penentuan jadwal siaran juga menjadi kekuatan program *Ngudi Kaswargan*, karena program ini didarakan pada pukul 17:00-17:30 WIB tanpa terjeda iklan. Program *Ngudi Kaswargan* memiliki keunggulan yaitu format acaranya berupa rekaman atau *recording*, dengan demikian dapat meminimalisir kesalahan dalam materi siaran karena telah

melalui tahap editing. Kekurangan yang dimiliki oleh program Ngudi Kaswargan adalah tidak membuka sesi interaktif sehingga pendengar tidak dapat memberikan feed back atas materi yang disampaikan.

Berdasarkan analisis dan pembahasan “Strategi dakwah dalam program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang” penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Ngudi Kaswargan*, dapat mempertahankan identitas Pro 4 RRI Semarang sebagai saluran kanal kebudayaan. Materi dakwah yang disampaikan dapat diterima baik oleh pendengar, karena materi dakwah disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami serta berisi materi yang dekat dengan problematika umat. Durasi siaran selama tiga puluh menit tanpa jeda iklan menjadi salah satu faktor keberhasilan strategi dakwah yang dilakukan oleh program Ngudi Kaswargan, karena pendengar dapat fokus menyimak tanpa adanya selingan iklan.

## **B. Saran**

Sebelum penulis mengakhiri tulisan ini ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan untuk pihak terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Kepada pengelola dan unit kerja program Ngudi Kaswargan hendaknya mengadakan sesi interaktif, sehingga pendengar dapat memberikan feedback atau tanggapan terhadap materi yang disampaikan.

2. Kepada penceramah sebisa mungkin mengurangi pengulangan kalimat, karena dari pengamatan yang penulis lakukan penceramah beberapa kali melakukan pengulangan kalimat yang terkadang tidak sinkron dengan kalimat sebelum atau sesudahnya. Sehingga menyulitkan pendengar untuk memahami pesan dakwah yang disampaikan.
3. Program Ngudi Kaswargan seharusnya dapat memanfaatkan media sosial untuk mempublikasikan materi dakwah yang telah disampaikan, karena dari pengamatan penulis hanya beberapa program siaran yang dipublikasikan oleh facebook milik Pro 4 RRI Semarang.

### **C. Penutup**

Demikian pemaparan hasil penelitian yang dapat penulis paparkan, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya ini. Dibalik kelemahan dan kekurangan karya ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER DARI BUKU

- Amin, Syamsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah).
- Ardhana, Sutirman Eka. 1995. *Jurnalistik Dakwah*. (Jakarta: Pustaka Pelajar).
- Arikunto, Suharsini. 1998. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi IV. (Jakarta: Rineka cipta).
- Ardianto, Elvinaro. Erdiyana, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- \_\_\_\_\_. 2009. *Ilmu Dakwah edisi Revisi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Djamal, Hidajanto. Andi Fachrudin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran, Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)*. Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Masduki. 2004. *Jurnalistik Radio*. (Yogyakarta:LKIS).
- Milles, Matthew B. And Huberman, Michael A. 1992. *Analisis Data Kualitatif* (terjemahan: Tjetjep Rohendi). (Jakarta: UI Press).
- Mintzberg, H & Quinn. 1991. *The Strategy, Process, Concept, Contents, Cases, Second Editon*. (New Jersey: Prentice Hall, Inc).

- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Edisi Pertama. (Jakarta: Kencana Prenada Media)
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah, Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- \_\_\_\_\_, dkk. 2003. *Metode Penelitian Dakwah*. (Bandung: CV: Pustaka Setia).
- Munir. 2009. Edisi Revisi. *Metode Dakwah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media).
- Omar, Yahya Toha. 2004. *Islam Dan Dakwah*. (Jakarta: Logos).
- Olii, H. 2006. *Reportase Radio*. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia).
- Oeramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio: Kiat Menulis Berita Radio*. (Jakarta: Erlangga).
- Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis (Strategi dan Metode Dakwah Prof. KH. Saifuddin Zuhri)*. (Semarang: Rasail).
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan ke-20. (Jakarta: PT Gramedia).
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. (Yogyakarta : Penerbit Ombak).
- Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Cetakan ke-1. (Jakarta Barat: PT Indeks).
- Siagian. 1994. *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. (Jakarta: Rajawali Pers).
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset).

Suprayogo, Imam Tobroni. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. (Bandung: Remaja Rosdakarya).

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. cetakan ke-17 (Bandung: Alfabeta).

Surakhmad, Winarno. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik*. (Bandung: Tarsito).

Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya : Al-Ikhlas).

#### **SUMBER DARI SKRIPSI**

Abdullah, Musta'in. 2010. *Strategi Komunikasi Dakwah pada Radio Rama FM Yogyakarta (Studi pada Format Komunikasi Program Religi Embun Pagi*. (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga).

Afandi, Ahmad. 2014. *Strategi Dakwah forum Lingkar Pena (FLP) Cabang Semarang dalam Mengembangkan Jurnalistik Islami di Kota Semarang*. (Semarang : UIN Walisongo).

Alaric, Rafardhan Irfan. 2015. *Strategi Radio Silaturahmi AM 720 Cibubur Bekasi dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Media Dakwah*. (Semarang : UIN Walisongo).

Idris, Muhammad. 2015. *Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam Pengembangan Potensi Diri Kaum Tunanetra Di Mijen Kota Semarang*. (Semarang : UIN Walisongo).

Sutarti. 2015. *Persepsi Komunitas Pendengar terhadap Ceramah Dakwah Berbahasa Jawa KH. Ahmad Anas M.Ag dalam Program Ngudi Kaswargan di RRI Semarang*. (Semarang: UIN Walisongo)

### **SUMBER DARI INTERNET**

<http://definispengertian.net/pengertian-analisis-swot-definisi-dan-manfaat/#> (diakses pada Kamis, 07 Desember 2017 pukul 20:29 WIB).

<http://rri.co.id/> (diakses pada Minggu, 17 Desember pukul 20:15 WIB).

### **SUMBER LAIN**

Wawancara dengan Kepala Siaran Pro 4 RRI Semarang, Dra Sri Sulistyoningsih. Pada tanggal 13 Desember 2017 di Kantor Pro 4 RRI Semarang.

Wawancara dengan (Ibu Sumiyati dan Bapak Suparman) Pengarah Acara Program Ngudi Kaswargan, pada tanggal 14 Desember 2017 di Kantor Pro 4 RRI Semarang.

## LAMPIRAN 1.

1. Wawancara dengan Kasi Pro 4 RRI Semarang, Ibu Sri Sulistyoningsih



2. Wawancara dengan Pengarah Acara Program Ngudi Kaswargan, Ibu Sumiyati



### 3. Wawancara dengan Bapak Djamali anggota PAPERIS



## LAMPIRAN 2.

### Daftar Pertanyaan untuk Wawancara

Judul Skripsi :

### **Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan* di Pro 4 RRI Semarang.**

#### **A. Informan : kepala sie Pro 4 RRI Semarang, Ibu Sri Sulistyoningsih,M.M**

1. Pertanyaan : Bagaimana profil Pro 4 RRI Semarang ?

Jawaban : Pro 4 RRI lahir sejak sepuluh tahun yang lalu, sesuai dengan perundang-undangan bahwa lembaga penyiaran publik harus memberikan layanan kepada masyarakat. Salah satunya dengan mengadakan siaran khusus kanal budaya berupa Pro 4, dengan adanya Pro 4 diharapkan mampu memberikan pendidikan, hiburan, sarana informasi, serta pelestari budaya.

2. Pertanyaan: Program apa saja yang menjadi unggulan Pro 4 RRI Semarang?

Jawaban: sebenarnya mayoritas program di Pro 4 merupakan program unggulan mbak, karena program yang disiarkan oleh Pro 4 memiliki karakteristik khusus berupa siaran budaya yang jarang disiarkan oleh radio lain. Program yang paling dunggulan di Pro 4 RRI Semarang salah satunya “Jateng Gayeng”, yaitu siaran interaktif dengan narasumber dari berbagai *stake holder* seperti pemrov, kadang juga pemangku kepentingan masyarakat.

3. Pertanyaan : Bagaimana proses tercetusnya program *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : Program *Ngudi Kaswargan* itu muncul karena dari lembaga RRI menginginkan program yang bertujuan memberikan pengetahuan akan ajaran Islam, karena Pro 4 merupakan saluran kanal budaya maka penyampaiannya pun sebisa mungkin menggunakan bahasa Jawa.

4. Pertanyaan : Apa yang menjadi keunggulan program *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : Keunggulan dari *Ngudi Kaswargan* ya karena jadwal siarannya pada sore hari pukul 17:00 sehingga pendengar dapat melepas penat dari rutinitasnya dengan mengikuti program *Ngudi Kaswargan*. disamping itu, untuk mengisi waktu menantikan adzan maghrib pendengar dapat mengikuti program *Ngudi Kaswargan*. *Ngudi Kaswargan* disiarkan menggunakan bahasa yang ringan, sehingga mudah dipahami oleh pendengar. Topik yang disampaikan juga berisi materi yang erat kaitannya dengan realita di masyarakat, baik dalam hal ibadah maupun aqidah.

5. Pertanyaan : Bagaimana strategi yang digunakan oleh program *Ngudi Kaswargan* sebagai program dakwah ?

Jawaban : strateginya ya macem-macem mbak. Pertama menentukan plot atau jadwal siaran, kemudian memilih narasumber. Narasumber yang dipilih oleh program *Ngudi Kaswargan* merupakan ustad atau praktisi yang kompeten di bidang agama Islam. Strategi selanjutnya penyampaian pesan dengan bahasa yang ringan, dalam artian bahasa yang mudah

dipahami dan merupakan bahasa keseharian pendengar. Selanjutnya yaitu menggunakan topik yang dibutuhkan oleh masyarakat yang sifatnya membimbing. Strategi yang terakhir yaitu materi siaran direkam, hal ini memudahkan jika sewaktu-waktu narasumber (penceramah) berhalangan maka sudah ada bahan siaran.

6. Pertanyaan : Siapa yang menjadi target utama program *Ngudi Kaswargan*? Apa alasannya?

Jawaban : target utamanya antara usia 25 hingga 50 tahun, karena untuk mengingatkan kepada pendengar bahwa tujuan akhir dari kehidupan adalah akhirat.

7. Pertanyaan : Bagaimana strategi yang digunakan oleh *Ngudi Kaswargan* untuk mendapatkan peluang agar diminati oleh masyarakat, terlebih banyak radio khusus dakwah saat ini.

Jawaban : tidak ada strategi khusus mbak, ya paling topiknya disesuaikan dengan isu-isu yang *up to date*. Malah bagus kalo sekarang banyak radio dakwah, sehingga pesan dakwah yang disampaikan lebih beragam. Kami malah bangga dengan munculnya berbagai radio dakwah, masyarakat bisa selektif terhadap siaran dakwah. Program *Ngudi Kaswargan* kan sudah lama ada, program ini muncul bersamaan lahirnya Pro 4. Bagi kami munculnya radio dakwah tidak menjadi saingan bagi kami, karena pendengar tetap konsisten dengan program *Ngudi Kaswargan*, nyatanya program tersebut tetap ada sampai sekarang.

8. Pertanyaan : Apa kelemahan dari program *Ngudi Kaswargan*?  
Jawaban : kelemahan dari program *Ngudi Kaswargan* terletak pada narasumber atau penceramahnya mbak, karena tidak semua penceramah dapat menyampaikan materi menggunakan bahasa Jawa. Sehingga sebelum rekaman kami perlu memberi arahan atau memancing menggunakan bahasa jawa.
9. Pertanyaan : Apa yang menjadi ancaman atau kendala dalam program *Ngudi Kaswargan*? Baik dari eksternal maupun internal lembaga.  
Jawaban : ancaman saya rasa tidak ada mbak, kalo kendala mungkin terkendala saat proses rekaman. Coba tanya sama pengarah acaranya saja mbak yang lebih mengetahui.
10. Pertanyaan : Adakah evaluasi dari program *Ngudi Kaswargan*? Kalau ada bagaimana pelaksanaannya?  
Jawaban : evaluasi ya jelas ada mbak, evaluasi dilakukan oleh bidang PEP (Pengembangan dan Evaluasi Program) setiap sebulan sekali, dan saya juga melakukan evaluasi. Mengevaluasi materi yang disampaikan, juga kekurangan-kekurangan dalam siaran. Biasanya saya mengevaluasi materi, materi tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak, materi mengandung unsur sara atau tidak.

**B. Informan : Ibu Sumiyati (Pengarah Acara program *Ngudi Kaswargan*)**

1. Pertanyaan : Apa tujuan dari program *Ngudi Kaswargan* ?

Jawaban : tujuan dari program *Ngudi Kaswargan* ya pastinya ingin mengajak pendengar untuk menjadi lebih baik lagi. Memahami ajaran agama Islam dan mengamalkannya.

2. Pertanyaan : Siapa yang menjadi target audien program *Ngudi Kaswargan*? Dan apa yang melatarbelakangi?

Jawaban: target audien beragam ya mbak, tapi karena *Ngudi Kaswargan* disiarkan oleh Pro 4 jadi mayoritas pendengarnya adalah usia dewasa. Walaupun terkadang ada anak muda yang mendengarkan, untuk itu bahasa yang digunakan oleh penceramah mudah dipahami oleh semua kalangan.

3. Pertanyaan : Apa yang menjadi keunggulan *Ngudi Kaswargan* sehingga menarik untuk didengarkan?

Jawaban : Saya rasa *Ngudi Kaswargan* merupakan program yang menarik untuk didengarkan mbak, karena selain dapat pengetahuan secara agama secara tidak langsung kita juga belajar bahasa Jawa.

4. Pertanyaan : Apa yang menjadi ancaman atau persaingan bagi program *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : untuk ancaman tidak ada mbak, apalagi persaingan. Karena program *Ngudi Kaswargan* itu kan program acara milik lembaga publik pemerintah. Jadi eksistensinya tetep teraga, karena tidak tergantung oleh iklan ataupun biaya operasional.

Jujur ya mbak, penceramah Ngudi Kaswargan secara sukarela mau mengisi acara ini, karena dari pihak RRI Semarang tidak menganggarkan biaya operasional program ini.

5. Pertanyaan : Bagaimana strategi yang dilakukan oleh program *Ngudi kaswargan* menghadapi persaingan dengan radio lain?

Jawaban : kami tidak menganggap radio lain sebagai saingan, kami justru menganggapnya sebagai barometer bagaimana minat atau kebutuhan masyarakat akan materi siaran. Sehingga dengan begitu kami dapat mengetahui isu apa saja yang berkembang dan dibutuhkan masyarakat. Untuk strateginya ya tadi, salah satunya dengan menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan event kalender atau isu yang sedang berkembang di masyarakat.

6. Pertanyaan : Apa yang menjadi kelemahan program *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : kelemahan terletak pada bahasa mbak, karena tidak semua penceramah dapat menguasai bahasa Jawa.

7. Pertanyaan : Bagaimana kendala serta strategi apa yang digunakan untuk mengatasi kelemahan program *Ngudi Kasawargan* ?

Jawaban : kendala program Ngudi Kaswargan terletak pada saat proses rekaman, karena studio produksi atau tempat rekaman hanya satu yang berfungsi dengan baik, maka kami harus mengantri untuk melakukan rekaman. Nah untuk mensiasatinya sekali rekaman, biasanya sekaligus dihasilkan dua materi siaran.

8. Pertanyaan : Bagaimana langkah yang dilakukan untuk mengevaluasi program *Ngudi Kaswargan* dan intensitasnya berapa?
- Jawaban : langkahnya segera mengoreksi hasil rekaman, memfilter kata-kata yang digunakan oleh penceramah saat menyampaikan materi.
9. Pertanyaan : Bagaimana feedback dari pendengar?
- Jawaban : respon masyarakat sampai saat ini cukup bagus mbak, mereka senang dan cukup antusias mengikuti program *Ngudi Kaswargan*.
10. Pertanyaan : Siapa yang berperan dalam program *Ngudi Kaswargan*?
- Jawaban : tentunya banyak pihak dibalik program *Ngudi Kaswargan*, ada saya dan pak Suparman sebagai pengarah acara, operator yang membantu merekam dan mengedit hasil rekaman, juga penceramah atau narasumber.
11. Pertanyaan : Apa yang diharapkan dari adanya siaran program *Ngudi Kaswargan*?
- Jawaban : harapannya mudah-mudah bisa memberikan manfaat, mengingatkan untuk hal kebaikan.

**C. Informan : Bapak Djamali (anggota PAPERIS)**

1. Pertanyaan : Seberapa sering mendengarkan siaran *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : tidak terlalu sering mbak, ya paling kalau ada waktu luang atau lagi mengemudi kadang suka mendengarkan program ini.

2. Pertanyaan : Apa yang menarik dari program Ngudi Kaswargan?

Jawaban : acaranya cukup menarik mbak, karena penceramah penyampaiannya cukup pelan. Sehingga kita mudah memahami apa yang disampaikan, walaupun terkadang ada kata yang kita tidak paham. Tapi lumayan bagus, karena diselingi dengan bahasa Indonesia jadi kalau ada kata yang sulit dipahami terkadang kata tersebut diganti menggunakan bahasa Indonesia. Topiknya juga ringan mbak, sehingga bagi kita yang masih awam tidak kaku menerima ilmu yang disampaikan.

3. Pertanyaan : Materi apa yang paling diminati?

Jawaban : saya paling suka dengan materi tentang ibadah mbak, karena saya masih butuh pencerahan banyak untuk hal ibadah.

4. Pertanyaan : Apa kelemahan dari program *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : kelemahannya tidak membuka sesi interaktif, andaikan ada pasti pendengarnya lebih banyak karena pendengar dapat langsung berpartisipasi dan bertanya.

5. Pertanyaan : Apa yang dirasakan setelah mengikuti program *Ngudi Kaswargan*?

Jawaban : perasaannya ya biasa aja mbak, tergantung siapa penceramahnya. Kalau penyampaiannya mudah dipahami ya rasanya lega seperti mendapat pencerahan. Tapi terkadang ada penceramah yang menyampaikan pesannya dengan bahasa yang

sulit dipahami sehingga rasanya seperti angin lewat. Kita tidak mendapatkan pelajaran, hanya sebatas mendengarkan dan kita tidak paham.

6. Pertanyaan : Apa harapan untuk program Ngudi Kaswargan?

Jawaban : harapannya untuk program Ngudi Kaswargan semoga kedepannya menjadi lebih baik lagi, kalau bisa membuka sesi tanya jawab kalau tidak ya menambah durasi siarnya.

### LAMPIRAN 3.

#### Pola Acara Siaran Program 4 RRI Semarang tahun 2017

Jam	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
04.50	Ting-tong – Mars Jakarta-Lagu Indonesia Raya-Gambang Semarang						
<b>DAYPART PAGI</b>							
05.00	Cahaya Imani						
05.30	Semarang Enjang						
06.30	Berita Lintas Pagi						
07.00	Warta Berita Sentral						
07.30	Jateng Gaveng						
<b>DAYPART SIANG</b>							
09.00	Galeri Budaya						Album Legenda
09.30	Galeri Budaya						
10.00	Sendhon Guyon (Dagelan atau Lawak)						
11.00	Laras Driya (Gendhing Kreasi)						
11.30	Lagu Islami						
12.00	Mangunsuko Campursari						
12.15				Goro-goro Sepursurvo	Mangunsuko Campursari		
13.00	Warta Berita Sentral						
13.30	Klenengan Siang (Gendhing Klasik)				Klenengan Siang (Gendhing Bonangan)	Klenengan Siang (Gendhing Baksan)	Klenengan Siang (Gending Pesisiran)

DAYPART SORE							
14.00	Klenengan Siang (Lanjutan)	Klenengan Siang (Lanjutan)	Klenengan Siang (Lanjutan)	Klenengan Siang (Lanjutan)	Klenengan Siang (Lanjutan)	Klenengan Siang (Lanjutan)	Klenengan Siang (Lanjutan)
15.00	Kembang Setaman (Seni dan Budaya) -Sarasehan Budaya Selasa ke-3 (Berjaringan Nasional)			Kembang Setaman (Kesehatan)	Kembang Setaman (Kesehatan)		Kembang Setaman (Pariwisata)
15.30				Bhineka Budaya (Berjaringan Nasional)			
16.00	Sekar Turi (Langgam Keroncong Jawa)				Sekar Turi (Langgam Keroncong Jawa)		
17.00	Ngudi Kaswargan						
17.30	Lagu Islami						
17...	Panggilan Adzan Maghrib						
18.00	Manasuka Tembang Jawi						
DAYPART MALAM							
19.00	Warta Berita Sentral						
19.30	Pasona Budaya Nusantara						
21.00	Pawartos Jawa Tengah						
21.15	Angleluri Budaya Jawi -sinau Basa Jawi	Angleluri Budaya Jawi -Apresiasi Sastra Jawi	Angleluri Budaya Jawi -Bowo Raos -Cokekan dan Obrolan	Angleluri Budaya Jawi -Khasmah Budaya -Musik Keroncong	Angleluri Budaya Jawi -Sekar Binebar -Santiswaran atau larasmadya	Angleluri Budaya Jawi -Waosan Buku Jawi -Pagealaran Wawang Kulit (Sabtu pertama)	Angleluri Budaya Jawi -Jagad Pedalangan -Nglaras rasa campursari
22.50	Kethoprak						Ludruk
23.50	Pitatur Luhur					-Wawang Orang (Sabtu kedua)	Pitatur Luhur
23.53	Lagu Love Ambon-Indonesia Raya					-pakilarn Ringkas (Sabtu ketiga) -Wawang Kulit TBRs (Sabtu keempat)	Lagu Love Ambon-Indonesia Raya

## **LAMPIRAN 4.**

### **UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab II Pasal 1**

#### **BAB I**

#### **KETENTUAN UMUM**

#### **PASAL 1**

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan :

1. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.
2. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.
3. Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
4. Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
5. Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
6. Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang

ditawarkan.

7. Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.
  8. Spektrum frekuensi radio adalah gelombang elektromagnetik yang dipergunakan untuk penyiaran dan merambat di udara serta ruang angkasa tanpa sarana penghantar buatan, merupakan ranah publik dan sumber daya alam terbatas.
  9. Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
  10. Sistem penyiaran nasional adalah tatanan penyelenggaraan penyiaran nasional berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku menuju tercapainya asas, tujuan, fungsi, dan arah penyiaran nasional sebagai upaya mewujudkan cita-cita nasional sebagaimana tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
  11. Tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang adalah kondisi informasi yang tertib, teratur, dan harmonis terutama mengenai arus informasi atau pesan dalam penyiaran antara pusat dan daerah, antarwilayah di Indonesia, serta antara Indonesia dan dunia internasional.
  12. Pemerintah adalah Menteri atau pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Presiden atau Gubernur.
  13. Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-undang ini sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran.
-

14. Izin penyelenggaraan penyiaran adalah hak yang diberikan oleh negara kepada lembaga penyiaran untuk menyelenggarakan penyiaran.
-

## **LAMPIRAN 5.**

UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab II Pasal 4

### **BAB II**

**AZAS, TUJUAN, FUNGSI DAN ARAH**

#### **PASAL 4**

- 1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial
- 2) Dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.



Sekali Diudara Tetap Diudara

Nomor : B.1321 /RRI.SM/12/2017  
Sifat : Biasa  
Lamp : -  
Hal : Permohonan ijin Riset

Semarang, 11 Desember 2017

Yang terhormat :  
Kepala Bagian Tata Usaha  
UIN Walisongo  
di -

S E M A R A N G

Berkenaan surat Saudara Nomor : B.3472/Un.10.4/K/PP.00.9/11/2017 tanggal 30 November 2017 perihal seperti pada pokok surat, dengan hormat diberitahukan bahwa pada prinsipnya kami dapat menerima mahasiswa Saudara untuk melaksanakan kegiatan penelitian di LPP RRI Semarang :

N a m a : Kunti Wulan Sari  
N I M : 131211074  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Strategi Dakwah Dalam Program "Ngudi Kaswargan"  
di Pro 4 RRI Semarang

mulai tanggal 13 Desember 2017 s.d. 29 Desember 2017 .

Adapun penjelasan lebih lanjut dapat berkoordinasi dengan Kepala Sub Bagian SDM melalui telp. 8316330 (pswt.109)

Demikian atas perhatian Saudara disampaikan terima kasih.

Plh. Kepala RRI Semarang  
Kepala Bagian Tata Usaha

Adi Styandop, S.P., MM.  
NIP 19600126 198203 1 003

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Kunti Wulan Sari  
Tempat/ Tanggal Lahir : Kendal, 23 Desember 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Karang Sari RT 04 RW 03  
Desa Sarirejo Kec. Kaliwungu  
Kab. Kendal, kode pos 51372  
No. Hp : 089502377301  
Email : Kunti.chunt23@gmail.com

### Riwayat Pendidikan :

1. TK Tarbiyatul Athfal 03 Sarirejo Lulus tahun 2001
2. SD N 2 Sarirejo Lulus tahun 2007
3. SMP N 1 Brangsong Lulus tahun 2010
4. SMA Muhammadiyah 4 Kendal Lulus tahun 2013
5. Masuk UIN Walisongo Semarang pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Tahun 2013

Demikian riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Januari 2018

Penulis,

**Kunti Wulan Sari**

NIM. 131211074