

**STRATEGI PENYIARAN RADIO MBS
(MITRA BERDAKWAH DAN SHOLAWAT) FM 107.8
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Radio Dakwah**

Oleh:

Ira Soraya Karimah

1401026017

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

SEMARANG

2019

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Ira Soraya Karimah

NIM : 1401026017

Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/KPI

Judul Skripsi : Strategi Radio "MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat)" FM 107.8 Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Media Dakwah

Dengan ini telah kami setujui dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 1 Oktober 2019

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tata Tulis

Bidang Substansi Materi



Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag
NIP. 19660513 199303 1 002



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

SKRIPSI

**STRATEGI PENYIARAN RADIO MBS “(MITRA BERDAKWAH DAN SHOLAWAT)”
FM 107.8 SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

Disusun Oleh:
Ira Soraya Karimah
1401026017

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Oktober 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos.)

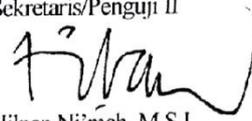
Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



Ema Hidayanti, S.Sos.L., M.S.I
NIP. 19820307 200710 2 001

Sekretaris/Penguji II



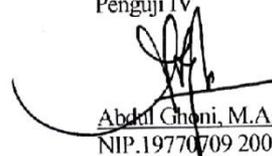
Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP.19800202 200901 2 003

Penguji III



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd
NIP.19660209 199303 2 003

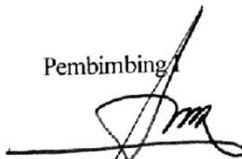
Penguji IV



Abdul Ghoni, M.Ag
NIP.19770709 200501 1 003

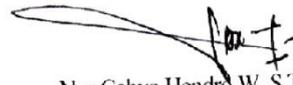
Mengetahui

Pembimbing I



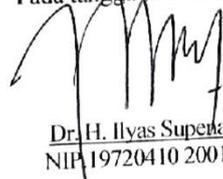
Drs. W. Ahmad Anas, M.Ag
NIP. 19660513 199303 1 002

Pembimbing II



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

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 22 Oktober 2019



Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP.19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah 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 maupun yang belum atau diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 30 September 2019

Penulis



Ira Soraya Karimah

NIM. 1401026017

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi Penyiaran Radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 Sebagai Media Dakwah” dapat penulis selesaikan. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi akhir zaman pembawa rahmat bagi seluruh alam yang kita nantikan syafaatnya di *yawm Al-Qiyamah*. Aamiin

Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Selesaiannya skripsi ini, tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang turut andil secara langsung maupun tidak, baik moril maupun materil. Maka dengan rasa hormat penulis menyampaikan salam takdzim dan terima kasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
3. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag selaku Ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Nilnan Ni'mah, S.Sos.I., M.Si selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag selaku dosen wali studi sekaligus pembimbing bidang substansi materi dan Bapak Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom selaku pembimbing bidang metodologi dan tata tulis yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu dan tenaga di tengah kesibukannya. Terima kasih atas nasihat, motivasi serta bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang senantiasa membekali berbagai ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
6. Para crew Radio MBS FM yang telah bersedia menjadi narasumber memberikan bantuan baik berupa data maupun informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sembah sujud dan terima kasih sedalam-dalamnya penulis haturkan kepada kedua orang tua tercinta Bapak Nasir Dalhar, S.T dan Ibu Ida Akrimah S.Kom.I, begitu pula kepada kedua mertua penulis Bapak H. Abdus Somad dan Ibu Hj. Siti Nur Azizah. Atas jerih payah mereka yang telah mengasuh, membimbing, serta tiada henti-hentinya memanjatkan do'a memohon keberkahan dan kesuksesan anaknya semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlipat ganda.

8. Suami tercinta Muhamad Agung Setiawan yang dengan sabar dan penuh kasih sayang selalu mendampingi penulis dalam suka duka dan pasang surut kehidupan tanpa keluh kesah dan banyak menuntut. Semoga Allah SWT senantiasa membimbingmu dalam kebenaran.
9. Begitu juga dengan kakak tercinta Riza Aji Ruchama Yusuf, S.Kom, Muhamad Ardiyanto Rasbadi dan Sintia Arfiati. Dan juga saudara/i ipar penulis Isna Laila Fitria, Amd.Kom, H. Imamudin S.Ag., M.Pd beserta Istri Hj. Nur Asih dan anaknya Alfi, Ibnu, Maziya yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabatku Fahma Aulia Rosyida, S.Sos, terimakasih telah menjadi sahabat yang sangat setia dan selalu memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyusul menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman KPI-A 2014, KMW, dan Sahabat/I PMII RADA di sini penulis tahu arti dari persahabatan, perjuangan, tanggung jawab, komitmen, dan pengabdian.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan kontribusi besar dalam penyelesaian skripsi ini.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat penulis berikan sebagai imbalan, selain lantunan do'a "Semoga Allah SWT membalas kebaikannya dengan balasan yang lebih baik dan lebih banyak". Aamiin

Selanjutnya peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa skripsi ini masih jauh dari jata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang konstruktif senantiasa peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat khususnya untuk peneliti dan umumnya untuk para pembaca.

Semarang, 30 September 2019

Penulis

Ira Soraya Karimah

NIM. 1401026017

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta Bapak Nasir Dalhar, S.T dan Ibu Ida Akrimah, S.Kom.I dan kedua mertua Bapak H. Abdus Somad dan Ibu Hj. Siti Nur Azizah. Inspirasi terbesar dalam hidup penulis atas semua perjuangan, pengorbanan, kesabaran, dan yang tak pernah putus di setiap sujudnya mendo'akan penulis sehingga penulis bisa sampai ke tahap ini.

Suamiku tercinta Muhamad Agung Setiawan teman hidup yang selalu setia menemani penulis dalam suka maupun duka merasakan indahnya menikah sambil kuliah. Sehingga kita sampai ke titik ini.

Kakak kandung penulis Riza Aji Ruchama Yusuf, S.Kom, Muhamad Ardiyanto Rasbadi dan adik kandung Sintia Arfiati yang sangat baik yang selalu memotivasi dan mensupport penulis.

Dan juga untuk kakak ipar penulis Isna Laila Fitria, Amd.Kom dan H. Imamudin S.Ag., M.Pd beserta Istri Hj. Nur Asih dan anaknya Alfi, Ibnu, Maziya yang menjadi penyemangat penulis.

MOTTO

فَبِأَيِّ آءِ رَحْمَةٍ رَبِّكُمْ تَكْفُرُونَ

**“Maka Nikmat Tuhan Mana Lagi Yang Engkau Dustakan?”
(Q.S Ar-Rahman: 13)**

ABSTRAK

Nama : Ira Soraya Karimah

NIM : 1401026017

Judul : “Strategi Penyiaran Radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 Sebagai Media Dakwah”

Skripsi ini berjudul Strategi Penyiaran Radio MBS “(Mitra Berdakwah dan Sholawat)” FM 107.8 Sebagai Media Dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran radio MBS “(Mitra Berdakwah dan Sholawat)” FM 107.8 sebagai media dakwah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk memaparkan tentang bagaimana strategi penyiaran yang digunakan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penyiaran yang digunakan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah adalah dengan perencanaan program siaran, produksi dan pembelian program siaran, eksekusi program siaran, pengawasan dan evaluasi program siaran. Dalam perencanaan program siarannya radio MBS FM mempertimbangkan empat hal yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Dalam hal *product* radio MBS FM merencanakan program siarannya dengan cara menyesuaikan segmentasi dari khalayak pendengar, kemudian dalam hal *price* radio MBS FM dalam merencanakan programnya berusaha untuk memproduksi sendiri programnya, sedangkan dalam hal *place* radio MBS FM dalam merencanakan program siarannya berusaha menyesuaikan kebiasaan pendengar, dan dalam hal *promotion* radio MBS FM mempromosikan program siarannya dengan cara menyebarkan pamflet memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp. Dalam produksi dan pembelian program siarannya radio MBS FM membuat sendiri programnya melalui gagasan atau ide yang didapatkan. Dalam eksekusi program siarannya radio MBS FM membagi program siarannya menjadi tiga bagian yaitu pagi, siang dan sore dengan menyesuaikan kebiasaan dan kesukaan pendengar. Dan dalam pengawasan dan evaluasi program siarannya radio MBS FM melakukan pengawasan secara langsung kepada para crewnya sesuai dengan jadwal siaran yang telah disusun sebelumnya, selain para crew juga ada para senior-senior, pembina MBS, dari fakultas, dan dari labda yang mengawasi program siaran radio MBS FM. Sedangkan dalam evaluasinya radio MBS FM melakukan evaluasi bulanan dan evaluasi tahunan.

Kata Kunci : *Strategi, Radio, dan Media Dakwah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Metode Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	12
 BAB II : STRATEGI, DAKWAH DAN MEDIA, RADIO	
A. Strategi	14
1. Pengertian Strategi	14
2. Tahapan-Tahapan Strategi	15
3. Strategi Penyiaran Radio	18
B. Dakwah dan Media	21
1. Dakwah	21
a. Pengertian Dakwah	21
b. Unsur-Unsur Dakwah	22
c. Tujuan Dakwah	25
2. Media	26
a. Pengertian Media	26
b. Macam-Macam Media	26

c. Media Dakwah	27
C. Radio	28
1. Pengertian Radio	28
2. Karakteristik Radio	28
3. Radio Sebagai Media Dakwah	30
BAB III : STRATEGI PENYIARAN RADIO MBS “(MITRA BERDAKWAH DAN SHOLAWAT)” FM 107.8 SEBAGAI MEDIA DAKWAH	
A. Gambaran Umum Radio MBS FM 107.8 MHz	32
1. Sejarah Berdirinya Radio MBS FM 107.8 MHz	32
2. Tujuan Pendirian	33
3. Visi dan Misi	34
4. Struktur Organisasi	36
B. Strategi Penyiaran Radio MBS FM 107.8 Sebagai Media Dakwah	41
1. Perencanaan Program Siaran	41
2. Produksi dan Pembelian Program Siaran	49
3. Eksekusi Program Siaran	51
4. Pengawasan dan Evaluasi Program Siaran	52
BAB IV : ANALISIS STRATEGI PENYIARAN RADIO MBS “(MITRA BERDAKWAH DAN SHOLAWAT)” FM 107.8 SEBAGAI MEDIA DAKWAH	
A. Analisis Perencanaan Program Siaran	56
B. Analisis Produksi dan Pembelian Program Siaran	62
C. Analisis Eksekusi Program Siaran	65
D. Analisis Pengawasan dan Evaluasi Program Siaran	66
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran-Saran	70
C. Penutup	70
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Program Siaran Harian	45
Tabel 3.2	Kordinator Program Siaran	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Struktur Organisasi	36
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Radio MBS FM 2018/2019	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang berakal dan berilmu. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya, karena melekat erat bersamaan dengan pengakuan diri sebagai penganut Islam (muslim). Kewajiban dakwah tersebut berkaitan dengan tujuan Allah untuk menjadikan manusia mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat (Jumantoro, 2001: 17). Oleh karena itu, Allah SWT sudah memberikan kehormatan dan janji kepada manusia yang mau dan mampu mengemban amanah yakni berdakwah dengan menjadikan mereka sebaik-baik umat. Hal itu sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat Ali Imran ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ
مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik (Kemenag RI, 2010: 64).

Radio merupakan media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio. Oleh karena itu ketika khalayak menerima pesan dari pesawat radio, khalayak pada tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan oleh penyiar (Riswandi, 2009: 2). Media radio termasuk pada media elektronik yang sifatnya khas sebagai audio (didengar). Oleh karena itu ketika pendengar menerima pesan-pesan dari pesawat radio siaran, pendengar berada dalam tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan (Ardianto, dkk, 2005: 40).

Dalam siarannya di Indonesia radio telah lama mengalami beberapa fase perkembangan, mulai dari zaman penjajahan Belanda dan Jepang, zaman kemerdekaan, orde lama, orde baru sampai masa paska reformasi. Selain berfungsi sebagai media informasi dan hiburan, radio siaran juga menyajikan acara pendidikan dan persuasi. Perkembangan selanjutnya setelah paska reformasi, dunia penyiaran di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Menurut undang-undang ini lembaga penyiaran tidak hanya terdiri dari Lembaga Penyiaran Pemerintah dan Swasta, akan tetapi secara kelembagaan berkembang menjadi 4 (empat) kriteria, yakni: Lembaga Penyiaran Publik (LPP), Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK), dan Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB) (Alfandi, 2011).

Dakwah menggunakan media seperti radio dapat mendorong dan membantu para pelaku dakwah dalam menjalankan tugasnya (Yafie, 1997: 91-92). Seperti halnya yang dilakukan oleh radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 yang menyiarkan pesan-pesan Islam secara menarik. Radio MBS merupakan radio komunitas yang berada di Laboratorium Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Sejak tahun 2000 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang mulai merintis dan mendirikan perkumpulan komunitas radio mitra berdakwah dan sholawat yang selanjutnya disebut radio MBS FM. Pada awalnya radio MBS FM ini adalah tempat praktikum mahasiswa untuk mengembangkan diri (life skill) di bidang broadcasting. Lambat laun keberadaan radio MBS FM mulai menarik hati pendengar dan bahkan memiliki segment pendengar tersendiri (Profil MBS FM 107.8 MHz).

Radio komunitas merupakan lembaga layanan nirlaba yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi yang bertujuan untuk melayani dan memberikan manfaat kepada komunitas di mana lembaga penyiaran tersebut berada (Fraser dan Sonia, 2001: 3). Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan atau radio alternatif. Menurut Effendi Gazali (2002: 72) radio komunitas

adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota. Komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani komunitas tertentu saja dan (karenanya) memiliki daerah jangkauan yang terbatas.

Menurut Risma Nur Khasanah sebagai General Manager di radio MBS FM 107.8 periode 2017/2018 menyatakan bahwa radio MBS FM dalam penyiarannya memberikan pengetahuan tentang Islam yang dikemas agar mudah tersampaikan kepada pendengar. Ini yang menjadi daya tarik radio MBS FM sendiri, dibandingkan dengan radio lain yang hanya sebagai media hiburan. Salah satunya yaitu program 'Mozaik Pagi'. Program mozaik pagi ini adalah program unggulan dari radio MBS FM. Dalam program mozaik pagi ini dikemas dalam bentuk informasi yang ringan namun di dalamnya dimasukkan unsur-unsur dakwah, pengetahuan tentang ke-Islaman, serta al-Qur'an dan hadits dengan penyampaian yang ringan dan santai, akan tetapi dakwahnya bisa sampai ke pendengar (Risma, 4 November 2018).

Dengan menggunakan media radio, pesan-pesan yang diinginkan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Radio MBS dengan visi "Menjadi Radio Komunitas yang Mencerdaskan dan Menghibur" sadar akan kebutuhan masyarakat yang terdiri dari mahasiswa, civitas akademik UIN Walisongo juga masyarakat sekitar yang terdiri dari ibu rumah tangga, pedagang dan pengusaha kecil akan hiburan, informasi dan pendidikan formal, khususnya di bidang agama, sosial, kesehatan, budaya dan lain sebagainya (Profi MBS FM 107.8 MHz).

Radio MBS FM merupakan radio komunitas, jangkauan siarannya hanya mencapai 2,5 km. Akan tetapi saat ini radio MBS sudah bisa diakses melalui streaming yang bisa diakses melalui alamat i.klikhost.com:8652 dan juga selain streaming bisa juga dengan menggunakan aplikasi yang bisa didownload di playstore yaitu 'MBS FM', sehingga pendengar dapat mendengarkan di manapun asalkan ada sambungan internet. Pada tahun 2016 radio MBS FM juga mendapat penghargaan dari Kang Guru Indonesia karena

telah menyiarkan program radio Kang Guru Indonesia selama 4 tahun (Risma, 4 November 2018).

Salah satu tujuan didirikannya radio MBS FM adalah untuk memberikan pelayanan informasi akademik, informasi ilmu pengetahuan teknologi serta informasi layanan sosial kemasyarakatan melalui penyiaran. Namun wifi kampus yang terkadang tidak tersambung sehingga streaming tidak bisa berjalan dengan lancar ini menjadi problematika tersendiri bagi radio MBS FM, serta belum adanya fasilitas seperti speaker yang terpasang di tempat yang ramai misalnya taman dakwah, kantin, dan kantor sehingga kurang ada pengawasan. Selain itu kurangnya sumber daya manusia (SDM) juga yang menjadi problematika dasar bagi radio MBS FM (Risma, 4 November 2018).

Radio MBS dikelola oleh para mahasiswa yang tergabung dalam komunitas radio MBS, yang setiap harinya melakukan siaran dan juga produksi program-program yang sudah disepakati bersama. Radio MBS selalu menyiarkan program-program dakwah untuk menanamkan iman yang tebal dan sebagai penyejuk hati. Dan di mata para pendengar, radio semacam ini merupakan pencerahan di mana mereka dapat menemukan agama dengan cara yang mudah dan bersahabat.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti “Strategi Penyiaran Radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 Sebagai Media Dakwah” sebagai obyek penelitian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

Bagaimana strategi penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis paparkan, maka tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah.

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah khasanah di bidang ilmu dakwah dan komunikasi dalam memajukan dakwah Islamiyah, terutama tentang pentingnya dakwah melalui media khususnya radio.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku dakwah (da'i), baik secara perorangan maupun kolektif dalam merumuskan strategi dakwah khususnya dakwah melalui media radio.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian dengan judul Strategi Penyiaran Radio MBS “(Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 Sebagai Media Dakwah belum pernah dilakukan. Ada beberapa hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan dan ada relevansinya dengan penelitian ini. Hasil-hasil penelitian dan kajian tersebut adalah sebagai berikut:

Herdiawan (Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2008) yang berjudul “Radio Er-Dammah 107.7 FM Sebagai Media Dakwah Islam”. Tujuan dari penulisan skripsi ini terbagi menjadi dua, yaitu khusus dan umum. Tujuan secara khususnya yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan dakwah radio Er-Dammah FM dalam menyampaikan ajaran Islam dan juga untuk mengetahui posisi dakwah radio Er-Dammah di tengah dakwah Islam yang lain. Sedangkan tujuan secara umum yaitu untuk mengetahui pengembangan dakwah Islam melalui sarana media massa. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif-kualitatif. Hasil

penelitiannya menunjukkan bahwa program-program dakwah radio Er-Dammah ini disusun dengan pendekatan keislaman yang disusun sedemikian rupa agar mudah di terima oleh masyarakat. Dalam hal ini radio Er-Dammah berusaha menghadirkan Islam ke tangan masyarakat dengan wajah yang ramah dan menyenangkan.

Triyono (Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2010) yang berjudul “Strategi Radio Global FM Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana langkah yang dilakukan radio Global FM dalam meningkatkan kualitas penyiar agar siaran dan pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dengan baik oleh audience. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh radio Global FM adalah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan kualitas penyiarnya. Langkah-langkah yang dilakukan oleh radio Global FM adalah dengan membuat rumusan strategi kemudian melaksanakan strategi dan melakukan evaluasi strategi yang telah dijalankan.

Alif Wiji Prahara Wati (Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang 2011) yang berjudul ”Strategi Radio Komunitas Islam Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi Pada Radio Dais 107.9 FM)”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimanakah strategi yang diterapkan Radio Dais untuk memperoleh simpati pendengar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi penyiaran yang dilakukan oleh Radio Dais adalah dalam merencanakan program disesuaikan dengan segmentasinya, yaitu umat Islam. Oleh karena itu seluruh program yang dirilis seluruhnya tentang Islam. Radio Dais hanya memproduksi acara harian dan mingguan. Management Radio Dais melakukan evaluasi selama 3 bulan sekali, dengan

selalu memantau target pendengar dengan memanfaatkan program Nada dan Taqwa.

Safa'atun (Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang 2015) yang berjudul "Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang Dalam Siaran Streaming". Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi radio Dais Semarang dalam siaran streaming. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah dalam melakukan strategi komunikasi, cara yang dilakukan radio Dais untuk mengetahui khalayak pendengar dengan melakukan telepon random dan mengirimkan pesan singkat untuk mengetahui dari mana pendengar berasal, serta memanfaatkan jejaring sosial seperti facebook dan twitter. Dalam pengembangan jaringan lewat streaming radio Dais bisa dibuka lewat www.dais1079fm.com yang mempunyai kelebihan daya jangkau yang tidak terbatas.

Melisa Nursodiyanti (Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2010) yang berjudul "Strategi Dakwah Radio Wadi 102 FM Dalam Meningkatkan Program Siaran Radio". Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan program siaran radio dan untuk mengetahui kegiatan program-program dakwah yang ada di radio Wadi FM Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan program dakwahnya, sejauh ini terbukti mampu berjalan dengan baik, memperoleh hasil yang sesuai dengan proses dan tahapan-tahapan yang dilalui dengan cara sebaik-baiknya.

Dari beberapa penelitian di atas, maka belum ada penelitian yang sama dengan yang akan diteliti oleh penulis. Kesamaan dari kelima penelitian di atas dengan penelitian yang akan penulis laksanakan terletak pada adanya kesamaan dengan menjadikan lembaga penyiaran radio sebagai obyek penelitian. Sedangkan penelitian penulis memfokuskan pada strategi penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2016: 1). Menurut Bagdan dan Taylor metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2005: 4).

Sedangkan pendekatannya adalah pendekatan alamiah (naturalistic observation), yaitu observasi dilakukan tanpa adanya campur tangan sama sekali dari pihak peneliti. Obyek observasi adalah fenomena-fenomena yang dibiarkan terjadi secara alami (Azwar, 2005: 19)

2. Definisi Konseptual

Agar konsep-konsep yang diteliti jelas dan tepat, maka perlu dirumuskan definisi konseptual sebagai berikut:

- a. Strategi penyiaran yang dimaksud penulis adalah kiat, cara dan taktik utama yang dirancang untuk menyiarkan radio secara sistematis yang meliputi perencanaan program siaran, produksi dan pembelian

program siaran, eksekusi program siaran serta pengawasan dan evaluasi program.

- b. Radio MBS FM yang dimaksud penulis adalah radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebuah radio komunitas yang berada di bawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
 - c. Media dakwah yang dimaksud penulis adalah radio MBS sebagai media dakwah seperti namanya Mitra Berdakwah dan Sholawat yang dalam program siarannya menyiarkan pesan-pesan dakwah.
3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau alat pengambilan data langsung dari subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2001: 91). Data tersebut berasal dari wawancara dengan pimpinan radio MBS FM dan semua jajaran yang terlibat di radio MBS FM.

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

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Karena diperlukan ketelitian dan kecermatan, dalam praktiknya observasi membutuhkan sejumlah alat, seperti daftar catatan dan alat-alat perekam elektronik, *tape recorder*, kamera, dan sebagainya sesuai dengan kebutuhan. Keuntungan yang dapat diperoleh melalui observasi adalah adanya

pengalaman yang mendalam, di mana peneliti berhubungan secara langsung dengan subjek penelitian (Saidah, 2015: 87). Metode ini digunakan dengan melihat langsung strategi penyiaran radio MBS FM sebagai media dakwah.

b. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung. Wawancara dalam pengumpulan data sangat berguna untuk mendapatkan data dari tangan pertama, menjadi pelengkap terhadap data yang dikumpulkan melalui alat lain dan dapat mengontrol terhadap hasil pengumpulan data lainnya (Saidah, 2015: 88).

Dalam teknis pelaksanaannya peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2016: 74). Penulis melakukan wawancara dengan pimpinan dan jajaran pengurus radio MBS FM.

c. Dokumentasi

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

5. Teknik Analisis Data

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

Analisa data menurut pendapat Lexy J. Moleong (2005: 280) adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Analisis data adalah mengorganisasikan data, yaitu mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikan dari catatan hasil interview, observasi dan yang lainnya. Penelitian ini bersifat deskriptif, datanya berupa data kualitatif, sehingga dianalisa dengan baik atau cara deskriptif, yaitu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya adalah data diidentifikasi, dikategorikan kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan.

Tahap-tahap analisis menurut Milles and Huberman memiliki langkah-langkah sebagai berikut (Saidah, 2015: 93):

a. Reduksi Data (difokuskan pada hal-hal yang pokok)

Dalam proses reduksi (rangkuman) data, dilakukan di lapangan dan dirangkum dengan mencari hal-hal penting yang dapat mengungkap tema permasalahan. Catatan yang diperoleh di lapangan secara deskripsi, hasil konstruksinya disusun dalam bentuk refleksi. Laporan-laporan itu perlu direduksi, dirangkum, dipilah hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema atau polanya.

b. *Display* (Kategorisasi)

Display data artinya mengategorikan pada satuan-satuan analisis berdasarkan fokus dan aspek permasalahan yang diteliti, atau data yang bertumpuk, laporan lapangan yang tebal, dengan sendirinya akan sukar melihat gambaran keseluruhan untuk mengambil kesimpulan yang tepat. Untuk hal-hal tersebut harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, grafik, *network*, dan *charts*.

c. Mengambil kesimpulan dan verifikasi

Langkah yang terakhir adalah menyimpulkan dan verifikasi (dibuktikan), dengan data-data baru yang memungkinkan diperoleh

keabsahan hasil penelitian. Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah sebagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh. Oleh karena itu, menyimpulkan dan *verifikasi* (dibuktikan) dengan data-data baru yang memungkinkan diperoleh keabsahan hasil penelitian. Oleh karena itu, data-data harus dicek kembali pada catatan-catatan yang telah dibuat oleh peneliti dan selanjutnya membuat simpulan-simpulan sementara.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

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

Bagian awal skripsi ini mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, kata pengantar, persembahan, motto, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

Bagian utama skripsi ini merupakan inti dari skripsi yang mencerminkan seluruh proses penelitian yang terdiri dari lima bab:

Bab I: Pada bab ini, yang berupa pendahuluan yang akan dijadikan sebagai acuan langkah dalam penulisan skripsi ini. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data) dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II: Pada bab ini diuraikan kajian teoritis mengenai teori-teori yang menjadi landasan dalam kerangka pemikiran dalam penelitian ini, tentang, strategi, dakwah dan media, dan radio.

Bab III: Pada bab ini berisi tentang gambaran umum obyek meliputi sejarah berdirinya radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8, tujuan berdirinya radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8, visi dan misi radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8, dan struktur

organisasi radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8. Dan juga hasil penelitian tentang strategi penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah.

Bab IV, Pada bab ini berisi analisis dari hasil penelitian peneliti mengenai strategi penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah.

Bab V, Penutup, pada bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

Bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata peneliti.

BAB II

STRATEGI, DAKWAH DAN MEDIA, RADIO

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berarti “merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif” (Arsyad, 2003: 26). Strategi sebenarnya adalah istilah yang berasal dari dunia militer yaitu usaha untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan dengan tujuan mencapai kemenangan atau kesuksesan. Istilah strategi kemudian berkembang dalam berbagai bidang termasuk dalam dunia ekonomi, manajemen maupun dakwah. Pengertian strategi mengalami perkembangan, menjadi keterampilan dalam mengelola atau menangani suatu masalah (Basit, 2013: 156).

Strategi menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi. Disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (Husein, 2010: 16).

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen yang berisi kegiatan yang didesain untuk mencapai suatu tujuan (Aziz, 2009: 349). Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya. Demikian juga strategi komunikasi merupakan paduan antar perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa sewaktu-waktu berubah tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2006: 32).

Dengan kata lain bisa dikatakan bahwa strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang jelas dengan kombinasi antara cara dalam jangka waktu tertentu dengan mengantisipasi bahwa kita mencoba untuk memprediksi apa yang dapat dilakukan oleh seseorang dengan menggunakan cara tersebut (Hamidi, 2010: 127).

2. Tahapan-Tahapan Strategi

Tahapan-tahapan strategi terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi (David, 2004: 6).

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi mencakup beberapa hal yaitu (David, 2004: 6-15 dan 283-285):

1) Pengembangan Visi dan Misi Organisasi

Visi adalah sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis, sedangkan misi merupakan pernyataan jangka panjang yang membedakan suatu bisnis dari bisnis serupa yang lain.

2) Mengidentifikasi Peluang dan Ancaman Eksternal Organisasi

Peluang dan ancaman eksternal adalah peristiwa, tren, ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti di masa depan.

3) Menentukan Kekuatan dan Kelemahan Internal Organisasi

Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan.

4) Menetapkan Tujuan Jangka Panjang Organisasi

Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang perlu dicapai organisasi dalam memenuhi misi utamanya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan juga penting untuk keberhasilan organisasi karena tujuan menentukan arah, membantu dalam melakukan evaluasi, menciptakan sinergi, menunjukkan prioritas, memusatkan koordinasi dan menjadi dasar perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, serta pengendalian kegiatan yang efektif.

5) Membuat Sejumlah Strategi Alternatif Untuk Organisasi

Strategi alternatif merupakan langkah yang menggerakkan perusahaan dari posisinya sekarang ini menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan. Strategi alternatif tidak datang dengan sendirinya, melainkan diturunkan dari visi, misi, tujuan (sasaran), audit eksternal dan audit internal perusahaan. Hal tersebut harus konsisten dengan dan dibangun atas dasar strategi-strategi sebelumnya yang pernah berhasil diterapkan. Bentuk strategi alternatif ini bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan, produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*.

6) Memilih Strategi Tertentu Untuk Digunakan

Memilih strategi tertentu untuk digunakan merupakan tugas dari perencana strategi yaitu orang-orang yang paling bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dengan mempertimbangkan kelebihan, kekurangan, kompromi, biaya dan manfaat dari semua strategi. Langkah pemilihan yaitu dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi.

b. Pelaksanaan Strategi

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategis. Pelaksanaan strategi yang sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan,

komitmen dan pengorbanan (David 2004: 6), karena perumusan strategi yang sukses tidak menjamin pelaksanaan strategi yang sukses (David, 2004: 336). Pelaksanaan strategi termasuk di dalamnya menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada, rekonstruksi dan rekayasa ulang, merevisi rencana kompensasi dan insentif, meminimalkan resistensi terhadap perubahan, mencocokkan manajer dengan strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menyesuaikan proses produksi atau operasi, mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif dan bila perlu mengurangi jumlah karyawan (David, 2004: 338).

c. Evaluasi Strategi

Dalam tahapan ini ada tiga aktifitas yang mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

1) Mengkaji Ulang Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Yang Menjadi Landasan Perumusan Strategi Yang Diterapkan Sekarang Ini

Berbagai faktor eksternal dan internal dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan. Faktor eksternal seperti tindakan pesaing, perubahan permintaan, perubahan teknologi, perubahan ekonomi, pergeseran demografi, dan tindakan pemerintah dapat menghambat pencapaian tujuan. Sedangkan faktor internal di antaranya seperti strategi yang tidak efektif mungkin dipilih atau kegiatan implementasi barangkali buruk.

2) Mengukur Kinerja

Mengukur kinerja di antaranya yaitu dengan membandingkan hasil yang diharapkan dengan hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kinerja individu dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang ditetapkan.

3) Melakukan Tindakan-Tindakan Korektif

Melakukan tindakan-tindakan korektif menuntut adanya perubahan reposisi perusahaan agar lebih berdaya saing di masa depan. Tindakan korektif harus menempatkan organisasi pada posisi yang lebih baik agar bisa memperbaiki kelemahan internal.

3. Strategi Penyiaran Radio

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

a. Perencanaan Program Siaran

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

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

b. Produksi dan Pembelian Program Siaran

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreatifitas dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in house production*). Membeli program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan produksi memadai namun memiliki ide untuk dikembangkan.

Program siaran radio sangat banyak dan beragam kemasannya, lima di antaranya adalah produksi siaran berita dan

informasi, iklan, jingle, *talk show*, interaktif, serta info hiburan (Masduki, 2004: 69).

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

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

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

c. Eksekusi Program Siaran

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

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

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

Kedua, audien konstan, berbagai data yang diperoleh dari lembaga *rating* menunjukkan bahwa jumlah audien secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, stasiun harus berjuang memperebutkan jumlah audien yang selalu tetap (Morissan, 2008: 192-193).

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

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

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

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

d. Pengawasan dan Evaluasi Program Siaran

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

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

B. Dakwah dan Media

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a, yad'u, da'wan, du'a*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh, amr ma'ruf* dan *nahi munkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim*, dan *khotbah* (Munir dan Wahyu, 2006: 17). Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut *da'i (isim fail)*, artinya orang yang menyeru. Tetapi karena perintah memanggil atau menyeru adalah suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal juga dengan istilah *muballigh*, artinya penyampai atau penyeru (Amin, 2009: 2).

Secara terminologi dakwah terdapat banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, di mana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi. Walaupun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikinya sama, di antaranya:

1) Dakwah menurut Toha Yahya Omar

Menurut Toha Yahya Omar (1979: 1) bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

2) Dakwah menurut Aboebakar Aceh

Menurut Aboebakar Aceh (1986: 11) bahwa dakwah yang berasal dari *da'a*, berarti perintah mengadakan seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik. Kata-kata ini mempunyai arti yang luas sekali, tetapi tidak keluar daripada tujuan mengajak manusia hidup sepanjang agama dan hukum Allah.

3) Dakwah menurut M. Quraish Shihab

Menurut M. Quraish Shihab (2001: 194) bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekadar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.

Dengan demikian, dakwah juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya, karena melekat erat bersamaan dengan pengakuan diri sebagai penganut Islam (muslim) (Muriah, 2000: 6-7).

b. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

1) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga (Munir dan Wahyu, 2006: 22). Da'i harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi terhadap problema yang dihadapi manusia. Juga metode-metode yang dihidirkannya

untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng (Malaikah, 1997: 18).

2) Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam. Sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, islam, dan ihsan (Munir dan Wahyu, 2006: 23).

3) Maddah (Materi) Dakwah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri (Munir dan Wahyu, 2006: 24). Pesan-pesan dakwah harus dilakukan dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi mad'u dalam melakukan aktivitas dakwah agar pesannya tersebut bisa ditangkap sesuai dengan karakter dan cara berpikir mad'u (Amin, 2009: 14).

4) Wasilah (Media) Dakwah

Wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah (Munir dan Wahyu, 2006: 32). Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Media-media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain: media-media tradisional, media-media cetak, media broadcasting, media film, media audio-visual, internet, maupun media elektronik lainnya (Amin, 2009: 14).

5) Thariqah (Metode) Dakwah

Metode dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Berbagai pendekatan dakwah baik dakwah *bi al-lisan*, *dakwah bi al-qalam* (dakwah melalui tulisan, media cetak), maupun *dakwah bi al-hal* (dakwah dengan amal nyata, keteladanan) perlu dimodifikasi sedemikian rupa sesuai dengan tuntutan modernitas (Amin, 2009: 13).

Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada surat an-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
 وَجَدِلْهُمْ بِلَاغٍ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
 عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu. Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (Kemenag RI, 2010: 281).

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga, yaitu *bi al-hikmah*, *mau'izhatul hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Secara garis besar ada tiga pokok metode (*thariqah*) dakwah, yaitu:

a) *Bi al-Hikmah*

Yaitu dakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

b) *Mau'izatul Hasanah*

Yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

c) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*

Yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah (Munir dan Wahyu, 2006: 34).

6) Atsar (Efek) Dakwah

Atsar (efek) sering disebut feed back (umpan balik) dari proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah. Padahal, atsar sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Dengan menganalisis atsar dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (Munir dan Wahyu: 34).

c. Tujuan Dakwah

Secara umum tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang di ridhai oleh Allah SWT (Amin, 2009: 59).

Adapun tujuan dakwah, pada dasarnya terbagi menjadi dua, yaitu:

1) Tujuan Utama Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai atau diperoleh oleh keseluruhan tindakan dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka sesuai penyusunan

rencana dan tindakan dakwah harus ditujukan dan diarahkan (Shaleh, 1986: 21).

2) Tujuan Departemental Dakwah

Tujuan departemental adalah tujuan perantara. Sebagai perantara, tujuan departemental berintikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai oleh Allah SWT, masing-masing sesuai dengan segi atau bidangnya (Shaleh, 1986: 27-28).

2. Media

a. Pengertian Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*, secara etimologi yang berarti alat perantara (Syukir, 1986: 17). Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara rata-rata. Ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan).

Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat atau perantara. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar (Bachtiar, 1997: 35).

b. Macam-Macam Media

Menurut Darwanto (1995: 10) media terbagi menjadi dua, yaitu:

1) Nonmedia Massa

- a) Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain
- b) Benda; telepon, surat, dan lain-lain.

2) Media Massa

- a) Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah dan lain-lain
- b) Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain.
- c) Media massa periodik-cetak dan elektronik; visual, audio, dan audio visual.

c. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipakai sebagai perantara untuk melaksanakan kegiatan dakwah (Sanwar, 1984: 77). Adapun alat-alat tersebut antara lain:

1) Dakwah melalui saluran lisan

Yang dimaksud dakwah secara lisan adalah dakwah secara langsung di mana da'i menyampaikan ajakan dakwahnya kepada mad'u.

2) Dakwah melalui saluran tertulis

Dakwah dengan saluran tertulis adalah kegiatan dakwah yang dilakukan melalui tulisan-tulisan. Kegiatan dakwah tertulis ini dapat dilakukan melalui surat-surat kabar, majalah, buku-buku, buletin dan lain sebagainya.

3) Dakwah melalui alat-alat audio visual

Alat audio visual adalah peralatan yang dipakai untuk menyampaikan pesan dakwah yang dapat dinikmati dengan mendengar dan melihat. Peralatan audio visual ini antara lain: TV, radio, seni drama, video, kaset dan lain sebagainya.

4) Dakwah melalui keteladanan

Dakwah yang paling efektif adalah bentuk penyampaian pesan dakwah melalui bentuk percontohan atau keteladanan dari da'i. Dengan demikian akan menampakkan adanya bentuk yang konsekuen antara pernyataan dan pelaksanaan.

C. Radio

1. Pengertian Radio

Radio adalah sarana imajinasi, komunikasi, dan sahabat. Bagi pendengarnya, radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, pemberi informasi, radio adalah seorang sahabat. Radio adalah media yang sifatnya pribadi. Jarang orang bersama-sama berkumpul untuk mendengarkan radio. Radio menyapa para pendengarnya secara perorangan. Jika dihidupkan untuk sekelompok orang, sering kali radio hanya berfungsi sebagai suara ‘latar belakang’ di suatu tempat berlangsungnya satu kegiatan. Seperti halnya di salon atau tempat potong rambut dan di bengkel. Tempat para pendengarnya mampu menghibur pikiran mereka sendiri dan terjadi dialog-dialog tanpa suara antara mereka dan penyiar, atau antara ingatan pribadi mereka dan setiap rekaman yang dimainkan sambil melakukan tugas-tugas rutin mereka (Stokkink, 1997: 20).

Radio adalah suara, suara merupakan modal utama terapan radio khalayak dan stimulasi yang dikonstruksikan kepada khalayak. Suara dalam sebuah radio adalah suatu kombinasi tekanan emosional, perspektual dan fiskal yang timbul dan berasal dari suara yang termediasi oleh teknologi yang kemudian memunculkan formasi imajinasi visual tertentu di benak pendengar. Setiap suara memiliki komponen yang mampu menciptakan gambaran percampuran antara kata, musik dan efek suara lainnya, akan mempengaruhi emosi pendengar pada saat berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan. Semua tersimpul dalam konsep yang dikenal sebagai *The Theatre Of Mind* (Masduki, 2004: 118).

2. Karakteristik Radio

Menurut Riswandi (2009: 3) dibandingkan dengan media massa lainnya, radio memiliki karakteristik yang khas sebagai berikut:

a. Imajinatif

Karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan perkataan lain, pendengar radio bersifat imajinatif. Dengan perkataan lain, radio bersifat *theatre of mind*, artinya radio mampu menciptakan gambar (*makes picture*) dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan suara.

b. Auditori

Sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Karena manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali (*rehearing*) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada komunikator/penyiar untuk mengulang informasi yang hilang kecuali ia merekamnya. Dengan perkataan lain, pesan radio harus disusun secara singkat dan jelas (*concise and clear*).

c. Akrab/Intim

Sebagaimana kita lakukan sehari-hari, kita jarang mendengar acara siaran radio secara khusus. Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.

d. Identik dengan Musik

Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

e. Mengandung Gangguan

Seperti timbul tenggelam/*fading* dan gangguan teknis (*channel noise factor*).

3. Radio Sebagai Media Dakwah

Salah satu media yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah adalah radio. Hampir seluruh radio siaran yang menyelenggarakan siaran di Indonesia menyajikan informasi, edukasi dan hiburan. Siaran keagamaan termasuk fungsi edukasi. Dalam hal ini, da'i sebagai seorang komunikator dalam melakukan aktivitas dakwahnya menyampaikan pesan-pesan ajaran agama (*message*), harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan karakter radio yang dipergunakan sebagai media untuk menyampaikan pesannya. Sebagai media komunikasi, radio siaran dapat dikatakan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kepada pendengar. Hal ini karena:

a. Memiliki Daya Langsung

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

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

b. Memiliki Daya Tembus

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

c. Memiliki Daya Tarik

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

Dan saat ini siaran-siaran dakwah yang dikemas sedemikian rupa melalui radio mempunyai daya tarik tersendiri bagi pendengarnya. Upaya-upaya inovasi dalam menarik perhatian pendengar radio kiranya harus dilakukan untuk memikat daya tarik dalam siaran yang bernuansa dakwah Islam (Amin, 2009: 269-272).

BAB III

STRATEGI PENYIARAN RADIO MBS “(MITRA BERDAKWAH DAN SHOLAWAT)” FM 107.8 SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Gambaran Umum Radio MBS FM 107.8 MHz

1. Sejarah Berdirinya Radio MBS FM 107.8 MHz

Sejak tahun 2000 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang mulai merintis dan mendirikan perkumpulan komunitas radio mitra berdakwah dan sholawat (selanjutnya disebut radio MBS FM) yang keberadaannya merupakan salah satu divisi dari Laboratorium Dakwah (LABDA). Pada awalnya radio MBS FM ini adalah tempat praktikum mahasiswa untuk mengembangkan diri (life skill) di bidang broadcasting. Lambat laun keberadaan radio MBS FM mulai menarik hati pendengar dan bahkan memiliki segment pendengar tersendiri. Ikatan emosional radio MBS FM dan para pendengar makin kuat dan dilembagakan suatu komunitas pendengar.

Seiring berjalannya waktu radio MBS FM kini tidak lagi hanya menjadi tempat latihan mahasiswa. Radio MBS FM ingin meningkatkan pelayanan masyarakat karena sadar kebutuhan masyarakat yang terdiri dari mahasiswa UIN Waliosongo, ibu rumah tangga, pedagang dan pengusaha kecil akan hiburan, informasi dan pendidikan formal, khususnya di bidang agama, sosial, kesehatan, budaya dan lain sebagainya. Dengan media radio, pesan-pesan yang diinginkan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Jauh sebelum Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) berdiri, radio MBS FM berusaha memenuhi ketentuan aturan penyiaran melalui izin siaran. Izin siaran tidak dapat berjalan lancar akibat transisi kelembagaan yang berwenang mengeluarkan izin tersebut. Setelah KPI terbentuk radio MBS FM berusaha kembali mengurus legalitas radio ini.

Pada akhir 2009 MBS FM segera berkunjung ke Komisi Penyiaran Daerah (KPID) Jawa Tengah di Semarang untuk konsultasi tentang proses

perizinan. MBS FM segera mengurus proses perizinan, namun ternyata proses mengurus itu tidak mudah dan memerlukan proses yang panjang dan rumit sekali. Dengan dukungan banyak pihak dan perkumpulan komunitas pendengar, radio MBS FM segera melengkapi syarat-syarat yang diperlukan agar permohonan izin siar segera terbit.

Radio MBS FM merupakan bagian dari komunitas kampus atau akademik dan komunitas masyarakat yang memiliki karakter sebagai berikut:

- a. Memahami makna belajar sebagai proses yang tidak pernah berakhir dan menjunjung tinggi integritas intelektual.
- b. Memahami dan menjunjung tinggi budaya akademik (jujur, disiplin, dinamis dan inovatif).
- c. Memiliki semangat kemandirian.
- d. Membiasakan diri hidup dalam kesederhanaan.
- e. Memberikan manfaat bagi umat manusia.
- f. Mendorong dan memberdayakan masyarakat untuk mencapai kehidupan yang terbaik.

2. Tujuan Pendirian

Maksud dan tujuan didirikannya Radio MBS FM adalah sebagai berikut:

- a. Menghimpun komunitas pendengar radio MBS FM UIN Walisongo Semarang.
- b. Menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio komunitas.
- c. Memberikan pelayanan informasi akademik, informasi ilmu pengetahuan teknologi serta informasi layanan social kemasyarakatan melalui penyiaran.
- d. Mengembangkan ilmu dan pemikiran serta penelitian di bidang penyiaran.
- e. Ikut serta dalam mewujudkan tercapainya tujuan dan pembangunan nasional.

- f. Mengembangkan media pencerahan kebangsaan sebagai implementasi meningkatkan kesadaran berbangsa, bernegara dan beragama serta meningkatnya semangat ataupun jiwa rasionalisme bagi anggota perkumpulan dan masyarakat.

3. Visi dan Misi

a. Visi

Visi merupakan cara pandang tentang sesuatu hal, yaitu sesuatu yang dilihat dan dihayati serta hendak dicapai. Kemudian visi tersebut ditindak lanjuti melalui misi dengan rumusan yang jelas dan bermakna. Visi dari radio MBS FM adalah: **“Menjadi Radio Komunitas Yang Mencerdaskan Dan Menghibur”**.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan informasi pendidikan kebangsaan, informasi akademik bagi anggota perkumpulan dan pelayanan social kemasyarakatan serta keagamaan.
- 2) Pengembangan potensi sumber daya manusia anggota perkumpulan melalui pendidikan formal, pendidikan non formal, dan pelatihan-pelatihan dalam rangka pencapaian kesejahteraan.
- 3) Terbangunnya kepedulian dan kesadaran akan nilai-nilai moralitas keagamaan, kepedulian sosial melalui pencerahan, kebangsaan dan keagamaan yang diprogramkan oleh perkumpulan tersebut.

c. Mewujudkan Visi dari Segi Program

Untuk mewujudkan “Menjadi Radio Komunitas yang Mencerdaskan dan Menghibur” dalam segi program, disusunlah acara sebagai berikut:

- 1) Menghibur: acara yang disajikan yaitu Sholawat (lagu-lagu religi dengan sisipan hadist), Pesta Mitra (request lagu dan kirim ucapan dari pendengar), Flashback (mengulas mengenai profil-profil grup band terdahulu diselingi informasi dan tips).

2) Mencerdaskan: Tilawatil Qur'an (kalam ilahi), Mozaik Pagi (seputar dunia keislaman), MBS *news* (berita di dalam maupun di luar kampus), MBS *healthy* (seputar tentang kesehatan) dan *Story of Muslim* (menceritakan perjalanan Islam zaman dahulu).

d. Mewujudkan Visi dari Segi Teknik

Visi juga diwujudkan nyatakan dalam segi teknis, yaitu menyelenggarakan siaran, informasi yang aktual, dan kontekstual. Selain itu, siaran-siaran tersebut juga melibatkan komunitas disetiap acara baik secara langsung maupun tidak langsung melalui keterlibatan sebagai pembawa acara/penyiar, pendengar aktif (dengan tanggapan lewat telepon dan SMS) juga pendengar pasif di rumah mereka masing-masing.

e. Mewujudkan Visi dari Segi Manajemen

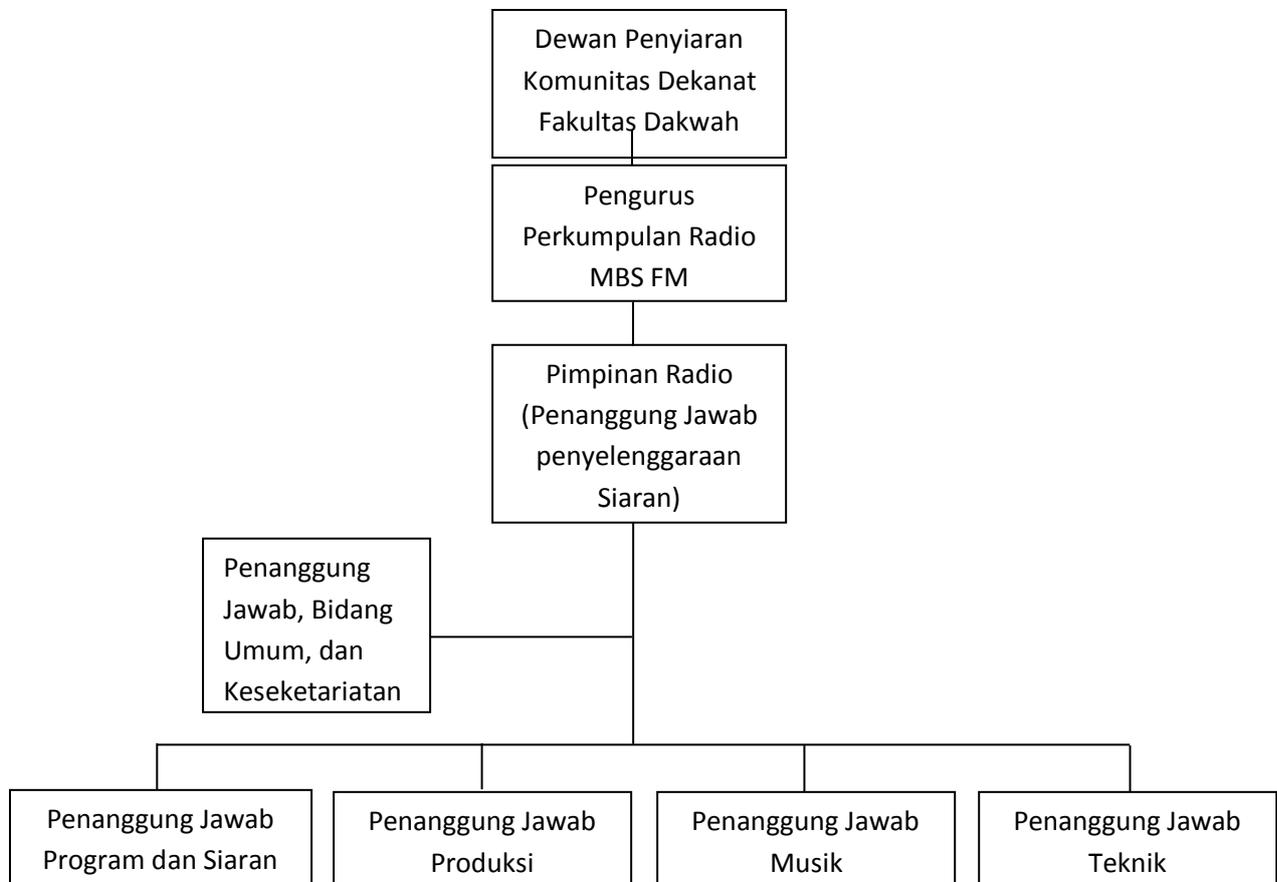
Radio MBS FM diselenggarakan oleh perkumpulan pendengar komunitas radio MBS FM. Pengurus perkumpulan pendengar radio ini dibantu oleh para penanggung jawab penyelenggaraan yang meliputi:

- 1) Penanggung jawab bidang umum.
- 2) Penanggung jawab bidang siaran.
- 3) Penanggung jawab bidang pemberitaan.
- 4) Penanggung jawab bidang teknik.

Masing-masing penanggung jawab di bantu oleh beberapa orang sebagai suatu kelompok kerja (POKJA) pelayanan. Semua bidang melaksanakan tugas secara kekeluargaan, keterbukaan, kebersamaan, dan saling percaya.

4. Struktur Organisasi

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Radio MBS



Keterangan:

a. Dewan Penyiaran Komunitas

Dewan penyiaran komunitas adalah lembaga tertinggi yang merupakan pemiliik (mewakili UIN Walisongo dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi) radio MBS FM dan berwenang:

- 1) Mengangkat dan memberhentikan pengurus perkumpulan pendengar radio MBS FM.
- 2) Membantu baik langsung maupun tidak langsung pembiayaan penyelenggaraan Radio MBS FM.

- 3) Memotivasi warga kampus dan warga sekitar kampus untuk mendukung secara moril dan materiil terhadap penyelenggaraan radio MBS FM.
 - 4) Mendampingi pengurus perkumpulan pendengar radio komunitas MBS FM dalam membina relasi dengan masyarakat umum.
 - 5) Merumuskan kebijakan umum radio MBS FM.
- b. Pengurus Perkumpulan Pendengar Radio MBS FM

Pengurus perkumpulan pendengar radio MBS FM adalah lembaga yang mendapat kepercayaan dari Dewan Penyiaran Komunitas untuk menyelenggarakan pelayanan Radio MBS FM dengan:

- 1) Mendampingi penyelenggaraan penyiaran dengan membuat perencanaan atau pembuatan program setahun sekali.
 - 2) Mendampingi penanggung jawab penyelenggaraan penyiaran untuk mewujudkan visi radio MBS FM baik dari segi program, teknis acara, manajemen sesuai dengan kebijakan umum yang telah ditetapkan.
 - 3) Mendampingi penanggung jawab penyelenggaraan penyiaran untuk menyelenggarakan pelayanan radio MBS FM dengan melibatkan komunitas terkait.
 - 4) Mengupayakan peningkatan radio MBS FM dengan pengembangannya demi kepentingan masyarakat umum.
 - 5) Membuat pertanggung jawaban kepada dewan penyelenggara penyiaran secara tertulis sekurang-kurangnya setahun sekali.
- c. Penanggung Jawab Penyiaran

Penanggung jawab penyiaran adalah orang yang ditunjuk untuk menjadi penanggung jawab utama terhadap penyelenggaraan penyiaran Radio MBS FM, tugasnya adalah:

- 1) Bersama-sama dengan bidang pemberitaan, siaran, teknis, umum dan kesekretariatan mewujudkan visi dan misi radio MBS FM secara aktual dan kontekstual.

- 2) Bersama-sama dengan bidang pemberitaan, siaran, dan teknis, umum dan kesekretariatan melakukan pelayanan kepenyiaran di Radio MBS FM.
 - 3) Membuat program acara kepenyiaran Radio MBS FM dengan memperhitungkan aspirasi komunitas terkait.
 - 4) Membuat pertanggungjawaban kepada pengurus perkumpulan pendengar Radio komunitas MBS FM.
 - 5) Membuat evaluasi kegiatan penyiaran radio komunitas MBS FM demi peningkatan pelayanan.
- d. Penanggung Jawab Pemberitaan

Penanggung jawab pemberitaan adalah orang yang ditugasi menjadi redaktur pelaksana kepenyiaran radio, di bawah koordinasi penanggung jawab penyelenggaraan penyiaran dengan tugas:

- 1) Merumuskan materi-materi siaran sesuai dengan visi dan misi serta kebijakan umum yang telah ditetapkan.
 - 2) Memimpin pertemuan koordinatif tentang penyelenggaraan siaran, bersama dengan penanggung jawab pihak-pihak terkait.
 - 3) Merancang materi-materi siaran yang baru sesuai dengan kebutuhan komunitas.
- e. Penanggung Jawab Siaran

Penanggung jawab siaran adalah orang yang ditugasi untuk menjadi koordinator siaran radio di bawah koordinasi penanggung jawab kepenyiaran di bantu oleh tim terkait dengan tugas:

- 1) Merumuskan materi-materi siaran sesuai dengan visi dan misi serta kebijakan umum yang telah ditetapkan.
- 2) Membanmtu penanggung jawab pemberitaan mengadakan pertemuan koordinatif tentang penyelenggaraan siaran, bersama pihak terkait.
- 3) Mengatur jadwal siaran.
- 4) Merancang acara-acara siaran yang baru sesuai dengan kebutuhan komunitas.

f. Penanggung Jawab Teknis

Penanggung jawab teknis adalah orang yang ditugasi untuk menjadi koordinator bidang teknis alat-alat yang dipakai di bawah koordinasi penanggung jawab penyelenggaraan penyiaran dibantu oleh tim terkait, dengan tugas:

- 1) Mengatur berfungsinya perlengkapan teknis alat-alat yang dipakai menunjang penyelenggaraan siaran.
- 2) Memperbaiki alat-alat yang kurang berfungsi atau rusak sehingga bisa dipakai kembali untuk menunjang penyelenggaraan siaran.
- 3) Merancang dan memperbaharui secara teknis alat-alat demi peningkatan penyelenggaraan siaran dengan tetap berpegang pada peraturan yang berlaku.

g. Penanggung Jawab Bidang Umum dan Sekretariat

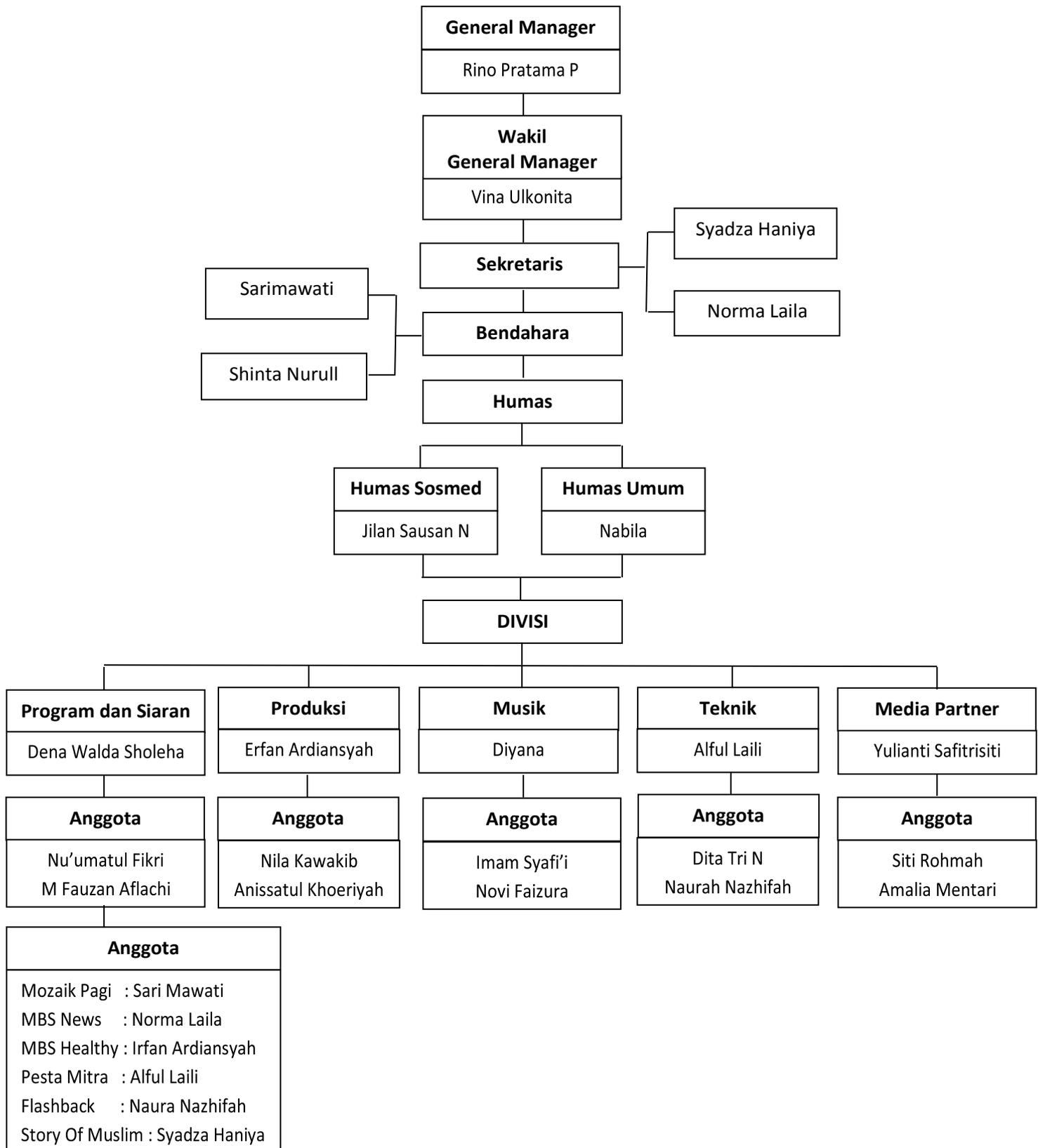
Penanggung jawab bidang umum dan sekretariat adalah seseorang yang ditugasi untuk menjadi koordinator bidang keuangan, administrasi, perlengkapan, dan kepegawaian di bawah penanggung jawab penyelenggaraan penyiaran dibantu oleh tim terkait dengan tugas:

- 1) Menangani surat menyurat yang terkait dengan radio komunitas.
- 2) Menyiapkan blangko-blangko isian penyiar dan hal-hal ini terkait dengan kebutuhan siaran.
- 3) Mengarsipkan materi-materi siaran.
- 4) Menyiapkan referensi atau bacaan-bacaan yang terkait dengan visi dan misi radio MBS FM.

h. Struktur Organisasi Radio MBS FM 2018/2019

Gambar 3.2

Struktur Organisasi Radio MBS FM 2018/2019



B. Strategi Penyiaran Radio MBS FM 107.8 Sebagai Media Dakwah

Sebagai suatu proyek besar yang meliputi berbagai bidang kehidupan, tentu saja dakwah membutuhkan strategi untuk mencapai sasarannya. Salah satu media yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah adalah media radio. Dakwah menggunakan media radio terbukti dapat mendorong dan membantu para pelaku dakwah dalam menjalankan tugasnya. Seperti halnya yang dilakukan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 yang selalu menyiarkan pesan-pesan Islam secara menarik dalam setiap program siarannya. Keberadaannya yang merupakan salah satu divisi dari Laboratorium Dakwah (LABDA) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang membuat radio MBS FM dalam menyiarkan programnya selalu memasukkan unsur-unsur dakwah. Adapun strategi penyiaran yang dilakukan radio MBS FM sebagai media dakwah adalah:

1. Perencanaan Program Siaran

Radio MBS FM dalam merencanakan program berusaha untuk mempertimbangkan empat hal yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. *Product* artinya materi program yang disukai pendengar, *price* artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, *place* artinya kapan waktu siar acara yang tepat, *promotion* artinya bagaimana memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor (Morissan, 2008: 201-202).

a. *Product*

Radio MBS FM dalam merencanakan program siarannya agar selalu diminati oleh para pendengar adalah dengan cara menyesuaikan segmentasi dari khalayak pendengar. Karena jika diibaratkan khalayak adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan. Adapun sasaran pendengar dari radio MBS FM sendiri yaitu terdiri dari mahasiswa UIN Walisongo, civitas akademik UIN Walisongo, ibu rumah tangga, pedagang dan masyarakat sekitar kampus UIN Walisongo Semarang. Hal ini seperti yang diungkapkan Rifa'i mahasiswa KPI angkatan 2015 bahwa:

“Radio MBS kalau dari segi programnya selalu menyiarkan pengetahuan tentang keIslaman. Selingan lagu-lagunya pun sangat bagus, ada pop ada sholawat juga, cocok untuk menghibur kalangan anak muda. Dalam siarannya juga ringan bagus, ada berita, tips kesehatan, sejarah kisah-kisah Islam. Seperti kemarin juga saya baru tahu bahwa ternyata kitab taurat yang ditulis di lembaran kulit domba yang diperkirakan ditulis lebih dari 850 tahun yang lalu telah ditemukan” (Rifai, 18 Oktober 2019).

Adapun radio MBS FM dalam melihat siapa saja yang mendengarkan program siarannya adalah dengan cara *pertama* survey pendengar melalui telepon random dan pesan singkat, *kedua* memanfaatkan jejaring sosial seperti facebook dan instgram, dan *ketiga* bertemu dengan khalayak langsung. Seperti yang disampaikan oleh Risma bahwasanya:

“Dalam mengenal Mitra MBS FM (sebutan untuk pendengar MBS) sasaran komunikasi, radio MBS FM memanfaatkan telepon random dan pesan singkat. Dengan telepon random dan pesan singkat maka bisa dilihat siapa saja yang request lagu dan yang kirim salam. Selain itu radio MBS juga memanfaatkan jejaring sosial seperti facebook, instgram. Terkadang juga radio MBS FM bertemu dengan khalayak yaitu ketika ada acara penting, misalnya seperti waktu launching aplikasi, maka pihak radio MBS FM melibatkan masyarakat umum untuk menyaksikannya secara langsung dan sekaligus untuk memperkenalkan radio MBS FM ke khalayak luas. Dengan mengenal khalayak tentu akan bermanfaat untuk mengetahui format dan isi program apa yang tepat agar menarik dan memuaskan kebutuhan audien. Adapun sampai saat ini sasaran khalayak radio MBS FM adalah mahasiswa UIN Walisongo, civitas akademik UIN Walisongo, ibu rumah tangga, pedagang dan masyarakat sekitar kampus UIN Walisongo Semarang” (Wawancara dengan Risma pada 4 November 2018).

Berdasarkan demografi tersebut maka Radio MBS FM dalam komposisi program siarannya lebih menitik beratkan pada siaran yang dapat dinikmati dan dibutuhkan oleh mahasiswa, civitas akademik UIN Walisongo, ibu rumah tangga, pedagang dan pengusaha kecil yang membutuhkan sebuah hiburan, informasi dan pendidikan. Ini bisa dilihat dari komposisi program yang siarkan radio MBS FM sebagai berikut:

1) Hiburan

Unsur hiburan dalam program acara di radio MBS FM mempunyai porsi 35% dari semua materi siaran, mengingat akan kebutuhan hiburan bagi masyarakat, khususnya hiburan yang bisa merefresh otak pendengar setelah melakukan kegiatan-kegiatan yang menjenuhkan dengan lagu-lagu pop dan dangdut. Selain itu untuk menyentuh hati pendengar dengan sholawat, nasyid, balasik dan qosidah.

2) Pendidikan

Seluruh mata acara yang dikemas di radio MBS FM sebenarnya mengandung unsur pendidikan, namun yang benar-benar pendidikan murni diberikan porsi 35%. Materi siaran pendidikan menitik beratkan pada pendidikan Islam, seperti murottal Al-Qur'an, pengetahuan tentang dunia keislaman, serta sejarah perjalanan maupun kisah-kisah dari para nabi terdahulu sekaligus para cendekiawan muslim.

3) Informasi

Informasi dalam program acara di radio MBS FM mendapatkan porsi 25%. Baik informasi lokal maupun nasional, baik di dalam kampus maupun luar kampus. Berita yang disiarkan radio MBS FM sangat aktual dan sangat dibutuhkan masyarakat seperti MBS *news*. Dan MBS *healthy* yang menyiarkan informasi tentang seputar kesehatan yang dibutuhkan bagi para pendengar.

4) Layanan Masyarakat

Layanan masyarakat berisi iklan layanan masyarakat seperti: no drugs, jangan tinggalkan shalat, semangat mengerjakan tugas kuliah dan lain-lain. Porsi yang diberikan 5%.

b. *Price*

Radio MBS FM dalam memproduksi programnya berusaha untuk memproduksi sendiri. Yaitu dengan menggunakan rekaman yang didownload dari internet kemudian ditambahkan *background* atau

musik latar dan diedit sedemikian rupa sehingga terdengar bagus dan enak terdengar. Selain itu sebagai media dakwah, radio MBS juga mengundang narasumber-narasumber dari luar pada program siaran dakwahnya. Yaitu dengan memberdayakan dosen-dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk menjadi narasumber dalam program siarannya.

Seperti hasil observasi penulis pada 24 September 2019. Radio MBS FM mengadakan talkshow dengan mengambil tema yaitu “Dakwah di Era Millenial dan Dakwah Melalui Media Radio”. Dalam acara tersebut dinarasumberi oleh Bapak Drs. KH. Ahmad Anas, M.Ag. Beliau merupakan dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dan juga pengasuh pondok pesantren Riyadhul Jannah.

Pada acara yang disiarkan di studio radio MBS FM yang berada di lantai 1 Laboratorium Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang tersebut, beliau menjelaskan bahwa pada prinsipnya dakwah merupakan penyampaian ajaran agama Islam secara rahmatan lil ‘alamin kepada seluruh umat manusia. Namun ada perbedaan antara dakwah di masa lalu dan masa depan. Jika masa lalu dakwah berhadap-hadapan langsung dengan umatnya atau secara langsung mempraktikannya seperti mempraktikan bagaimana cara wudhu dan cara sholat. Namun pada periode berikutnya dakwah dilakukan dengan cara ceramah umum atau dengan menggunakan media terbaru termasuk dengan menggunakan broadcasting atau media radio.

Selain itu beliau juga berpesan agar radio MBS FM terus melakukan acara-acara seperti talkshow ini dengan mengundang dosen-dosen di lingkup Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk menjadi narasumber. Agar radio MBS FM menjadi media yang selalu diminati oleh para pendengar dan bisa

menjadi garda terdepan dalam menyampaikan dakwah di era modern sekarang.

c. *Place*

Radio MBS FM dalam merencanakan program siarannya berusaha menyesuaikan kebiasaan pendengar. Yaitu dengan melihat sasaran khalayak radio MBS FM yang terdiri dari mahasiswa, civitas akademik UIN Walisongo, ibu rumah tangga, pedagang dan masyarakat sekitar kampus UIN Walisongo Semarang. Yang mana pada pagi hari para pendengar membutuhkan siaran yang dapat mendorong semangat untuk aktivitas di pagi hari. Kemudian pada siang harinya pendengar membutuhkan siaran yang dapat membangkitkan semangat karena lelah dengan segala aktivitas. Dan pada sore hari pendengar membutuhkan sebuah siaran yang santai yang dapat menemani di sela istirahatnya. Adapun jadwal program siaran tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1

Program Siaran Radio MBS FM

PROGRAM SIARAN	WAKTU SIARAN
Opening Ayat Al-Qur'an	08.00 - 08.30
Mozaik Pagi	08.30 - 09.30
MBS News	09.30 - 10.00
MBS Healthy	10.00 - 11.00
Music Time	11.00 - 12.00
Pesta Mitra	12.00 - 14.00
Flashback	14.00 - 15.00
Story Of Muslim	15.00 - 16.00

Keterangan:

1) Opening Ayat Al-Qur'an

Hari : Senin - Jumat

Waktu : 08.00 - 08.30 WIB

Durasi : 30 menit
Isi acara : Program ini sebagai opening dari radio dan diawali dengan lagu Indonesia Raya kemudian murottal Al-Qur'an sebagai awal akan dimulainya kegiatan siaran.
Sasaran : Umum

2) Mozaik Pagi

Hari : Senin - Jumat
Waktu : 08.30 - 09.30 WIB
Durasi : 60 menit
Isi acara : Memberikan pengetahuan tentang dunia keIslaman dan ajaran Nabi Muhammad SAW yang berkaitan dengan muamalat agar pendengar dapat mengetahui berbagai hadits dan harapannya pendengar dapat merefleksikan isi dari hadits tersebut dalam kehidupan nyata. Disamping itu pendengar diharapkan dapat memilah-milah hadits mana yang layak untuk dipergunakan sebagai dasar hukum perbuatan manusia.
Sasaran : Umum

3) MBS News

Hari : Senin - Jumat
Waktu : 09.30 - 10.00 WIB
Durasi : 30 menit
Isi acara : Program ini dipilih sebagai bahan informasi baik itu dari dunia nasional maupun internasional yang tujuannya memberikan pengetahuan tentang kejadian/peristiwa setiap harinya.
Sasaran : Dewasa

4) *MBS Healthy*

Hari : Senin - Jumat
Waktu : 10.00 - 11.00 WIB
Durasi : 60 menit
Isi acara : Program ini merupakan program terbaru di radio MBS FM. Pada program ini disiarkan sebuah informasi ataupun tips tentang kesehatan.
Sasaran : Dewasa

5) *Music Time*

Hari : Senin - Jumat
Waktu : 11.00 - 12.00 WIB
Durasi : 60 menit
Isi acara : Program ini berisikan lagu-lagu, baik lagu pop, dangdut, maupun lagu-lagu islami seperti balasyik, sholawat.
Sasaran : Umum

6) *Pesta Mitra*

Hari : Senin - Jumat
Waktu : 12.00 - 14.00 WIB
Durasi : 120 menit
Isi acara : Program ini adalah program yang berisikan lagu-lagu pop baik dari dalam negeri maupun mancanegara yang sedang populer dan dalam siarannya juga diselingi request dari pendengar dan juga pendengar dapat mengirimkan salam.
Sasaran : Dewasa

7) Flashback

Hari	: Senin - Jumat
Waktu	: 14.00 - 15.00 WIB
Durasi	: 60 menit
Isi acara	: Program ini adalah program dengan mengulas mengenai profil-profil grup band terdahulu dengan diselingi informasi dan tips.
Sasaran	: Dewasa

8) Story Of Muslim

Hari	: Senin - Jumat
Waktu	: 15.00 - 16.00 WIB
Durasi	: 60 menit
Isi acara	: Program ini berisi tentang sejarah perjalanan maupun kisah-kisah dari para nabi terdahulu sekaligus para cendikiawan muslim dan juga sebagai tanda berakhirnya kegiatan siaran.
Sasaran	: Umum

d. *Promotion*

Radio MBS FM dalam mempromosikan program siarannya agar diminati oleh pendengar yaitu dengan cara menyebarkan pamflet. Selain menyebarkan pamflet radio MBS FM juga memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp. Para *crew* radio MBS FM biasanya mempromosikan lewat grup-grup WhatsApp maupun whatsapp *story*.

Selain promosinya dengan memanfaatkan sosial media, radio MBS dengan jarak dengarnya yang sangat terjangkau hanya mencapai 2,5 km. Radio MBS FM berusaha memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu dengan *streaming* dan aplikasi agar radio MBS FM bisa didengarkan di luar jangkauannya. Sedangkan agar diminati oleh para

mahasiswa dan para dosen radio MBS FM menggunakan media speaker.

Radio MBS FM berusaha memanfaatkan teknologi informasi bagi pendengar di luar jangkauannya. Radio MBS FM memanfaatkan perkembangan teknologi streaming sebagai pilihan media dakwah agar efektif bagi pendengar yang berada di luar jangkauan penyiaran. Untuk alamat streaming di radio MBS FM pendengar bisa mengakses melalui alamat i.klikhost.com:8652. Selain streaming, bagi pendengar radio MBS FM yang menggunakan hp android radio MBS FM juga sudah ada aplikasi yang ada di playstore yang bisa di download yaitu MBS FM.

Selain itu di era yang serba internet sekarang ini, yang mana orang sudah dimanjakan dengan berbagai macam media online. Seperti facebook, instagram, youtube dan lain sebagainya yang menawarkan hiburan dan siaran dakwah yang dapat diakses kapan saja. Maka radio MBS FM dalam menentukan strateginya di kampus UIN Walisongo agar selalu diminati oleh para mahasiswa dan para dosen yaitu dengan memasang speaker di Laboratorium Dakwah lantai 1. Ini sebuah strategi karena melihat kurang minatnya para mahasiswa untuk mendengarkan radio di tengah gencarnya media online tersebut. Harapannya dengan speaker tersebut membuat radio MBS FM semakin diminati oleh para pendengar khususnya bagi para dosen dan mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

2. Produksi dan Pembelian Program Siaran

Radio MBS FM dalam memproduksi programnya tidak ada yang membeli, alias dalam semua siarannya radio MBS memproduksi sendiri. Radio MBS FM dalam siarannya hanya melaksanakan *on air* di studio siaran yang berada di Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Laboratorium Dakwah (LABDA) lantai satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Para *crew* di radio MBS FM membuat sendiri

programnya melalui gagasan atau ide yang didapatkan. Yaitu dengan seleksi suara, siapa yang mengisi suara. Adapun materi-materi yang didapat berasal dari laman web yang terpercaya seperti tanya doktor, walisongo, amanat, LPM MISSI, CNN Indonesia, Kompas dan lain-lain. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Rino sebagai general manager:

“Semua program di radio MBS FM diproduksi sendiri, tidak ada yang membeli karena mengingat radio MBS FM merupakan radio komunitas yang mana keterbatasan dana menjadi salah satu penghambat jalannya roda lembaga siaran. Iklan atau sponsor di radio MBS FM juga masih sangat minim. Iklan biasanya hanya dari lingkup kampus saja yaitu dari Organisasi Mahasiswa (ORMAWA) yang ada di kampus UIN Walisongo sendiri. Maka dari itu dalam memproduksi programnya, para *crew* di radio MBS FM membuat sendiri programnya melalui gagasan atau ide yang didapatkan. Yaitu dengan seleksi suara, siapa yang mengisi suara. Adapun materi-materi yang didapat berasal dari laman web yang terpercaya seperti tanya doktor, walisongo, amanat, LPM MISSI, CNN Indonesia, Kompas dan lain-lain. Kemudian musik diambil dari *spotify*” (Wawancara dengan Rino pada 15 Agustus 2019).

Selain itu di radio MBS FM yang bertanggung jawab dalam hal produksi ada di devisi produksi. Devisi produksi sendiri bertanggung jawab dalam hal mengkoordinasi dan memelopori segala kegiatan produksi keradioan yang dapat disiarkan di radio MBS FM. Seperti Iklan Layanan Masyarakat (ILM), jingle acara, backsound acara, dan lain sebagainya. Adapun program dari devisi produksi agar radio MBS FM selalu diminati oleh para pendengar adalah dengan cara:

- a. Membuat jingle MBS dan jingle program.
- b. Membuat ILM.
- c. Membuat ID's (promosi/iklan program).
- d. Membuat musik jeda dan edit music.
- e. Membuat sisipan kata-kata mutiara.
- f. Bekerja sama dengan devisi humas untuk membuat pamflet acara dan peringatan hari besar.

3. Eksekusi Program Siaran

Radio MBS FM merupakan radio komunitas yang berada di bawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Maka tidak heran jika para *crew* di radio MBS FM hampir seluruhnya adalah mahasiswa dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang sendiri. Maka dari itu secara umum waktu siaran di radio MBS FM hanya terbagi dalam tiga bagian saja yaitu pagi, siang dan sore. Pembagian waktu siaran ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang mana kegiatan di kampus hanya berlangsung dari pagi sampai sore. Kendati demikian radio MBS FM dalam program siarannya tetap membagi waktu siaran dengan menyesuaikan kebiasaan dan kesukaan pendengar seperti:

a. Acara Pagi (08.00 - 11.00)

Acara di pagi hari adalah sebagai pendorong untuk mengawali aktifitas dengan penuh semangat. Radio MBS FM dalam acara pagi ini diawali dengan opening ayat Al-Qur'an sebagai awal untuk memulai kegiatan dengan murottal Al-Qur'an. Diharapkan pendengar bisa meresapi setiap ayatnya. Juga ada mozaik pagi yang memberikan pengetahuan tentang dunia keislaman. Selain itu ada *MBS news* yang memberikan informasi baik itu dari dunia nasional maupun internasional yang tujuannya memberikan pengetahuan tentang kejadian/peristiwa setiap harinya. Selain itu juga ada *MBS healthy* yang memberikan informasi seputar kesehatan.

b. Acara Siang (11.00 - 14.00)

Suasana siang berlainan dengan suasana pagi. Radio MBS FM pada siang hari agar para pendengar selalu semangat seperti pagi hari maka program siaran di siang hari radio MBS FM memberikan acara *music time*. *Music time* ini berisi lagu-lagu baik lagu yang lama maupun lagu terbaru maupun sholawat. Selain *music time* ada pesta mitra, pesta mitra ini berisi salam-salam bagi mitra MBS yang ingin mengirimkan pesannya untuk kerabat maupun saudara. Pada acara

pesta mitra ini mitra MBS juga bisa merequest lagu kesukaannya yang ingin diputar.

c. Acara Sore (14.00 - 16.00)

Sebelum menutup acaranya pada sore hari, radio MBS FM untuk menemani pendengar pada sore hari ada program acara *flashback* dan *story of muslim*. Program *flashback* ini mengulas mengenai profil-profil grup band terdahulu dengan diselingi informasi dan tips. Selain *flashback* ada *story of muslim* yang berisi tentang sejarah perjalanan maupun kisah-kisah dari para nabi terdahulu sekaligus para cendekiawan muslim sebagai pelajaran bagi pendengar sehingga dapat menambah dan meningkatkan kemantapan iman para pendengar.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program Siaran

Melalui perencanaan, sebuah stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Sedangkan kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan.

a. Pengawasan Program Siaran

Radio MBS FM dalam melakukan pengawasan program siarannya agar program yang telah direncanakan sebelumnya berjalan sebagaimana mestinya, maka radio MBS FM melakukan pengawasan secara langsung kepada para *crewnya* sesuai dengan jadwal siaran yang telah disusun sebelumnya. Jadi agar setiap siaran berjalan dengan lancar maka setiap program ada kepala program atau kordinator yang bertanggung jawab dalam program tersebut. Seperti

contohnya dalam program mozaik pagi maka ada kepala programnya. Ini bertujuan agar semua program siaran tidak hanya terbebani di divisi program dan siaran saja. Namun setiap program ada kordinator yang bertanggung jawab dalam hal program siaran tersebut sehingga program siaran berjalan dengan lancar efektif dan efisien. Adapun dalam pembagiannya berusaha agar tidak berbenturan dengan jam kuliah. Yaitu dengan cara setiap *crew* wajib mengumpulkan KST (Kartu Studi Tetap) mahasiswa. Dengan KST maka dapat dilihat pada hari apa dan jam berapa para *crew* kuliah. Sehingga tidak ada lagi alasan bagi para *crew* untuk tidak siaran karena bertabrakan dengan jam kuliah. Adapun jadwal siaran atau kordinator yang bertanggung jawab dalam setiap program siaran di radio MBS FM setiap harinya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Kordinator Program Siaran

PROGRAM SIARAN	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT
MOZAIK PAGI	Norma	Rino	Vina U	Dena, Naura	Ervan
MBS NEWS	Jilan, Anwar	Norma, Shinta	Vina R, Dwi	Fauzan, Rino	Amel
MBS HEALTHY	Nabila, Retno	Fikri, Fauzan	Yuli, Alful	Novi, Dayat	Vina R, Dwi
PESTA MITRA	Fikri, Nila	Anwar, Dayat	Syafi'i, Wafa	Ervan, Sari	Ulfa, Vina U
FLASHBACK	Wafa, Rohma	Nila, Yuli	Ulfa, Shinta	Diyana	Novi, Rohma
STORY OF MUSLIM	Amel, Diyana	Dena, Jilan	Sari	Retno	Alful

Selain para *crew* yang mengawasi program siaran di radio MBS FM juga ada para senior-senior. Biasanya para senior langsung menegur para *crew* ketika ada yang tidak sesuai. Seperti bahwa komputer tidak boleh untuk whatsappan karena bisa mengganggu suara dari siaran tersebut. Selain senior juga dari pembina MBS dan ada dari fakultas yang mengawasi program siaran radio MBS FM. Di labda juga ada Ibu Hj. Widayat Mintarsih, M.Pd selaku ketua laboratorium dakwah yang biasanya mendengarkan dan mengawasi

siaran radio MBS FM (Rino 15 Agustus 2019). Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Hj. Widayat Mintarsih bahwa:

“Iya saya sering mendengarkan radio MBS kalo di labda, namun akhir-akhir ini jarang karena radio saya rusak. Paling hanya mendengarkan lewat handphone” (Wawancara dengan Ibu Hj. Widayat Mintarsih, 14 Agustus 2019).

b. Evaluasi Program Siaran

“Secara umum evaluasi di radio MBS FM dilakukan bulanan dan tahunan. Setiap bulan radio MBS FM melaksanakan rapat evaluasi minimal satu kali atau secara insidental ketika ada event-event tertentu yang membutuhkan perhatian ekstra. Selain itu juga ada evaluasi tahunan di mana dalam evaluasi ini mengevaluasi apa saja yang sudah dicapai radio MBS FM selama satu periode. Dan juga dalam evaluasi tahunan ini ada pergantian general manager untuk memimpin satu tahun ke depan radio MBS FM” (Wawancara dengan Rino pada 15 Agustus 2019).

Hasil dari wawancara di atas menjelaskan bahwa evaluasi yang dilakukan radio MBS FM yaitu ada evaluasi bulanan dan evaluasi tahunan. Evaluasi bulanan dilakukan setiap satu bulan sekali. Setiap satu bulan sekali para *crew* radio MBS FM melakukan rapat evaluasi yang mana bertujuan untuk melihat apa saja yang sudah dicapai dalam satu bulan tersebut dan apa saja yang perlu diperbaiki dan dievaluasi untuk satu bulan ke depan. Selain evaluasi bulanan, layaknya organisasi atau UKM lainnya radio MBS FM juga ada evaluasi tahunan. Yang mana dalam evaluasi tahunan ini bertujuan untuk melihat apa saja yang sudah dicapai radio MBS FM dalam satu tahun tersebut. Dalam evaluasi tahunan ini diadakan laporan pertanggung jawaban pengurus dan juga pergantian pengurus radio MBS FM untuk memimpin satu tahun ke depan.

BAB IV
ANALISIS STRATEGI PENYIARAN RADIO MBS “(MITRA
BERDAKWAH DAN SHOLAWAT)” FM 107.8
SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Dakwah merupakan aktivitas untuk mengajak manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Aktivitas dakwah Islam saat ini tidak cukup dengan menggunakan media-media tradisional, seperti melalui ceramah-ceramah dan pengajian-pengajian yang masih menggunakan media komunikasi oral atau komunikasi tutur. Penggunaan media-media komunikasi modern sesuai dengan taraf perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar dakwah Islam lebih mengena sasaran dan tidak *out of date*. Penggunaan media-media komunikasi modern adalah sebuah keniscayaan yang harus dimanfaatkan keberadaannya untuk kepentingan menyampaikan ajaran-ajaran Islam atau dakwah Islam.

Radio MBS FM 107.8 dirintis dan mulai didirikan pada tahun 2000 oleh perkumpulan komunitas radio mitra berdakwah dan bersholawat (selanjutnya disebut radio MBS FM) yang mana keberadaannya merupakan salah satu divisi dari Laboratorium Dakwah (LABDA) Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang awal mulanya adalah sebagai tempat praktikum mahasiswa untuk mengembangkan diri (*life skill*) di bidang *broadcasting*. Seiring berjalannya waktu radio MBS FM tidak lagi hanya sebagai tempat latihan mahasiswa. Namun radio MBS FM meningkatkan pelayanan masyarakat karena sadar akan kebutuhan masyarakat yang terdiri dari mahasiswa, civitas akademik UIN Waliosongo, ibu rumah tangga, pedagang dan pengusaha kecil tentang hiburan, informasi dan pendidikan formal, khususnya di bidang agama, sosial, kesehatan, budaya dan lain sebagainya. Dalam menyiarkan program dakwahnya, radio MBS FM berusaha mengemas pesan dalam bentuk informasi yang ringan namun didalamnya dimasukkan unsur-unsur dakwah. Pada bab III, penulis memaparkan strategi

penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah. Adapun analisis lebih lanjut sebagai berikut:

A. Analisis Perencanaan Program Siaran

Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang ditawarkan kepada pasar audien. Dengan demikian, audien atau penonton adalah pasar karenanya setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki rencana pemasaran strategis (*strategic marketing plan*) yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki (Morissan, 2015: 278).

Dalam merencanakan program siarannya radio MBS FM berusaha untuk mempertimbangkan empat hal yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* atau disingkat 4P. Ini sesuai dengan salah satu konsep perencanaan program siaran yang mampu mendukung keberhasilan program siaran. Media penyiaran sudah seharusnya ketika merencanakan program siarannya untuk selalu empat aspek tersebut agar disukai sebanyak mungkin audien (Morissan, 2015: 280).

1. *Product*

Product merupakan program yang dipilih haruslah bagus dan diharapkan disukai oleh audien (Morissan, 2015: 281). Pada bab sebelumnya penulis telah menjelaskan bahwa dalam merencanakan program siarannya radio MBS FM berusaha menyesuaikan materi program yang disukai pendengar. Yaitu dengan cara melihat sasaran pendengar dari radio MBS FM yang terdiri dari para mahasiswa, civitas akademik UIN Walisongo, ibu rumah tangga, pedagang dan pengusaha kecil yang membutuhkan sebuah hiburan, informasi dan pendidikan.

Meski radio MBS FM bisa dikatakan sebagai media dakwah, namun bukan berarti dalam semua siarannya harus bertemakan dakwah seluruhnya. Seperti pada program music time, pesta mitra, dan flashback misalnya yang bertujuan untuk menghibur para pendengar. Dalam selingan siaran lagu-lagunya radio MBS FM tidak hanya memutar musik-

musik yang bernuansa religi saja, namun juga pop, dangdut dan lain sebagainya. Ini bertujuan agar para pendengar tidak merasa bosan. Karena dikhawatirkan jika yang diputar hanya musik-musik religi saja pendengar menjadi bosan. Hal ini terjadi karena kesukaan pendengar juga berbeda-beda, ada yang suka dangdut, pop dan sholawat. Sehingga radio MBS FM lebih fleksibel dalam program siarannya dengan melihat sasaran dari khalayak pendengar.

Selain itu sebagai media dakwah radio MBS FM juga dalam menyiarkan programnya berusaha memberikan sebuah tambahan pengetahuan keilmuan kepada pendengar. Karena melihat sasaran pendengar dari radio MBS FM sendiri yang terdiri dari para mahasiswa UIN Walisongo, civitas akademik UIN Walisongo, ibu rumah tangga, pedagang dan masyarakat sekitar kampus UIN Walisongo Semarang yang tentunya membutuhkan sebuah kajian pendidikan. Adapun program pendidikan yang disiarkan radio MBS FM antara lain adalah opening ayat Al-Qur'an, mozaik pagi, dan *story of muslim*. Meski bisa dikatakan semua mata acara sebenarnya mengandung unsur pendidikan, namun yang benar-benar siaran pendidikan dalam program radio MBS FM hanya tiga program tersebut. Dan tiga program tersebut yang menjadikan radio MBS FM bisa dikatakan sebagai media dakwah. Karena dalam tiga program tersebut menyiarkan materi-materi keislaman seperti murottal Al-Qur'an misalnya, mendengarkan saja sudah dihitung pahala, apalagi jika dengan mendengarkan murottal Al-Qur'an yang disiarkan radio MBS FM ini membuat pendengar hatinya bisa tergugah. Tentu ini sangat baik karena hidayah tidak ada yang tahu. Ada lagi program mozaik pagi yang menyiarkan materi-materi dakwah keIslaman. Dan program *story of muslim* yang menyiarkan sejarah perjalanan maupun kisah-kisah dari para nabi terdahulu sekaligus para cendekiawan muslim.

2. *Price*

Price merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program. Dalam memproduksi programnya radio MBS FM

memproduksinya sendiri. Meski demikian menurut penulis tidak ada alasan untuk radio MBS FM tidak bisa mengembangkan programnya. Pada program dakwah misalnya, radio MBS FM telah bekerja sama dengan dosen-dosen untuk menjadi narasumber di bidangnya ini juga sangat baik bisa membuat radio MBS FM semakin diminati oleh khalayak. Ini yang perlu ditingkatkan lagi menurut penulis seperti dijadwal setiap minggunya siapa yang menjadi narasumber dalam program dakwahnya dengan mengambil tema-tema yang aktual. Sehingga akan membuat radio MBS FM semakin diminati oleh para pendengar.

Selain itu, meski dengan dana yang terbatas namun menurut penulis radio MBS FM bisa bekerja sama dengan organisasi-organisasi lain baik yang ada di dalam maupun di luar kampus. Seperti dalam program MBS *healthy* misalnya, radio MBS FM bisa bekerja sama dengan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Gizi. Tentu ini akan menjadikan program yang menarik dan selalu ditunggu-tunggu oleh para mitra MBS. Dan juga bisa membuat radio MBS FM semakin dikenal di khalayak luas.

Selain di program MBS *healthy*, dalam program MBS *news* radio MBS FM juga bisa bekerja sama dengan cara mendatangkan narasumber dari organisasi intra kampus seperti senat mahasiswa atau dewan mahasiswa yaitu dengan menyiarkan berita yang selalu ramai diperbincangkan para mahasiswa setiap tahun ajaran baru seperti masalah Uang Kuliah Tunggal (UKT) misalnya. Tentu ini bisa menjadi sebuah informasi yang selalu di tunggu-tunggu oleh para mahasiswa yang ingin mengetahui penjelasan langsung mengenai UKT dengan melalui siaran di radio MBS FM.

3. *Place*

Place merupakan bagaimana mengirimkan program dan kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu (Morissan, 2015: 281). Radio MBS FM dalam merencanakan program siarannya berusaha menyesuaikan kebiasaan pendengar seperti pada pagi hari para pendengar

membutuhkan siaran yang dapat mendorong semangat untuk aktivitas di pagi hari. Kemudian pada siang harinya pendengar membutuhkan siaran yang dapat membangkitkan semangat karena lelah dengan segala aktivitas. Dan pada sore hari pendengar membutuhkan sebuah siaran yang santai yang dapat menemani di sela istirahatnya.

Dalam *place* menurut penulis radio MBS sudah baik karena dalam merencanakan program siarannya radio MBS FM telah menyesuaikan kebiasaan pendengar. Namun yang perlu ditingkatkan lagi adalah ketepatan dari jadwal siaran tersebut. Karena selama penulis observasi ke radio MBS FM, bahwasanya meski sudah disusun kordinator program dan sudah disusun waktu siarannya namun seringkali pada waktu siaran tidak ada yang siaran terutama pada jam pagi. Yang seharusnya pukul 08.00 WIB sudah on air namun seringkali pada pukul tersebut belum on air karena belum ada yang siaran. Padahal konsisten jadwal siaran inilah yang akan membuat radio MBS FM semakin ditunggu-tunggu oleh para pendengar. Dan juga sebaliknya ketika radio MBS FM tidak konsisten dengan jadwal siarannya maka radio MBS FM akan semakin ditinggalkan oleh para pendengarnya.

Maka dari itu agar program siaran yang telah disusun berjalan dengan semestinya maka dibutuhkan komitmen dari para *crew* sendiri. Komitemen para *crew* bisa dibentuk dengan paksaan dalam artian bisa dibuat sebuah peraturan yang mengharuskan para *crew* untuk mematuhi peraturan tersebut. Peraturan bisa dibuat dengan kesepakatan para *crew* sendiri misalnya dengan denda, atau harus membuat materi dakwah yang akan disiarkan dan lain sebagainya, sehingga dari para *crew* sendiri akan merasa lebih komitmen dalam berproses di radio MBS FM karena adanya peraturan tersebut.

Selain dengan peraturan, seorang general manager juga mempunyai peran penting di sini. Seorang general manager harus bisa memotivasi para *crew* agar selalu aktif di radio MBS FM. Karena dengan memotivasi para *crew* membuat para *crew* lebih semangat untuk selalu aktif di radio

MBS FM. Motivasi dikatakan penting, karena berkaitan dengan peran pemimpin yang berhubungan dengan bawahannya. Setiap pemimpin harus bekerja sama melalui orang lain atau bawahannya, untuk itu diperlukan kemampuan memberikan motivasi kepada bawahannya (Munir dan Wahyu, 2006: 141).

4. *Promotion*

Promosi program siaran merupakan upaya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual program sehingga dapat mendatangkan iklan. Kegiatan promosi diarahkan pada dua pihak, yaitu audien dan pemasang iklan. Instrumen dasar yang digunakan untuk mencapai tujuan promosi program dan media penyiaran disebut dengan bauran promosi atau *promotional mix* yang terdiri atas: iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif (internat), promosi penjualan, hubungan masyarakat (humas), dan penjualan personal (Morissan, 2015: 286).

Iklan atau sponsor di radio MBS FM masih sangat minim. Iklan biasanya hanya dari lingkup kampus saja yaitu dari Organisasi Mahasiswa (ORMAWA) yang ada di kampus UIN Walisongo sendiri. Selain itu dalam mempromosikan program siarannya radio MBS FM memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp dan dengan cara menyebarkan pamflet ke mading kampus. Yang bertugas mempromosikan adalah di bidang humas. Di radio MBS FM sendiri bidang humas dibagi menjadi dua yaitu humas sosmed dan humas umum. Humas sosmed bertugas untuk mempromosikan program siaran radio MBS lewat sosial media. Sedangkan humas umum bertugas membangun jaringan.

Promosi dengan sosial media menurut penulis memang baik. Namun kalau hanya mengandalkan sosial media saja amat sangat kurang, karena melihat sosial media yang dimiliki radio MBS FM semisal instagram itu followernya hanya mencapai 307 pengikut saja. Tentu kalau dalam promosinya hanya mengandalkan sosial media saja radio MBS FM akan sulit berkembang. Maka dari itu promosi dengan pamflet juga perlu ditingkatkan lagi, jangan hanya ditempelkan di mading saja. Namun

disebarkan ke setiap orang, atau juga dengan memasang MMT/baliho ini juga akan membuat radio MBS FM semakin dikenal dan diminati oleh para pendengar.

Selain itu radio MBS FM dalam menyiarkan program siarannya, terutama pada program siaran dakwahnya di era digital ini agar bisa didengar di luar jangkauannya, maka radio MBS FM mencoba memanfaatkan *streaming* dan aplikasi. Tentunya ini sebuah strategi yang sangat baik agar mitra MBS bisa selalu mendengarkan program siaran favoritnya di mana saja. Namun yang amat disayangkan adalah ketika terakhir penulis mewawancarai Rino selaku general manager di radio MBS FM pada 24 September 2019 bahwasanya mengapa saat penulis mencoba mendengarkan *streaming* dan juga melalui aplikasi tidak bisa. Ternyata jawaban dari Rino adalah karena belum dibayar. Tentu ini amat disayangkan karena meskipun tidak dibiayai oleh fakultas misalnya, maka pihak MBS bisa mengambil dari uang kas atau iuran dari setiap *crew*. Ini merupakan hal penting supaya jangan sampai telat membayar yang mengakibatkan terkendalanya jaringan *streaming* dan aplikasi yang membuat mitra MBS tidak bisa mendengarkan di luar jangkauan siarannya. Perlu diketahui bahwa untuk pembayarannya sendiri, untuk satu bulannya radio MBS FM harus membayar sebesar Rp. 50.000. Ini yang perlu ditingkatkan lagi dari radio MBS FM yaitu komitmen dari setiap *crew*.

Adapun di tengah gencarnya media online seperti facebook, instagram, youtube dan lain sebagainya yang menawarkan hiburan dan siaran dakwah yang dapat diakses kapan saja. Yang membuat media radio semakin ditinggalkan oleh khalayak, radio MBS FM berusaha menyusun strategi agar radio MBS FM selalu bisa didengarkan minimal oleh para mahasiswa atau dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang sendiri. Strategi yang dilakukan radio MBS FM adalah dengan memasang speaker di laboratorium dakwah lantai satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Alasan radio MBS FM

memasang speaker di Laboratorium Dakwah (LABDA) lantai satu ini adalah karena selain tidak mengganggu perkuliahan juga karena melihat ramainya para mahasiswa-mahasiswi yang duduk di teras ataupun di dalam labda. Tentu ini sebuah strategi yang sangat baik demi kemajuan radio MBS FM dalam penyiarannya sebagai media dakwah agar selalu didengar dan diminati oleh para mahasiswa, civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang sendiri. Perlu diketahui bahwa speaker radio MBS FM ini berada di luar labda dan di dalam labda lantai satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

B. Analisis Produksi dan Pembelian Program Siaran

Manager program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Kata kunci untuk memproduksi atau membuat program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Ide atau gagasan dapat berasal dari mana saja dan dari siapa saja. Terkadang gagasan untuk membuat program dapat berasal dari media massa, misalnya dari surat kabar dan lain sebagainya. Media massa memberi ide untuk membuat program (Morissan, 2015: 306).

Produksi siaran merupakan “perutnya” (inti) radio. Keterampilan memproduksi acara siaran berarti penguasaan terhadap bagaimana membuat sebuah sajian program siaran yang menarik untuk didengarkan oleh pendengar. Setiap stasiun radio, di bagian produksi siaran tentunya sangat membutuhkan para kreator atau orang-orang kreatif dan inovatif dalam mengemas produksi yang hendak disiarkan. Hal ini terjadi karena penyajian program siaran di radio menuntut adanya sesuatu yang isinya baru/actual, orisinal, unik, dinamis, informatif, edukatif serta komunikatif.

Semua program di radio MBS FM diproduksi sendiri, tidak ada yang membeli karena mengingat radio MBS FM merupakan radio komunitas yang mana keterbatasan dana menjadi salah satu penghambat jalannya roda lembaga siaran. Maka dari itu dalam memproduksi programnya, para *crew* di radio MBS FM membuat sendiri programnya melalui gagasan atau ide yang didapatkan. Yaitu dengan seleksi suara, siapa yang mau ngisi suara. Adapun materi-materi yang didapat berasal dari laman web yang terpercaya seperti tanya doktor, walisongo, amanat, LPM MISSI, CNN Indonesia, Kompas dan lain-lain.

Di radio MBS FM sendiri yang bertanggung jawab terkait masalah produksi ada di devisi produksi. Devisi produksi bertanggung jawab dalam hal mengkoordinasi dan memelopori segala kegiatan produksi keradioan yang dapat disiarkan di MBS FM seperti Iklan Layanan Masyarakat (ILM), jingle acara, backsound acara, dan lain sebagainya. Maka dari itu dengan radio MBS FM memproduksi sendiri programnya tentunya membuat para *crew* di radio MBS FM menjadi tertantang untuk selalu meningkatkan kualitas SDMnya di bidang *broadcasting*, terutama di bidang dakwah agar radio MBS FM menjadi media radio dakwah yang selalu diminati oleh khalayak. Seperti dalam program siaran dakwahnya radio MBS FM bekerja sama dengan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yaitu dengan memberdayakan dosen-dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk menjadi narasumber dalam program dakwahnya. Tentu ini sangat baik untuk meningkatkan mutu siaran keagamaan radio MBS FM sebagai media dakwah. Adapun tujuan dari siaran keagamaan itu sendiri menurut Wahyu Ilaihi (2010: 39) adalah:

1. Menambah pengetahuan pendengar, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang taat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT, dan berakhlak karimah.
2. Bertujuan untuk terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.

3. Bertujuan untuk membentuk masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana keIslaman.
4. Membentuk masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi dan saling tolong menolong dan menghormati.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa radio MBS FM sebagai media dakwah yang menyiarkan materi-materi keIslaman sangat berperan penting untuk menjadikan pendengarnya (*mad'u*) menjadi lebih baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu berakhlak mulia sebagaimana yang telah dicontohkan oleh baginda Rasulullah SAW dengan berbuat baik kepada sesama, berkata jujur, dapat dipercaya ketika diberi amanah dan lain sebagainya.

Selain itu dalam memproduksi program siarannya radio MBS FM hanya melaksanakan *on air* di studio radio MBS FM pada hari senin sampai jumat saja, yaitu dari mulai pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Dan ini yang menjadi titik kelemahan radio MBS FM dibandingkan dengan radio lain yang menyiarkan programnya dalam satu minggu full selama 24 jam noster. Tentu ini terjadi karena radio MBS FM merupakan radio komunitas yang berada di bawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang mana regulasi kampus hanya membolehkan mahasiswa mengadakan kegiatan di kampus hanya lima hari yaitu hari senin sampai jumat, dari pagi sampai sore saja.

Meski demikian namun bukan berarti radio MBS FM hanya stagnan saja. Radio MBS FM bisa meningkatkan produksi siarannya yaitu dengan cara jangan hanya melaksanakan *on air* di studio saja. Namun radio MBS FM untuk bisa mencoba *on air* di luar studio untuk meningkatkan penyiarannya sebagai media dakwah. Yaitu bisa dengan cara mengadakan pengajian kitab kuning dengan *on air* di musholla An-Nida Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang bisa bekerja sama dengan UKM Korp Dai Islam (KORDAIS). Selain di musholla An-Nida, radio MBS FM juga

bisa bekerja sama dengan UKM atau ORMAWA dengan cara *on air* di acara-acara seminar yang diadakan UKM atau ORMAWA. Tentu ini bisa membuat radio MBS FM semakin dikenal di khalayak luas.

C. Analisis Eksekusi Program Siaran

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Salah satu ciri media penyiaran adalah sifat siarannya yang berlangsung terus menerus. Media massa lainnya, seperti surat kabar, majalah atau buku sampai ke tangan masyarakat dalam satu unit paket utuh. Pembaca majalah tidak harus membaca saat itu juga, ia masih dapat menundanya sampai nanti. Namun stasiun penyiaran menyajikan berbagai menu program secara berkesinambungan tanpa terputus. Karena alasan inilah, maka penataan acara menjadi sangat penting. Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin, untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara (*scheduling strategies*). Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio harus dapat menemani aktivitas apapun. Aktivitas audien pada umumnya memiliki pola yang sama pada setiap bagian hari, apakah pagi, siang atau malam hari (Morissan, 2015: 343).

Dalam eksekusi program siarannya radio MBS FM secara umum hanya terbagi dalam tiga bagian saja yaitu pagi, siang, dan sore. Pembagian waktu ini menurut penulis yang menjadi titik kelemahan radio MBS FM dibandingkan dengan radio lain yang menyiarkan program siarannya sampai malam, bahkan ada yang sampai 24 jam full. Hal ini terjadi karena studio radio MBS FM berada di Laboratorium Dakwah (LABDA) lantai satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi kampus UIN Walisongo Semarang yang mana kegiatan mahasiswa di dalam kampus hanya dibatasi sampai sore saja.

Meski demikian radio MBS FM dalam membagi waktu siarannya menurut penulis sudah baik karena disesuaikan dengan kebiasaan dan

kesukaan pendengar. Seperti pada pagi hari misalnya, radio MBS FM menyiarkan programnya dengan memulai opening ayat Al-Qur'an. Setelah itu dilanjut dengan mozaik pagi yang memberikan pengetahuan tentang dunia keislaman. Kemudian ada MBS *news* yang menyiarkan berita. Kemudian ada MBS *healthy* yang menyiarkan informasi tentang kesehatan. Tentu siaran-siaran ini sangat baik di waktu pagi sebagai pendorong para pendengar mengawali aktifitas paginya agar penuh semangat.

Kemudian pada siang harinya radio MBS FM menyiarkan music time dan pesta mitra. Ini melihat suasana siang berlainan dengan suasana pagi agar para pendengar selalu semangat seperti pagi hari maka disiarkan lagu-lagu dan berbagi salam-salam dengan tujuan agar mitra MBS menjadi semangat lagi seperti di pagi hari. Sedangkan pada sore hari sebelum menutup siarannya radio MBS FM berusaha menemani para pendengar dengan programnya yaitu *flashback* dan *story of muslim*. Dengan program siaran ini diharapkan bisa menjadi bekal untuk para pendengar agar dapat meneladani dan memetik hikmah dari kisah sejarah yang telah disiarkan oleh radio MBS FM.

D. Analisis Pengawasan dan Evaluasi Program Siaran

Pengawasan merupakan sebagai suatu proses untuk menetapkan suatu pekerjaan apa yang sudah dilaksanakan, menilainya dan mengoreksi bila perlu dengan maksud supaya pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana semula (Kurniawan, 2013: 130). Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan (Morissan, 2015: 354).

Radio MBS FM dalam melakukan pengawasan program siarannya agar program yang telah direncanakan sebelumnya berjalan sebagaimana mestinya, maka radio MBS FM melakukan pengawasan secara langsung kepada para *crewnya* sesuai dengan jadwal siaran yang telah disusun

sebelumnya. Selain para *crew* juga ada para senior-senior, pembina radio MBS FM, dari fakultas, dan Ibu Hj. Widayat Mintarsih, M.Pd selaku ketua laboratorium dakwah. Meski sudah ada yang mengawasi namun dari para *crew* sendiri sering kali tidak siaran ketika waktunya siaran. Ini yang perlu dibenahi dan yang perlu ditingkatkan lagi yaitu komitmen dari para *crew* sendiri. Komitmen bisa dibangun dengan cara dibuatkan sebuah peraturan. Tentunya sebuah peraturan dibuat untuk ditaati bukan untuk dilanggar. Ketika dilanggar maka harus ada sanksi yang diberikan. Karena jika menurut Arief Kurniawan (2013: 131) tujuan dari pengawasan itu sendiri yaitu:

1. Untuk mengetahui kesulitan-kesulitan, kelemahan-kelemahan dalam siaran.
2. Untuk mencari jalan keluar, bila ternyata dijumpai kesulitan-kesulitan, kelemahan-kelemahan atau kegagalan-kegagalan ke arah perbaikan.
3. Mengetahui lancar atau tidaknya siaran sesuai dengan yang telah direncanakan.
4. Memperbaiki kesalahan-kesalahan yang dibuat dengan melihat kelemahan-kelemahan, kesulitan-kesulitan dan kegagalan-kegagalan dan mengadakan pencegahan agar tidak terulang kembali kesalahan-kesalahan yang sama atau timbulnya kesalahan baru.
5. Mengetahui apakah siaran berjalan efisien dan dapatkah diadakan perbaikan-perbaikan lebih lanjut sehingga mendapatkan efisiensi yang besar.

Selain pengawasan radio MBS FM juga melakukan evaluasi bulanan dan tahunan. Dengan evaluasi diharapkan menjadi *feedback* yang kuat, sehingga segala perencanaan yang dilakukan memang betul-betul matang. Karena sebuah perencanaan yang matang akan mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan dan kemudian berusaha mencari solusi untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut. Kematangan sebuah perencanaan itu terlihat setelah dilakukan evaluasi. Evaluasi terhadap berbagai perencanaan dapat dilakukan dengan melakukan berbagai uji indikator yang telah dipersiapkan dan diantisipasi sebelumnya (Munir dan Wahyu, 2006: 186). Setiap bulan

radio MBS FM melaksanakan rapat evaluasi, atau secara insidental ketika ada event-event tertentu yang membutuhkan perhatian ekstra. Adapun evaluasi tahunan dilakukan untuk mengevaluasi apa saja yang sudah dicapai radio MBS FM selama satu tahun. Selain mengevaluasi selama satu tahun, pada rapat tahunan ini juga ada pergantian general manager untuk memimpin satu tahun ke depan radio MBS FM. Dengan mengadakan evaluasi setiap bulan harapannya apa yang menjadi kekurangan radio MBS FM pada bulan ini bisa teratasi pada bulan depannya sehingga radio MBS FM bisa semakin maju terutama dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah. Begitu juga dengan evaluasi tahunan harapannya apa saja yang menjadi kekurangan selama satu tahun kemarin maka diperbaiki, serta apa yang baik selama satu tahun kemarin maka dipertahankan dan terus ditingkatkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 mengenai Strategi Penyiaran Radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 Sebagai Media Dakwah. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi penyiaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah meliputi perencanaan program siaran, produksi dan pembelian program siaran, eksekusi program siaran, pengawasan dan evaluasi program siaran.

Dalam perencanaan program siarannya radio MBS FM mempertimbangkan empat hal yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Dalam hal *product* radio MBS FM merencanakan program siarannya dengan cara menyesuaikan segmentasi dari khalayak pendengar, kemudian dalam hal *price* radio MBS FM dalam merencanakan programnya berusaha untuk memproduksi sendiri programnya, sedangkan dalam hal *place* radio MBS FM dalam merencanakan program siarannya berusaha menyesuaikan kebiasaan pendengar, dan dalam hal *promotion* radio MBS FM mempromosikan program siarannya dengan cara menyebarkan pamflet memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp. Dalam produksi dan pembelian program siarannya radio MBS FM membuat sendiri programnya melalui gagasan atau ide yang didapatkan. Dalam eksekusi program siarannya radio MBS FM membagi program siarannya menjadi tiga bagian yaitu pagi, siang dan sore dengan menyesuaikan kebiasaan dan kesukaan pendengar. Dan dalam pengawasan dan evaluasi program siarannya radio MBS FM melakukan pengawasan secara langsung kepada para *crewnya* sesuai dengan jadwal siaran yang telah disusun sebelumnya, selain para *crew* juga ada para senior-senior, pembina MBS, dari fakultas, dan dari labda yang mengawasi program siaran radio MBS FM. Sedangkan dalam evaluasinya radio MBS FM melakukan evaluasi bulanan dan evaluasi tahunan.

B. Saran-Saran

Dengan melihat keadaan yang ada di radio MBS FM, serta untuk mengoptimalkan radio MBS FM sebagai media dakwah agar terus eksis, maka ada beberapa saran antara lain:

1. Perlunya peningkatan fungsi manajemen bagi para *crew* radio MBS FM agar dapat menata serta menjalankan produksi siaran dengan baik dan menjadi tolak ukur keberhasilan radio MBS FM.
2. Perlunya kreatifitas bagi para *crew* radio MBS untuk selalu berkreasi meningkatkan produksi siaran dengan membuat program siaran yang menarik agar selalu diminati oleh pendengar.
3. Dengan jangkauan siaran radio MBS FM yang sangat terjangkau. Maka gencarkan bahwa radio MBS FM bisa didengarkan melalui *streaming* dan aplikasi. Selain itu manfaatkan sosial media agar radio MBS FM semakin dikenal oleh khalayak luas.

C. Penutup

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

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

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan segala rahmat karunia-Nya kepada kita. Dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial: sebuah pendekatan alternatif untuk psikologi dan psikiatri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Aceh, Aboebakar. 1986. *Potret Dakwah Muhammad SAW dan Para Sahabatnya*. Solo: Ramadhani
- Alfandi, Muhammad. 2011. *Dakwah Berbasis Radio Komunitas: Antara Idealitas dan Realitas*, dalam <http://fandyiain.blogspot.com/2011/04/dakwah-melalui-radio-komunitas.html?m=1>, diakses pada 19 April 2011.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Amir, M. Taufiq. 2011. *Manajemen Strategi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arsyad, Azhar. 2003. *Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Aziz, Moh Ali. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Azwar, Saefudin. 2001. *Metode Penelitian*. Cet. III. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos
- Bagus, Lorens. 1996. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Bandung: Raja Grafindo Persada
- Colin, Fraser dan Sonia Restrepo Estrada. 2001. *Buku Pedoman Radio Komunitas*. Jakarta: UNESCO Jakarta Office
- David, Fred. 2004. *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*. Jakarta: Indeks
- Depdikbud. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo. *Profil MBS FM 107.8 MHz Alternatif Radio Semarang*. Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Gazali, Effendi. 2002. *Penyiaran alternatif tapi mutlak; sebuah acuan tentang penyiaran public dan komunitas*. Jakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI
- Hamidi. 2010. *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*. Malang: Umum Press

- Husein, Umar. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Jumantoro, T. 2001. *Psikologi Dakwah; dengan Aspek-aspek Kejiwaan yang Qur'ani*. Wonosobo: Sinar Grafika Offset
- Kementerian Agama RI. 2010. *Ummul Mukminin, Al-Qur'an dan Terjemahan untuk Wanita* Jakarta: Penerbit Wali
- Malaikah, Mustafa. 1997. *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhowi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer
- Muhadjir, Neong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Munir, M dan Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2008. *Manajemen Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana
- Omar, Toha Yahya. 1979. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Wijaya
- Prayudha, Harley. 2005. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktek Penyiaran*. Malang: Bayumedia
- Riswandi. 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu
- Saidah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sanwar, M. Aminuddin. 1984. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo
- Shaleh, Rosyad. 1986. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang
- Shihab, M. Quraish. 2001. *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Cet. 22. Bandung: Mizan
- Stokking, Theo. 1997. *Penyiar Radio Profesional*. Yogyakarta: Kanisius
- Subroto, Darwanto Sastro. 1995. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Yafie, Ali. 1997. *Teologi Sosial Telaah Kritis Persoalan Agama dan Kemanusiaan*. Yogyakarta: LKPSM

Yahya, Muchlis. 2010. *Dasar-Dasar Penelitian Metodologi dan Aplikasi*. Semarang: Pustaka Zaman

DRAFT WAWANCARA

1. Bagaimana latar belakang berdirinya radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8?
2. Apa visi misi dan tujuan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8?
3. Berapa jarak dengar radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 bisa dijangkau?
4. Dalam membangun jaringan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 bekerja sama dengan pihak mana saja?
5. Pendengar radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 dari kalangan mana saja?
6. Adakah pertemuan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 dengan khalayak pendengar?
7. Apa program unggulan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 yang selalu diminati para pendengar?
8. Strategi/usaha apa yang dilakukan radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 dalam penyiarannya sebagai media dakwah?
9. Bagaimana radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 dalam merencanakan program siarannya sebagai media dakwah?
10. Bagaimana radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 memproduksi program siarannya sebagai media dakwah?
11. Bagaimana cara radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 mengeksekusi program siarannya sebagai media dakwah?
12. Bagaimana sistem pengawasan dan evaluasi program siaran radio MBS (Mitra Berdakwah dan Sholawat) FM 107.8 sebagai media dakwah?

LAMPIRAN-LAMPIRAN







DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Ira Soraya Karimah
Tempat dan Tanggal Lahir : Wonosobo, 16 Mei 1996
Alamat : JL. Raya Dieng Km.10 Rt:01/06 Mayasari Siwuran
Garung Wonosobo
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

B. Jenjang Pendidikan Formal

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| 1. SD N 03 Wonosobo | Lulus Tahun 2008 |
| 2. SMP Takhassus Al-Qur'an Wonosobo | Lulus Tahun 2011 |
| 3. MA Sunan Pandanaran Yogyakarta | Lulus Tahun 2014 |

C. Jenjang Pendidikan Non Formal

1. Pondok Pesantren Al-Asy'ariyyah Kalibeber Wonosobo
2. Pondok Pesantren Sunan Pandanaran Yogyakarta

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 September 2019

Ira Soraya Karimah
NIM. 1401026017