

**STRATEGI DAKWAH RRI PRO 4 SEMARANG MELALUI  
PROGRAM WAYANG**



**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**Irma Rusyda Arifa  
1501026146**

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

**2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 Bandel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

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

Nama : Irma Rusyda Arifa

NIM : 1501026146

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Radio Dakwah

Judul : Strategi Dakwah RRI PRO 4 Semarang Melalui Program Wayang

Dengan ini, kami setuju dan mohon agar segera diujikan.

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

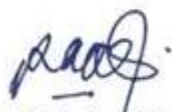
*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Semarang, 23 Desember 2020

Pembimbing ,

Bidang Metodologi Penelitian

Bidang Substansi Materi



**Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.**

NIP. 197010201995031001



**Nilnan Ni'mah, M.S.I.**

NIP. 198002022009011003

**SKRIPSI**  
**STRATEGI DAKWAH RRI PRO 4 SEMARANG**  
**MELALUI PROGRAM WAYANG**

Disusun Oleh:

Irma Rusyda Arifa

1501026146

Telah dipertahankan di depan DewanPenguji pada tanggal 30  
Desember 2020 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



Dr. Ali Murtadho, M.Pd.

NIP. 196908181995031001

Penguji III



H. M. Alfandi, M.Ag.

NIP. 19710830 199503 1 001

Pembimbing I



Dr. H. Najahan Musyafak, MA.

NIP. 19701020 199503 1 001

Sekretaris/Penguji II



Dr. H. Najahan Musyafak,MA.

NIP. 19701020 199503 1 00

Penguji IV



Ahmad Faqih, S.Ag.,M.Si.

NIP. 19730308 199703 1 004

Mengetahui

Pembimbing II



Nilnan Ni'mah, M.S.I.

NIP. 19800202 200901 2 003

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 21 Januari 2021



Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003

## PERNYATAAN

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

Semarang, 23 Desember 2020

Penulis



Irma Rusyda Arifa

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakaatuh*

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Atas segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah, dan karuniaNya, kekuatan, dan kesehatan segala kelancaran yang dianugerahkan kepada peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam selalu penulis curahkan kepada baginda Agung, Muhammad SAW. Karena, kehadiran beliau yang membawa kita dari masa kegelapan hingga masa yang terang benderang. Semoga seluruh umat muslim menjalankan syari'at yang telah dibawanya sehingga bisa mendapat syafaatnya kelak di yaumul akhir. Amin

Atas kuasa yang diberikan Allah SWT, Alhamdulillah penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Radio RRI Pro 4 Semarang Melalui Program Wayang” dengan lancar dan penuh semangat. Skripsi ini merupakan salah satu ikhtiar guna memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang dalam penulisan tentu tidak bisa lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, hendaknya penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan seluruh staf Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Nilnan Ni'mah S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Jurusan KPI. Sekaligus walidosen dan dosen pembimbing 2 yang telah mencurahkan waktu, tenaga,

perasaan dan perhatian dalam membimbing, menuntun dan memotivasi peneliti dari semester satu hingga dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

5. Bapak Dr. H Najahan Musyafak, M.A selaku dosen pembimbing I bidang substansi materi yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing peneliti selama mengerjakan skripsi serta memberikan motivasi untuk selalu semangat menuntut ilmu dan menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap dewan penguji komprehensif dan munaqosah.
8. Segenap staf Fakultas Dakwah khususnya dan staf UIN Walisongo umumnya atas arahan, pengetahuan dan bantuan yang telah diberikan.
9. Kedua Orang tua tercinta, Ibu Asmah Khoiriyah dan Bapak Imam Barmawi, yang tak henti - hentinya mendoakan, memotivasi, memberi support materil dan non materil untuk anak – anaknya. Terima kasih untuk selalu menjadi orang tua hebat dan selalu perhatian kepada penulis.
10. Kedua kakaku, Mas Farid Hakim dan Mas Adib Arfan Azis yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan dukungan kepada menulis.
11. Teman – teman KPI D 2015 yang menjadi keluarga pertama penulis dikampus hijau ini, dan terkhusus temanku Rifai, Aini, Rozlen yang selalu ada dikala senang dan sedih, mau menerima segala kekurangan penulis dan selalu mengingatkan penulis untuk terus semangat kuliah sambil bekerja dan organisasi.
12. Keluarga besar Ma'had UIN Walisongo Semarang yang telah menjadi tempat tinggal pertama di Semarang sekaligus tempat penulis belajar tentang banyak hal baru, mendapat motivasi untuk menjadi manusia yang terus berkembang dan selalu meningkatkan iman dan taqwa.

13. Kakak – kakak senior dan teman – teman HMJ KPI yang terkhusus Topik, Dini, Kikim, fatika dan mb novia. Yang menjadi teman seperjuangan penulis dalam pengabdian untuk jurusan kita tercinta.
14. Seluruh teman – teman panitia Comfest 2018 dan Konser Collaboration 2018, terima kasih atas keikhlasan dan perjuangan teman – teman semua untuk mensukseskan acara ini.
15. Keluarga besar IKAWAMA (Ikatan Keluarga Mahasiswa Magelang Walisongo) yang terus saling merangkul dan saling menguatkan untuk terus menjadi keluarga yang penuh kehangatan.
16. Keluarga besar Sekuter 21 terkhusus mas farid, al, nurul dan lainnya, yang telah mengizinkan penulis menjadi bagian keluarga sekuter selama 4 tahun lebih dan tentunya menjadi tempat penulis belajar banyak hal untuk terus menjadi pribadi yang mandiri.
17. Teman – teman DEMA UIN Walisongo 2019, yang menjadi teman seperjuangan penulis dalam menjalankan Program kerja. Teman – teman panitia UINCREDIBLE 2019, terkhusus Nova Mirza, Mas Jazuli, Yunida, Nawa, Suci, Riza, Dipa dan Press Prio terima kasih atas proses yang luar biasa ini.
18. Teman – teman seperjuangan skripsi Kade, Itsna, Oyis, ambar dan teman – teman KPID yang sama sama sedang berjuang terima kasih atas semangat, support dan bantuanya untuk penulis yang sangat berarti. Dan terkhusus Untuk sobatku lillah khakimah (samsul) terima kasih sudah selalu ada untuk penulis.
19. Untuk partner belajarku N.M. terima kasih telah selalu mensupport dan menjadi partner belajar terbaik, semoga dilancarkan segala urusanya, dan banyak do'a baik yang semoga tersemogakan.
20. Dan kepada seluruh keluarga, kerabat, saudara dan teman-teman yang selalu membersamai perjuangan penulis yang tidak mampu disebut satu persatu.



Penulis tidak mampu membalas apa-apa, hanya ucapan terima kasih dan do'a untuk semuanya. Semoga semua kebaikan yang diberikan kepada penulis akan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Meskipun dalam penulisan skripsi ini penulis kurang sempurna, penulis telah berusaha semaksimal mungkin namun kekurangan dan kekhilafan tetap terjadi. Untuk itu penulis mengharapkan saran masukan demi perbaikan. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis mohon pertolongan, semoga dengan terwujudnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur atas rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam atas junjungan Nabi besar, Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW. Atas berkah dan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka izinkan penulis untuk mempersembahkan karya sederhana ini kepada mereka Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Untuk Kedua Orangtua Penulis, yaitu Bapak Imam Barmawi dan Ibu Asmah Khoiriyah yang telah membesarkan, mendidik, memberikan kasih sayang dan yang terpenting telah meridhoi dan mendoakan penulis untuk menjadi manusia yang lebih baik lagi.
2. Untuk ketiga kakak penulis, Mas Muiz Ma'sum Rosyadi (alm), Mas Farid Hakim dan Mas Adib Arfan Azis dan ponakan kesayangan onty Khansa Qurrota A'yun yang selalu menyemangati dan membantu penulisan skripsi ini.
3. Untuk Simbah Wazanah, Simbah Hasan, Simbah Abdul Basir, Simbah Wasim, Simbah Siti yang saat ini sudah tenang di syurga Allah, salam sayang dan rindu dari cucumu.
4. Untuk seluruh Guru dan Dosen yang telah memberi bekal Ilmu yang sangat bermanfaat untuk penulis.
5. Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang, Khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah menjadi wadah penulis untuk mencari ilmu dan pengalaman selama ini.

## MOTTO

مَنْ يَزْرَعُ يَحْصُدْ

“Barang Siapa menanam, pasti mengetam”

الْعِلْمُ بِلَا عَمَلٍ كَالشَّجَرِ بِلَا ثَمَرٍ .

“Ilmu jika tidak diamalkan, bagaikan pohon tak berbuah”

(Arsyad, Azhar. *Retorika Kaum Bijak*.13)

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI DAKWAH RRI PRO 4 SEMARANG MELALUI PROGRAM WAYANG**

**Irma Rusyda Arifa  
(1501026146)**

Perkembangan media massa saat ini sudah menjadi kebutuhan, dalam mendukung berbagai aspek kehidupan masyarakat, hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan untuk media massa harus memiliki strategi, khususnya strategi dakwah agar media massa tetap eksis dan dapat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih, dengan tetap menjunjung tinggi ajaran agama Islam. Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 4 Semarang sebagai salah satu lembaga penyiaran publik yang turut memiliki strategi dakwah melalui program siaran radio, salah satunya dengan melahirkan program Wayang. Program wayang merupakan program unggulan dan *ikon* RRI Pro 4 Semarang, diudarakan setiap hari sabtu malam pukul 21.15 sampai 24.00 dengan format siaran langsung dan tidak langsung (reakaman). Bahasa yang digunakan oleh RRI Pro 4 khususnya program wayang adalah bahasa jawa krama dan jawa ngoko. Penggunaan bahasa menjadi salah satu implementasi Pro 4 RRI Semarang sebagai radio kanal budaya yang memiliki peran melestarikan dan mengembangkan budaya Jawa.

Wayang adalah salah satu seni budaya bangsa Indonesia yang menonjol di antara karya budaya lainnya di Indonesia. wayang juga sebagai titik temu nilai budaya Jawa dan Islam adalah satu momentum yang sangat berharga khasanah budaya Jawa. Sejak zaman dahulu Wayang bagi masyarakat Jawa tidak hanya sebagai tontonan atau hiburan saja tetapi wayang juga sebagai tuntunan masyarakat Jawa. Program wayang mampu menjadi penghubung kehendak Dalang lewat alur cerita, sehingga dapat menginformasikan ajaran-ajaran Islam kepada Pendengar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh Program Wayang RRI Pro 4 Semarang.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Data diperoleh melalui Wawancara dan Dokumentasi yang dilakukan penulis terhadap program Wayang.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Program wayang menggunakan beberapa strategi untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui program wayang yaitu, melakukan pemetaan dakwah terdiri dari menentukan target

atau sasaran dakwah dan menentukan jadwal siaran. Menentukan metode dakwah terdiri dari menentukan jenis strategi dakwah, menentukan format siaran, pembuatan filler (iklan) tentang Wayang. dan Melakukan evaluasi pada Program Wayang.

***Kata Kunci : Strategi dakwah dan Program Siaran Wayang.***

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN .....	ix
MOTTO .....	x
ABSTRAKSI .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Metode Penelitian .....	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	11
2. Definisi Konseptual .....	12
3. Jenis dan Sumber Data .....	13
4. Teknik Pengumpulan Data .....	13
5. Teknik Analisis Data .....	14
6. Teknik Keabsahan Data .....	14

G. Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II : STRATEGI DAKWAH DAN PROGRAM SIARAN RADIO.....</b>	<b>17</b>
A. Strategi Dakwah .....	17
1. Pengertian Strategi .....	17
2. Pengertian Dakwah .....	18
3. Unsur – Unsur Dakwah .....	19
4. Strategi Dakwah .....	21
5. Jenis – Jenis Strategi Dakwah .....	22
6. Azas – Azas Strategi Dakwah .....	23
B. Radio .....	24
1. Sejarah Radio Siaran .....	24
2. Radio Siaran di Indonesia .....	27
3. Jenis – Jenis Radio .....	29
4. Program Siaran Radio .....	30
C. Wayang .....	32
1. Pengertian Wayang .....	32
2. Sejarah Wayang .....	33
3. Jenis - Jenis Wayang .....	33
4. Penokohan Wayang .....	37
<b>BAB III: GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Profil Radio Republik Indonesia .....	41
1. Sejarah LPP RRI .....	43
2. Arti Logo RRI.....	46
3. Visi dan Misi LPP RRI .....	47
4. Tri Prasetya RRI .....	48
5. Prinsip Lembaga Penyiaran Publik .....	49
6. Peranan RRI .....	49

B. Gambaran Umum Pro 4 RRI Semarang .....	51
1. Profil Pro 4 RRI Semarang .....	51
2. Struktur Organisasi Pro 4 RRI Semarang .....	53
3. Program Acara Pro 4 RRI Semarang .....	54
C. Program Wayang .....	57
1. Profil Program Wayang .....	57
2. Job Descriptions Unit Kerja Program Wayang .....	59
D. Strategi Dakwah dalam Program Wayang .....	60

#### **BAB IV: ANALISI STRATEGI DAKWAH MELALUI PROGRAM**

##### **WAYANG .....**

A. Analisis Pemetaan Dakwah .....	65
B. Analisis dalam Menentukan Metode Dakwah .....	68
C. Analisis pada Evaluasi Program Wayang .....	70
D. Analisis terhadap Wayang Sebagai Strategi Dakwah .....	71

#### **BAB V: PENUTUP .....**

A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74
C. Penutup .....	75

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo LPP RRI.....	46
-----------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- |             |   |
|-------------|---|
| Lampiran 1. | Dokumentasi Wawancara                                   |
| Lampiran 2. | Daftar Pertanyaan untuk Wawancara                       |
| Lampiran 3. | Pola Acara Siaran Programa 4 RRI Semarang Tahun 2019    |
| Lampiran 4. | UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab 1 Pasal 1  |
| Lampiran 5. | UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab II Pasal 4 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih menimbulkan dampak terhadap masyarakat. Perkembangan media masa saat ini sudah menjadi kebutuhan, dalam mendukung berbagai aspek kehidupan. Media massa merupakan alat bantu utama pada proses komunikasi bagi masyarakat urban. Dalam era globalisasi saat ini teknologi yang berkembang memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi secara cepat dan mengikuti perkembangan.

Media massa sebagai media penyebar informasi kepada masyarakat terus berinovasi sesuai perkembangan teknologi. Media radio salah satu media massa yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi. Berbagai program dibuat untuk bisa menarik perhatian masyarakat, entah itu program pengetahuan, umum, kebudayaan, maupun keagamaan. Di zaman modern ini banyak sekali program tentang pengetahuan dan umum, hanya beberapa radio yang masih menyiarkan program tentang keagamaan, pengecualian radio yang memang berbasis keagamaan.

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

memusatkan informasi dan acara siaran mengenai kebudayaan Indonesia (Sumber : Arsip Bidang Pengembangan dan Evaluasi Program RRI Semarang) .

Di RRI Semarang, khususnya PRO 4 memiliki konsep program kebudayaan yang keseluruhan programnya harus berkaitan dengan budaya. Oleh karena itu RRI Pro 4 memiliki keterbatasan waktu yang disediakan untuk program siaran dakwah islam. Hal tersebut menuntut RRI Pro 4 untuk memiliki strategi dakwah yang sistematis dalam berlangsungnya dakwah.

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan salah satu kewajiban utama dalam Islam. Sebagai agama penyempurna, Islam diterima Rosulullah SAW hingga saat ini merupakan kegiatan dakwah yang tidak pernah putus pelaksanaannya. Dakwah sebagai salah satu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan pada kemajuan yang semakin canggih, artinya dakwah dituntut agar tidak monoton pada ceramah-ceramah di masjid atau tabligh akbar namun dakwah harus menggunakan strategi yang dikemas dengan cara menarik yang sesuai minat masyarakat.

Kegiatan dakwah, termasuk bentuk dari komunikasi karena di dalamnya ada penyampai pesan (da'i) dan penerima pesan (mad'u). Dakwah sebagai strategi dan proses komunikasi membutuhkan upaya-upaya yang harus dirancang secara strategis sebagaimana sebuah komunikasi yang efektif yang mempertimbangkan efek dari komunikasi. Berhasil tidaknya kegiatan dakwah tersebut tidak terlepas dari bagaimana proses komunikasi antar pelaku dakwah (da'i dan mad'u) berlangsung. Jadi, disinilah kontribusi komunikasi menjadi hal penting yang harus dipertimbangkan dalam kegiatan dakwah. Artinya, secara teoritis, teori-teori komunikasi sebagai sebuah ilmu akan memberikan kontribusi dalam merancang kegiatan dakwah yang efektif, sehingga pesan-pesan Islam yang menjadi isi materi dakwah dapat tersampaikan dan berefek pada perubahan sikap mad'u ke arah yang lebih baik sesuai tujuan kehidupan Islam, bahagia dunia akhirat (S. Ma'arif:2010:10-11).

Sejarah dakwah melalui penyebaran agama Islam di Nusantara tidak lepas dari peran Walisongo. Dalam menyebarkan agama Islam, banyak metode yang dapat digunakan seperti lisan, tulisan atau melalui seni dan budaya. Walisongo melakukan aktivitas dakwah melalui seni dan budaya karena masyarakat pada saat itu mayoritas menganut agama Hindu yang masih kental dengan adat dan budaya nenek moyangnya. Pertunjukan wayang merupakan pertunjukan ritual keagamaan masyarakat Jawa sebelum datangnya agama Islam.

Sunan Kalijaga adalah salah satu Walisongo yang menggunakan metode seni dan budaya dalam menyebarkan agama Islam. Sunan Kalijaga memasukkan nilai-nilai Islam ke dalam cerita wayangnya. Sehingga masyarakat dapat menerima dakwah yang disisipkan dalam wayang dengan baik dan nyaman. (<http://.Dakwah Lewat Seni dan Budaya | Tebuireng Online>.diakses pada 11 Des 2020). Di era adaptasi kebiasaan baru ini, dakwah dengan nuansa kebudayaan melalui media informasi merupakan media yang efektif. Melalui program wayang RRI Pro 4 menjadi salah satu media informasi yang berperan penting dalam berdakwah dengan nuansa kebudayaan dari Wayang.

Salah satu strategi dakwah yang dilakukan RRI Pro 4 adalah membuat program siaran yang mengandung muatan dakwah tanpa meninggalkan unsur kebudayaannya yaitu program Wayang. Dalam program Wayang ini RRI Pro 4 memiliki misi berdakwah menggunakan budaya Jawa. Program acara Wayang disiarkan dengan dua cara yaitu *on air* dan *off air*, Program Wayang ini bertujuan sebagai bukti bahwa RRI Pro 4 Semarang memiliki kepedulian untuk melestarikan budaya Indonesia dan mempertahankan eksistensi Wayang yang didalamnya mengandung ajaran moral. Meskipun bukan termasuk khusus program dakwah, program wayang memberikan wacana dan nuansa yang inovatif dalam mensyiarkan nilai-nilai kebaikan Islam. Hal ini bagus dan dapat memperluas jangkauan mad'u, karena program wayang tidak hanya didengarkan masyarakat muslim namun juga mereka yang memeluk agama non muslim. Cara seperti inilah yang dapat memberitahukan tentang keindahan Islam tanpa orang

yang beragama non islam merasa jengah dan risih. (Sumber dari hasil wawancara dengan Ky Warseno Dalang RRI Pro 4 Semarang pada tanggal 10 Desember 2020).

Wayang merupakan kategori kebudayaan yang pada zaman penyebaran Islam di Jawa digunakan sebagai alat perjuangan penyebaran agama dan budaya Islam. Walisongo, terutama, Sunan Kalijaga dipercaya menggunakan Wayang kulit sebagai media dakwah dengan melakukan gubahan cerita pakem Wayang kulit. Cerita Wayang yang mulanya mereferensikan pada keyakinan agama Hindu dan berasal dari daratan India lalu disesuaikan dengan ajaran Islam di Jawa. Sebut saja lakon Wayang dalam berbagai alur cerita berisi kebiasaan hidup, tingkah laku atau etika kehidupan manusia dan keadaan alam. Lakon wayang merupakan cermin kehidupan manusia yang dialami sejak dari lahir, hidup, mati (Amin,2000:183).

Pada saat ini meskipun Wayang sudah populer dan mendunia, serta telah mendapat pengakuan sebagai karya agung budaya dunia (*Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) yang disahkan oleh UNESCO pada tanggal 07 November 2003. Namun dibalik itu semua timbul keprihatinan, ditengah publiknya sendiri keberadaan Wayang yang semestinya dijaga, dilestarikan bahkan dikembangkan untuk anak cucu kita mulai terindikasi semakin meluntur terutama dikalangan generasi muda. Menurut data yang peneliti temukan dari 38 radio di Semarang (Sumber: Data base Izin Penyelenggaraan Penyiaran Radio FM Di Semarang KPID Jawa Tengah), hanya terdapat 2 radio yang memiliki program wayang, yaitu JFM 102.8 dan RRI (Radio Republik Indonesia) Pro 4 Semarang 91.4 . Adapun program wayang dari JFM disiarkan berupa filler merupakan kategori radio komersial yang berisi informasi tentang sebuah perusahaan atau produk yang bias dibuat oleh pihak radio, filler berdurasi 30-129 detik. Sementara program wayang pada RRI Pro 4 disiarkan secara penuh dan program wayang juga sebagai ikon utama RRI Pro 4

Semarang yang memiliki format siaran budaya serta bermuatan dakwah didalamnya.

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

Pagelaran wayang tersaji dalam satu bentuk cerita dalam lakon sehingga pada pagelaran wayang mengandung banyak nilai didalamnya antara lain yaitu nilai religius, nilai filosofi, nilai kepahlawanan, nilai pendidikan, dan nilai hiburan. Nilai-nilai di dalam pertunjukan wayang dapat bermanfaat untuk kepentingan kehidupan manusia (Suwaji Bastomi, 1995:19). Dalam penelitian ini, peneliti tertarik pada cerita wayang Semar Syukur pada program acara Wayang Pro 4 RRI Semarang Cerita Wayang Semar syukur menceritakan tentang perjuangan tokoh Semar dalam mengajak dan memimpin masyarakat menuju “kahyangan” yang berarti menuju kesebuah jalan kebenaran. Layaknya teladan dan perjuangan para Alim Ulama bahkan Nabi Muhammad SAW dalam perjuangannya berdakwah menyebarkan agama islam diseluruh pelosok negeri. Dalam cerita ini Semar adalah sosok dengan bijaksana, penuh kerendahan hati dan ikhlas tanpa pamrih dalam berjuang menghadapi segala rintangan.

Ditinjau dari motto RRI Pro 4 Semarang yakni “nguri-nguri Budaya Jawa”. Hal tersebut mendorong RRI Pro 4 Semarang untuk menyuguhkan seni budaya tradisional yang ada di Tanah Jawa tidak hanya sebagai hiburan kesenian saja tetapi juga dijadikan sebagai media dalam berdakwah, sekaligus melanjutkan

dakwah Sunan Kali Jaga dalam menyebarkan agama islam (Hasil wawancara dengan Bapak Warsino Sebagai dalang RRI Pro 4 Semarang).

Wayang dapat dijadikan alat atau sarana untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam pagelaran, yang mempunyai kelebihan dapat terjadi kontak langsung suatu proses komunikasi pada sebuah penyelenggaraan (Sugito, 1992:43). Memanfaatkan kebudayaan khususnya seni Wayang untuk menyebarkan agama Islam sangat bagus untuk diapresiasi, agar dengan berkembangnya teknologi saat ini, kebudayaan-kebudayaan asli Indonesia tidak hilang seiring berjalannya waktu. Namun dengan semakin canggih nya teknologi dan semakin berfariasinya suatu program. Untuk berdakwah menggunakan budaya Jawa yaitu wayang dalam radio harus memiliki strategi dakwah yang efektif. Dari uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Strategi Dakwah RRI Pro 4 Semarang melalui Program Wayang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penulis merumuskan dalam permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Strategi Dakwah RRI Pro 4 Semarang melalui Program Wayang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi yang dilakukan oleh RRI Pro 4 Semarang melalui program Wayang kepada khalayak pendengar.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan penulis dan pembaca dalam bidang strategi dakwah di media massa khususnya radio.



## **b. Manfaat Secara Praktis**

*Pertama* Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan menjadi suatu strategi sebagai upaya meningkatkan program dakwah khususnya dalam bidang penyiaran. *Kedua* Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi keilmuan baru bagi pembaca maupun bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, khususnya pada konsentrasi radio. *Ketiga* penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Lembaga Penyiaran Publik RRI Semarang dalam mengembangkan siaran dakwah.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Agar penelitian ini lebih terarah, ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai bahan rujukan yang ada relevansinya dengan judul skripsi ini :

*Pertama*, penelitian Adib Cahyono (2015).Strategi Dakwah Dalam Program Acara Nyantri On The Air Di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura.Jenis penelitian yang peneliti gunakan ialah kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun pengumpulan data yangdigunakan peneliti ialah metode observasi, metode wawancara, metode dokumentasi, teknik analisis data. Metode yang digunakan adalah deskriptif, yaitu peneliti akan mencoba mendeskripsikan fakta dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa dan menginterprestasikanya sehingga penelitian ini bisa ditarik suatu benang merah dari strategi komunikasi dakwah dalam program acara Nyantri On The Air diradio Gesma 97,6 FM Kartasura. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi dakwah pada program acara Nyantri On The Air diradio Gesma 97,6 FM Kartasura yaitu, pertama, program acara ini juga menggunakan dua format radio, yaitu format dialog interaktif dan musik religi. Metode dialog interaktif dinilai efektif dan

musik religi lebih ke sebuah hiburan yang terdapat nilai – nilai islamnya. Sehingga membuat program ini tidak membosankan untuk didengar. Selain itu, program ini menggunakan radio streaming yang dapat diakses di mana saja melalui internet. Kedua, program acara *Nyantri On The Air diradio Gesma 97,6 FM Kartasura* menggunakan narasumber tetap. Selain icon, narasumber yang mengisi bukan hanya pandai pendidikan agama, tapi juga pendidikan umum. Dapat merangkul semua kalangan pendengar. Ketiga, selain materi yang disampaikan dan musik religi, ada juga hikmah dibalik cerita yang berupa *insert*. Pesan keagamaan yang dikonsep berupa cerita untuk dapat diambil hikmahnya oleh pendengar. Persamaan penelitian peneliti dan Adib Cahyono terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif. Teknik analisis peneliti dan Adib Cahyono juga sama yaitu analisis deskriptif. Perbedaan terletak pada fokus penelitian, fokus peneliti pada Program Wayang di Pro 4 RRI Semarang. Adib Cahyono menggunakan fokus penelitian pada Program Acara Nyantri On The Air di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura.

*Kedua*, penelitian Muhammad Idris (2015) yang berjudul Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam Pengembangan Potensi Diri Kaum Tunanetra di Mijen Kota Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam mengembangkan potensi diri tunanetra dan Faktor pendukung dan penghambat selama proses pengembangan potensi diri tunanetra di Yayasan Komunitas Sahabat Mata. Hasil penelitian menyimpulkan bahwan strategi dakwah yang diterapkan oleh Yayasan Komunitas Sahabat Mata untuk mengembangkan potensi diri tunanetra meliputi. Strategi Tazkiyah meliputi Penyembuhan trauma tunanetra, Memotifasi Tunanetra, menanamkan dan membentuk jiwa Agamis Tunanetra dan membentuk jiwa sosial kemsyarakatan tunanetra. Strategi Ta'lim meliputi meliputi adanya proses kaderisasi pada tunanetra, sedangkan faktor pendukung dalam proses pengembangan potensi diri tunanetra meliputi kemampuan pemimpin, adanya minat dan motivasi di dalam diri tunanetra,

sistem pendidikan dan pengajaran yang baik, dukungan dari masyarakat sekitar dan adanya persaingan organisasi sosial serupa. Sedangkan faktor penghambat adalah kekurangan dana operasional, belum lengkapnya fasilitas penunjang pengembangan potensi diri tunanetra. Persamaan penelitian peneliti dengan Muhammad Idris yaitu sama meneliti tentang strategi dakwah, dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian dimana peneliti meneliti Program Wayang di Pro 4 RRI Semarang sedangkan Muhammad Idris meneliti Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam pengembangan potensi diri pada kaum tunanetra.

*Ketiga*, penelitian Yasintha Ardiyani (2019) yang berjudul Strategi Dakwah Radio Dais 107.9 FM Masjid Agung Jawa Tengah Pada Program Siaran “Nada Taqwa”. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh program Nada Taqwa. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis deskriptif. Dan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi Jenis. Hasil dari penelitian menyimpulkan program Nada Taqwa menggunakan beberapa strategi untuk menyampaikan pesan dakwahnya, yaitu menentukan jadwal siaran serta memahami sasaran dakwah, menentukan metode dakwah yang digunakan, dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan dakwah dalam program Nada Taqwa. Persamaan penelitian peneliti dengan Yasintha Ardiyani terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif. Teknik analisis peneliti dengan Yasintha Ardiyani juga sama yaitu analisis deskriptif. Begitupula dengan metode pengumpulan data yang penulis dan Yasintha Ardiyani juga sama yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian yang peneliti dan Yasintha Ardiyani terletak pada objek penelitian, peneliti meneliti Program Wayang di Pro 4 RRI Semarang sedangkan Yasintha Ardiyanti meneliti Radio Dais 107.9 FM Masjid Agung Jawa Tengah Pada Program Siaran “Nada Taqwa”.

*Keempat*, penelitian Ahmad Afandi (2014) yang berjudul Strategi Dakwah forum Lingkar Pena (FLP) Cabang Semarang dalam Mengembangkan

Jurnalistik Islami di Kota Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Afandi memiliki tujuan untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan oleh Forum Lingkar Pena (FLP) cabang Semarang dalam mengembangkan jurnalistik Islami di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari dokumentasi, observasi, dan wawancara. Skripsi yang ditulis oleh saudara Ahmad Afandi memiliki relevansi dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu keduanya sama meneliti tentang strategi dakwah akan tetapi objek penelitiannya berbeda. Jika Ahmad Afandi meneliti tentang strategi dakwah yang diterapkan oleh Forum Lingkar Pena (FLP) cabang Semarang, sedangkan penulis akan meneliti tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh program acara Wayang di Pro 4 RRI Semarang. Kedua penelitian ini menggunakan metode dan teknik pengumpulan data yang sama, yaitu metode analisis deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi.

*Kelima*, penelitian Musta'in Abdullah (2010) yang berjudul "Strategi Komunikasi Dakwah pada Radio Rama FM, Yogyakarta (Studi terhadap format komunikasi program religi Embun Pagi)". Penelitian yang dilakukan oleh Musta'in Abdullah fokus mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi program religi embun pagi pada Radio Rama FM dalam memberikan solusi atas masalah sosial masyarakat dalam perspektif Islam dan mengetahui strategi penyiar radio Rama FM dalam membawakan program Religi Embun Pagi. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan format komunikasi program Religi Embun Pagi dalam memberikan solusi atas problem sosial masyarakat dalam perspektif Islam. kesamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data, yaitu menggunakan cara observasi, dokumentasi, serta wawancara. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus, obyek, dan subjek penelitian. Peneliti meneliti Program Wayang di Pro 4 RRI Semarang sedangkan , Musta'in Abdullah meneliti Rama FM Yogyakarta.

## **F. Metode Penelitian**

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

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong,2005).

Pendekatan merupakan sudut pandang atau cara melihat dan memperlakukan sesuatu yang menjadi perhatian atau masalah yang dikaji (Muhtaji,dkk 2013). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Alsa, 2004) peneliti dengan pendekatan fenomenologis berusaha memahami makna dari suatu peristiwa dan saling pengaruhnya dengan manusia dalam sebuah wadah atau situasi tertentu.

Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjukkan pada pengalaman subyektif dari berbagai jenis dan tipe subyek yang ditemui. Dalam arti yang lebih khusus, istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektif pertama seseorang (Moleong, 2009).

Dalam penelitian ini, jenis penelitian fenomenologi dipilih karena pengalaman-pengalaman yang dirasakan para narasumber yang diwawancarai oleh peneliti yaitu Pimpinan RRI Pro 4, Penyiar RRI Pro 4 dan Dalang Wayang dalam menjalankan pekerjaan pada bidang masing – masing memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan. Hal yang membuat berbeda tentunya bukan dari penyiaran wayang itu sendiri melainkan lebih kepada bagaimana setiap bidang yang ditekuni dalam bekerja di RRI Pro 4 Semarang. Oleh karena itu pembentukan konsep atau strategi dipengaruhi oleh banyak faktor.

Melakukan penelitian fenomenologi pada hakekatnya adalah untuk memahami dan mendeskripsikan pengalaman-pengalaman subyektif manusia dan interpretasi-interpretasi dunia. Di samping itu, peneliti merupakan instrumen utama. Oleh sebab itu data peneliti berupa hasil wawancara dan dokumen pada latar penelitian sangat diperlukan karena pengumpulan data harus dilakukan dalam situasi sesungguhnya.

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual ini merupakan upaya memperjelas ruang lingkup penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menguraikan beberapa batasan berkaitan untuk menghindari kesalahpahaman pemaknaan. Serta memberi gambaran yang jelas dan menghindari segala penafsiran yang berbeda dalam pembahasan skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah RRI PRO 4 Semarang melalui Program Wayang” maka penulis tegaskan makna dan batasan dari masing-masing istilah yang terdapat di dalam judul penelitian ini, yakni :

### a. Strategi Dakwah

Strategi dakwah diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:50).

Agar kegiatan dakwah bisa tercapai sesuai dengan tujuan maka ada beberapa strategi dakwah yang dapat dilakukan, yaitu pemetaan dakwah, menentukan bentuk dakwah, membuat langkah – langkah atau strategi pelaksanaan dakwah dan evaluasi kegiatan dakwah (Saerozi, 2013:54-55).

Penelitian ini akan meneliti tentang strategi dakwah yang digunakan oleh Program *Wayang* di Pro 4 RRI Semarang. RRI Pro 4

Semarang adalah radio publik yang beradi di Kota Semarang yang berfrekuensi 91.4 Mhz ini mempunyai tujuan Nguri – uri Budaya Jawa dan memiliki visi menjadi media referensi utama untuk siaran kebudayaan Indoneia. Oleh karena itu RRI Pro 4 Semarang memiliki program unggulan salah satunya yaitu program *Wayang*. Program Wayang disiarkan pada setiap hari Sabtu pukul 21.15 – 23.15 WIB. Penelitian ini meliputi : mengamati perencanaan aktifitas yang diinginkan organisasi dan bagaimana mengimplementasikanya dimana hal ini strategi adalah pokok utama penelitian, memilih tema cerita Wayang yang akan diteliti , dan mengulas materi wayang yang peneliti pilih untuk diteliti.

b. Program Siaran Wayang

Program siaran adalah suatu segmen dari isi siaran secara keseluruhan, sehingga dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan (Djamal 2011:159). Masing-masing program siaran mempunyai durasi waktu tertentu tergantung jenis programnya. Penulis meneliti salah satuacara di RRI Pro 4 Semarang yaitu Program Wayang, yang disiarkan setiap hari Sabtu pada pukul 21.15 – 23.45 WIB.

Program Wayang Pro 4 RRI Semarang merupakan acara yang dikategorikan dalam siaran kebudayaan. Acara ini disiarkan dengan dua cara yaitu secara langsung (*on air*) adalah RRI menyiarkan Wayang dengan pertunjukan langsung, dan yang kedua secara *off Air* yaitu pemutaran rekaman pertunjukan Wayang.

### 3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata – kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya ( Wibowo, 2011:45). Sumber data adalah kumpulan data yang diklarifikasikan menjadi dua data yaitu data sekunder dan data primer.Sumber data pada

penelitian ini adalah subjek dari data yang diperoleh dari sumbernya. Dalam penelitian ini ada dua jenis data :

a. Sumber primer

Data primer adalah data yang memiliki kedudukan paling penting diantara data lain dalam penelitian( yahya, 2010:83). Sumber data penelitian ini adalah hasil wawancara dari: Kepala seksi Pro 4 RRI Semarang, Dalang Wayang, Penyiar, dan rekaman program siaran wayang yang berjudul “*Semar Syukur*”.

b. Sumber sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan-catatan atau dokumentasi berupa data penonton dan data tema, data share and rate program yang diteliti ataupun referensi internet dan buku-buku perpustakaan.

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

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan yang diwawancarai (yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan) (Moleong,1993:135). Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi metode pengumpulan data yang utama, sebagian besar data diperoleh melalui wawancara.

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur, dalam melakukan interview pewawancara membawa pedoman garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan (Sarosa, 2012:47).

Metode ini akan digunakan penulis untuk memperoleh keterangan bagi tujuan penelitian dan mengetahui lebih lanjut tentang keberadaan RRI sebagai radio publik milik bangsa, dengan cara wawancara Kepala



Seksi Pro 4, penyiar, Dalang Wayang, dan staff bagian program acara Wayang Pro 4 RRI Semarang.

b. Dokumentasi

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

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial akademis dan ilmiah (Suprayogo, 2001: 191). Data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran–kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang dilakukan dalam penelitian. Tujuan dari analisis data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan di interpretasikan (Arikunto, 2006:131).

Analisis merupakan proses menemukan sebuah kesimpulan penting dari data yang telah terkumpul. Penulis menggunakan analisis data model Miles dan Huberman, dimana dalam menjelaskan analisis data melalui tiga alur yaitu :

a. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan rupa

hingga kesimpulan dan verifikasi. Data yang diperoleh peneliti di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data, pengumpulan data, Penyajian data, reduksi data, penarikan kesimpulan atau verifikasi pada hal – hal yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pada tahap ini peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah-milah, mengkategorikan dan membuat abstraksi dari catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi.

b. Penyajian Data

Pada alur ini seluruh data yang diperoleh di lapangan yang berupa dokumen, hasil wawancara dan dokumentasi akan dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan dan catatan dokumentasi. Masing – masing data dianalisis dan disajikan dalam bentuk teks, sehingga dapat memunculkan deskriptif tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh *Pro 4 RRI Semarang melalui Program Wayang*.

c. Penarikan Kesimpulan

Dalam analisis data kualitatif proses yang terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.

## 6. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan trigulasi data, yaitu teknik untuk mendapatkan data dari tiga sudut pandang yang berbeda yaitu hasil wawancara dari penyiar radio, pimpinan RRI Semarang, dan Dalang RRI Pro 4 Semarang. Dalam hal ini peneliti tidak hanya menggunakan satu teknik saja, tetapi menggabungkan berbagai

macam teknik pengumpulan dan sumber data untuk memenuhi kepercayaan dalam penelitian. (Djamal, 2015:95)

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan menjelaskan tentang rangkaian setiap bab dalam penyusunan skripsi, yang memiliki tujuan untuk memudahkan dalam memahami gambaran secara menyeluruh tentang penelitian. Maka dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika penulisan menjadi lima bab yang masing - masing memiliki sub bab dengan penulisan sebagai berikut:

Bab I berisi tentang Pendahuluan. Bab ini mencakup pembahasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab II berisi Kerangka Teori. Pada bab ini disajikan pembahasan mengenai teori tentang pengertian Strategi Dakwah, Radio, Program Radio, dan Wayang.

Bab III berisi Gambaran dan Obyek Penelitian. Bab ini membahas tentang gambaran secara umum Radio Republik Indonesia (RRI) Semarang, meliputi profil RRI Pro 4, program acara wayang, serta strategi dakwah yang digunakan oleh RRI Pro 4 Semarang melalui program acara wayang.

Bab IV berisi tentang Analisis Data. Pada bab ini disajikan pembahasan mengenai Bab ini berisi analisis pada strategi dakwah program wayang yang digunakan Radio RRI Pro 4 Semarang.

Bab V berisi Penutup. Bab ini merupakan pembahasan terakhir dari penelitian ini. Di dalamnya memuat kesimpulan dari penelitian yang telah berlangsung. Di samping itu, dalam bab ini juga disajikan saran serta salam penutup.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Strategi Dakwah

##### 1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi berasal dari bahasa Yunani, '*strategos*' yang artinya tentara. Definisi klasik tentang strategi semula berasal dari kalangan militer, bahwa strategi adalah cara yang terbaik untuk menggunakan dana, daya, dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu pertempuran (Siagian, 1994: 16). Adapun pengertian strategi ditinjau dari segi terminologi menurut beberapa tokoh adalah sebagai berikut:

Pengertian strategi menurut beberapa ahli sebagai berikut :

- a. Igor Ansoff mendefinisikan strategi adalah sebuah proses manajemen, hubungan antara lembaga dan lingkungan, terdiri dari perencanaan strategik, perencanaan kapabilitas, dan manajemen perubahan.
- b. Arnoldo C. Hax dan Nicholas S. Manjluk, mengartikan strategi adalah sebuah cara menuntun lembaga pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas managerial, tanggung jawab organisasi dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan secara strategik.
- c. WF Glueck dan LR Jauch mendefinisikan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, luas, dan berintegritas yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan (Chaniago, 2014 : 89).
- d. Chandler yang dikutip oleh Freddy Rangkuti mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti, 2015:3).

Mintzberg berpendapat, strategi berkaitan dengan empat hal yakni :

1. *strategy as plan*, merupakan rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
2. *strategy as pattern*, yaitu strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu yang lama.
3. *strategy as position*, adalah strategi yang menempatkan produk/jasa tertentu dalam pesan yang spesifik
4. *strategy as perspective*. atau cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Dalam *strategy as perspective*, hal itu berkaitan dengan versi dan budaya organisasi (Terjemahan Mintzberg, 1991: 23-28).

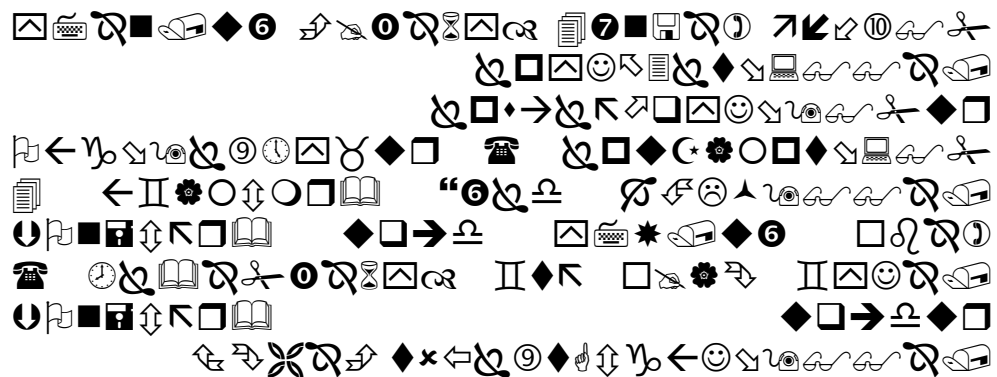
Dari pendapat beberapa pendapat tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah segala usaha, daya, dan upaya yang dilakukan orang, organisasi ataupun intuisi untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Strategi dalam bidang penyiaran merupakan suatu perencanaan dan metode dalam memberikan informasi kepada khalayak umum (pendengar) secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar dalam usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## **2. Pengertian Dakwah**

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab *daa'a, yad'u* yang berarti panggilan, ajakan, dan seruan (Aziz, 2004:2). Sementara menurut Syekh Ali Mahfudz dalam kitabnya Hidayat Al Mursyidin disebutkan, dakwah merupakan kegiatan mendorong manusia agar melakukan kebaikan dan menurut petunjuk (agama), menyeru mereka berbuat kebaikan (*ma'ruf*) dan melarang mereka dari perbuatan durhaka (*munkar*) agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pemikiran itu selaras dengan pendapat al-Ghazali dalam karangan fenomenalnya *ihya 'ulumuddin*, yang menyatakan *amar ma'ruf nahi munkar* adalah inti gerakan dakwah sekaligus penggerak

dalam dinamika dunia Islam. Sementara itu, Nasaruddin Latif mendefinisikan dakwah sebagai usaha yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah sesuai aqidah syariat serta akhlak Islamiyah.

Menurut beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan, dakwah merupakan segala usaha atau kegiatan dalam bentuk sikap, ucapan, dan perbuatan yang mengandung ajakan serta seruan baik, ditujukan kepada orang perorangan atau kelompok dalam rangka membangun masyarakat Islami. Berdakwah hukumnya wajib bagi setiap orang muslim. Dasar hukum kewajiban dakwah termuat dalam beberapa ayat dan hadist. Seperti dalam Qs. An-Nahl Ayat 125 :



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

### 3. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut menurut Achmad (2008) adalah da'i (pelaku dakwah), mad'u (penerima dakwah), maddah dakwah

(materi dakwah), *wasilah* dakwah (media dakwah), *thariqah* dakwah (metode dakwah), dan *atsar* dakwah (efek dakwah), (Saerozi, 2013:35).

- a. *Da'i* (pelaku dakwah). Kata *da'i* ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam) namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan bahwa mubaligh sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.
- b. *Mad'u* (penerima dakwah). 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.
- c. *Maddah* dakwah (materi dakwah), merupakan Materi dakwah adalah pesan-pesan yang berupa ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, meliputi keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunah Rasulullah. (Sukayat, 2015: 25-27).
- d. *Wasilah dakwah* (media dakwah) adalah alat yang digunakan dalam kegiatan dakwah kepada mitra dakwah, untuk itu harus terlebih dahulu melihat kondisi masyarakatnya terkait dengan pemilihan media yang sesuai untuk memudahkan menyampaikan pesan-pesan dakwah. Beberapa media dakwah yang dapat digunakan, yaitu:
  1. Media Cetak. Semua jenis tulisan atau barang cetakan disebut media cetak. Media cetak dapat disebut sebagai media dakwah bila isi cetakan mengandung pesan *amar ma'ruf nahi munkar* atau pesan-pesan Islam. Jenis media cetak antara lain surat, brosur atau buletin, banner, spanduk, surat kabar (koran), majalah, dan buku.

2. Media Audio, adalah media yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya dapat didengar dan tidak dapat dilihat. Media audio dipandang cukup efektif terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jenis-jenis yang tergolong dalam media ini antara lain radio dan *tape recoder*.
3. Media Audio Visual. Media ini lebih banyak daya tariknya karena memiliki dua dimensi, yaitu dapat didengar suaranya dan sekaligus dapat dilihat gambarnya Media ini sering disebut sebagai media elektronik. Jenis yang termasuk dalam media ini antara lain televisi (tv), film, dan video kaset (CD/DVD).
4. Internet. Di era teknologi informasi saat ini, peranan *new media* dan sosial media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui *handphone* (Abdullah, 1998.147-160)

#### **4. Strategi dakwah**

Strategi dakwah merupakan sebagai metode, siasat, yang digunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah. Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:56).

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

- a. Pemetaan Dakwah



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

b. Menentukan Bentuk Dakwah

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

c. Membuat Langkah-langkah atau Strategi Pelaksanaan Dakwah

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

d. Evaluasi Kegiatan Dakwah

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

## 5. Jenis strategi dakwah

Dalam berdakwah diperlukan faktor penunjang dalam rangka mencapai keberhasilan atau tujuan dakwah. Seperti, strategi dakwah yang

sesuai dengan kondisi *mad'u* sehingga strategi dakwah tepat sasaran. Di era teknologi informasi yang cepat berkembang seperti saat ini penerapan dakwah yang diiringi dengan perkembangan teknologi bisa dikembangkan melalui strategi pendekatan. Penerapan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi *mad'u* akan menghasilkan dakwah yang tepat (Amin, 2009:100).

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk :

a. Strategi Sentimentil

Strategi Sentimentil adalah dakwah yang menitik beratkan perasaan kepada sasaran dakwah (*mad'u*). strategi ini memfokuskan kelembutan atau dakwah yang bersifat halus. Memberi sasaran dakwah (*mad'u*) nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini. Strategi ini sesuai untuk sasaran dakwah yang terpinggirkan (*marginal*) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (*imannya lemah*), orang-orang miskin, anak-anak yatim dan lain sebagainya.

Strategi sentimentil ini diterapkan oleh Nabi SAW saat menghadapi kaum musyrik Mekah. Tidak sedikit ayat-ayat Makkiyah (ayat yang diturunkan ketika Nabi di Mekah atau sebelum Nabi SAW hijrah ke Madinah) yang menekankan aspek kemanusiaan (*humanisme*), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya. Ternyata, para pengikut Nabi SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

b. Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah dakwah dengan yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong sasaran dakwah (*mad'u*) untuk

berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional.

Al-Qur'an mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain: tafakkur, tadzakkur, nazhar, ta'ammul, i'tibar, tadabbur, dan istibshar. Tafakkur adalah menggunakan pemikiran untuk mencapainya dan memikirkannya; tadzakkur merupakan menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan; nazhar ialah mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada obyek yang sedang diperhatikan; taammul berarti mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya; i'tibar bermakna perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang lain; tadabbur adalah suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah; istibshar ialah mengungkap sesuatu atau menyingkapnya, serta memperlihatkannya kepada pandangan hati.

#### c. Strategi Indrawi

Strategi Indrawi, dapat disebut dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Metode yang dihimpun dalam strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.

Dahulu, Nabi SAW mempraktekkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah. Pakar tafsir menyebutnya dengan Tafsir „Ilmi. Adnan Oktar, penulis produktif dari Turki yang memakai nama pena

Harun Yahya, menggunakan strategi ini dalam menyampaikan dakwahnya. (Aziz, 2004:351-353).

## **6. Azas-azas strategi dakwah**

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

a. Azas filosofis.

Azas ini membicarakan masalah yang erat kaitannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah.

b. Azas kemampuan dan keahlian da'i

Azas yang membahas mengenai kemampuan dan profesionalisme da'i sebagai subjek dakwah. Rasa percaya mad'u terhadap da'i akan terukur oleh latar belakang da'i.

c. Azas sosiologis

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

d. Azas psikologis.

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

e. Azas efektivitas dan efisiensi

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

## **B. Radio**

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

Peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1912, ketika informasi yang dikirimkan radio berhasil menyelamatkan seluruh penumpang kapal Inggris RMS *Titanic* yang mengalami kecelakaan dan tenggelam. Termasuk komunikasi antara operator di kapal yang sedang tenggelam dengan kapal terdekat serta komunikasi ke stasiun darat untuk mendata korban yang terselamatkan (Ooemahi, 2012: 122).

Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya yang dilakukan oleh Hertz kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi (1874-1937) yang sukses mengirimkan sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirim oleh Marconi berhasil menyeberangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan gelombang elektromagnetik (Morissan, 2015: 4).

Tahun 1920, seorang ahli Frank Conrad di Pittsburgh-Amerika Serikat membangun sebuah pemancar radio, Conrad menyiarkan lagu-lagu mengumumkan hasil pertandingan olahraga, dan menyiarkan lagu instrumental. Stasiun radio ini kemudian diberi nama KDKA dan masih tetap mengudara sampai saat ini, menjadikannya sebagai stasiun radio tertua (radio komersial berizin pertama) di Amerika Serikat bahkan juga sebagai radio berizin pertama di dunia (Morissan, 2008:3). Beberapa tonggak sejarah

penyiaran radio setelah eksperimen Frank Conrad itu, sebagai suatu industri diuraikan sebagai berikut:

Dimulai pada tahun 1922, *British Broadcasting Corporation* (BBC) telah terbentuk di Inggris. BBC memancarkan program siaran yang pertama pada 14 November 1922 dengan sistem AM (*Amplitude Modulation*).

- a. Berlanjut pada tahun 1925-1930, sebanyak 17 juta pesawat radio terjual kepada masyarakat Amerika dan dimulailah era radio menjadi media massa.
- b. Seiring berkembangnya teknologi pada 1926, perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas perangkat penerima tersebut.
- c. Pada tahun yang sama NBC (*National Broadcasting Company*) menerapkan konsep berjaringan. Melalui sistem jaringan, stasiun anggota jaringan dapat secara bersama menanggung biaya produksi dan menyiarkan secara bersama-sama pada wilayah cakupan masing-masing.
- d. Tahun 1933, muncul sistem radio FM (*Frequency Modulation*) yang dirancang oleh Edwin Howard Armstrong yang merupakan ancaman atau pesaing sistem AM (*Amplitude Modulation*). Namun karena Perang Dunia II, maka pengembangan lebih lanjut pengembangan sistem penyiaran radio FM berhenti.
- e. Selanjutnya, pada 1 Maret 1941 radio FM komersial pertama mengudara di Nashville, Tennessee dengan *callsign*, W47NV.
- f. Kemudian pada tahun 1943, radio FM diperkenalkan di Jerman yang menggunakan pita VHF (*very high frequency*).
- g. Berlanjut pada tahun 1955, sistem jaringan yang mengalami masa keemasannya di tahun 1930-an, kemudian mengalami penurunan hingga lima puluh persen. Stasiun lokal yang merupakan anggota jaringan ketika penetrasi siaran televisi sudah mulai masuk sebagai media massa baru

dengan wilayah cakupan siaran yang lebih luas. Pemasangan iklan banyak berpindah ke siaran stasiun televisi.

- h. Pada 1960, sistem jaringan penyiaran radio berhenti. Selanjutnya masing-masing stasiun lokal tersebut menggali potensi iklan lokal yang ada dan melakukan eksperimen untuk format siaran yang diminati oleh pendengar di wilayahnya.
- i. Selanjutnya pada tahun 1961, radio FM (*Frequency Modulation*) stereomulai diperkenalkan pada masyarakat Amerika. Ternyata memang FM (*Frequency Modulation*) mempunyai banyak kelebihan dari radio sistem AM (*Amplitude Modulation*). (Djamal, 2011: 7-9).

## 2. Sejarah Radio Siaran di Indonesia

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

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

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

Stasiun Radio di daerah yang berasal dari zaman Belanda dan Jepang kemudian menjadi cikal bakal RRI stasiun daerah yang bersangkutan dengan nama Stasiun Nusantara, Stasiun Regional-I, dan Stasiun Regional II, sesuai dengan tingkatan-tingkatan daerahnya, provinsi dan kabupaten. Strata stasiun RRI berubah seiring dengan diundangkannya PP No. 12/2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik RRI, maka strata stasiun penyiaran RRI menjadi kelas A, kelas B, dan kelas C. RRI merupakan radio yang mempunyai jaringan terbesar di Indonesia, yaitu memiliki 60 stasiun penyiaran dengan 191 program di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Universitas Indonesia pada tahun 2003, RRI telah menjangkau 83 persen penduduk Indonesia.

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

Keesokan harinya pada tanggal 15 Agustus 1945, ruang lobi radio Jepang di Jakarta yang biasanya ramai terlihat lengang. Kemudian Muhctar



Lubis datang ke studio menginformasikan bahwa Jepang telah menyerah, informasi ini diperoleh dari BBC karena ia bekerja dibagian *monitoring*.

Pada tanggal 16 Agustus 1945 tidak terjadi apa-apa kompleks radio tetap dijaga ketat. Siaran dalam negeri berjalan seperti biasa menyiarkan lagu-lagu Jepang dan Indonesia, serta masih memanipulasi “kemenangan” Jepang. Keesokan harinya tanggal 17 Agustus 1945, siaran dalam negeri terus berjalan. Siaran berita diudarkan dari kantor Domei (kantor berita Jepang), sementara pegawai yang ada dikantor tetap dalam kondisi dikonsiyasi (bekerja dengan aktif). Pukul 09.00 WIB Des Alwi, operator radio yang tidak disandra berhasil masuk studio dan menginformasikan bahwa Indonesia telah merdeka. Sekitar pukul 17.30, seorang wartawan Domei membawa teks proklamasi yang diterima dari Adam Malik untuk disiarkan melalui radio.

Pada pukul 18.00 WIB para petugas pemberitaan, siaran, dan teknik berunding di ruangan pemberitaan untuk mencari teks proklamasi. Kemudian, pada 19.00 WIB teks proklamasi dibacakan secara bergantian dalam bahasa Indonesia oleh Jusuf Ronodiputro dan Suprpto dalam bahasa Inggris. Penyiaran teks proklamasi tersebut melalui radio di Jakarta, berlangsung berkali-kali selama 15 menit dan secara bersamaan dilakukan juga oleh radio Bandung melalui gelombang 13,16,19,25 dan 40 dengan penyiar seperti Sakti Alamsyah, Abdul Hanan, dan Sjam Amir.

Setelah stasiun penyiaran Nippon Hoso Kanri Kyoku (radio militer Jepang) tidak digunakan lagi, maka para pejuang radio segera megupayakan instalasi ulang pemancar radio siaran adalah perjuangan yang dikordinasikan oleh dr, Abduk Rachman Saleh. Suku cadang pemancar dicuri dari gudang Hoso Kanri Kyoku. Pemancar yang telah selesai di instal ulang kemudian dibawa secara sembunyi-sembunyi ke laboratorium sekolah kedokteran di Salemba. Pada tanggal 25 Agustus 1945, presiden Soekarno melakukan pidato radio melalui pemancar bersejarah itu, dengan kekuatan 50 watt. Pengantar siaran yang digunakan saat itu adalah “*this is the voice of free Indonesia*”

siaran dibuka dan ditutup menggunakan lagu kebangsaan Indonesia Raya (Djamal, 2015:16-18).

### 3. Jenis-Jenis Radio

- a. *Lembaga penyiaran publik*, yaitu lembaga penyiaran berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Contoh radio publik di ranah lokal misalnya Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 4 Semarang.
- b. *Lembaga penyiaran swasta*, yaitu lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Di Kota Semarang, yang termasuk radio swasta antara lain Gajah Mada FM, Imelda FM, Trax FM Semarang, Fit Radio Semarang, Top FM dan masih banyak lagi.
- c. *Lembaga penyiaran komunitas*, adalah radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh komunitas tertentu. Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Radio komunitas misalnya radio komunitas Radio Dakwah Islam (Dais), Mitra Berdakwah dan Sholawat (MBS), Radio Ekspresi Mahasiswa (REM) FM dan masih banyak lagi.
- d. *Lembaga Penyiaran Berlangganan*, merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum di Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Jenis radio ini masih sangat jarang di Indonesia. Salah satu radio berlangganan yang berbentuk radio satelit adalah Worldspace. (Fachir, 2016 : 101)

#### 4. Program Siaran Radio

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

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

Programing merupakan faktor paling penting yang menentukan kesuksesan suatu radio. Program yang baik dan menarik akan mendatangkan banyak pendengar. Jumlah pendengar tersebut akan mengundang iklan yang akan mendatangkan pendapatan dan keuntungan bagi stasiun radio (Romli, 2017: 61-62).

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

- 1) Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khlayak *audience*. Informasi menjadi daya tarik program ini, dan informasi itulah yang ‘dijual’ kepada khalayak.

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

Dari beberapa penjelasan diatas program siaran merupakan suatu bagian atau segmen dari isi siaran yang penting untuk suatu produksi siaran, program yang menarik maka akan banyak menarik pendengar untuk mendengarkan radio. Menurut Morissan seperti pada paragraf di atas program dibagi menjadi dua kategori yaitu Informasi dan Hiburan. Dalam setiap kategori memiliki banyak komponen didalamnya seperti pada kategori program Informasi ada program berita, program *talkshow*, program konsultasi, program keagamaan, dan lain sebagainya. Pada kategori hiburan terdapat banyak komponen seperti program kebudayaan, program musik, program drama dan lain sebagainya. Di setiap radio tentu memiliki nama dan kemasan program yang beraneka ragam.

## C. Wayang

### 1. Pengertian Wayang

Arti harfiah dari wayang adalah bayangan, tetapi dalam perjalanan waktu pengertian wayang itu berubah, dan kini wayang dapat berarti pertunjukan panggung, teater atau dapat pula berarti aktor dan aktris. Wayang sebagai seni teater berarti pertunjukan panggung di mana sutradara ikut bermain. Jadi berbeda dengan sandiwara atau film dimana sutradara tidak muncul sebagai pemain. Adapun sutradara dalam pertunjukan wayang disebut dengan *dalang*, yang peranannya dapat mendominasi pertunjukan seperti dalam Wayang Purwa di Jawa, Wayang Parwa atau Wayang Ramayana di Bali, serta Wayang Banjar di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Timur. Dalam Wayang orang, peranan dalang tidak begitu menonjol (Pandam, 1928: 11).

Adapun Istilah wayang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) diartikan sebagai boneka tiruan orang yang terbuat dari patahan kulit atau kayu dan sebagainya yang dapat dimanfaatkan untuk memerankan tokoh dalam pertunjukan drama tradisional (Bali, Jawa, Sunda, dsb) biasanya dimainkan oleh seseorang yang disebut dalang; pertunjukan wayang; baying-bayang. Sedangkan pengertian wayang menurut *Bausastra Jawi* adalah bentuk atau rupa yang terjadi disebabkan dari barang yang terkena sorot; perwujudan orang atau barang lainnya yang dibuat dari kulit (Syahban, 2011: 1-2).

## 2. Sejarah Wayang

Pada awal mula dipergelarkan, wayang digunakan untuk memuja para ruh leluhur. Setelah zaman-zaman Kerajaan Kadari di Singasari, terutama pada zaman Airlangga dan Jayabaya. Ketika kebudayaan Hindu dari India tersebar dalam kehidupan manusia Jawa, muncullah cerita Mahabarata dan Ramayana. Kemudian, memasuki zaman Islam dengan ditandai runtuhnya kerajaan besar Majapahit. Wayang berubah fungsi menjadi media dakwah oleh para wali penyebar ajaran Islam. Cerita dalam lakon pewayangan tersebut dianggap sebagai cerminan kehidupan manusia di dunia dan mengandung nilai-nilai pendidikan moral yang tinggi (Ardian Kresna, 2012: 30).

Cerita wayang memang bersumber dari karya sastra kelas dunia yang sangat terkenal, yaitu Ramayana dan Mahabarata. Keduanya berasal dari India. Berdasarkan catatan sejarah buku-buku sastra itu di Nusantara ini ceritanya digubah oleh para pujangga dan empu. Karya sastra ini diperkirakan sampai di Nusantara pada awal abad Masehi. Buktinya adalah adanya prasasti dari Kerajaan Kutai di Kalimantan Timur yang ditulis dalam huruf Pallawa

yang menurut bentuk dan jenisnya berasal dari tahun 400 M atau abad ke-5 M. Adapun bahasanya yaitu Sansekerta (Syahban, 2011: 2-3).

### 3. Jenis-Jenis Wayang

Di Indonesia terdapat puluhan jenis wayang yang tersebar di Pulau Jawa, Bali, Lombok, Kalimantan, Sumatera dst. Baik yang masih populer maupun yang hampir atau sudah punah dan hanya dikenal dalam kepastakaan/museum-museum. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005), jenis-jenis wayang terbagi menjadi delapan, yaitu:

#### 1) Wayang Madya

Wayang Madya diciptakan oleh Sri Mangkunegara IV. Penciptaan wayang madya ini dimaksudkan untuk menghubungkan antara wayang purwa dengan wayang gedhog. Keberadaan wayang madya ini tidak dapat berkembang karena hanya terbatas pada lingkungan kadipaten Mangkunegara saja. Salah satu ceritera wayang madya yang terkenal adalah ceritera Prabu Anglingdarma dari kerajaan Malawapati dengan Patih Batik Madrim. Kesaktian Anglingdarma dengan memiliki “aji suleman” yaitu kesaktian Anglingdarma yang dapat mendengarkan pembicaraan hewan. Ceritera Prabu Anglingdarma ini sempat ditayangkan melalui layar kaca/difilmkan.

#### 2) Wayang Gedhog

Wayang Gedhog adalah salah satu jenis wayang yang terdapat di Nusantara yang terbuat dari kulit kerbau. Wayang gedhog merupakan rangkaian terakhir dari wayang kulit purwa-wayang madya-wayang gedhog. Gedhog diartikan sebagai batas akhir, yang berarti sudah sampai batas akhir dari cerita kisah pewayangan gubahan Mahabarata dan Ramayana yang bersifat kekawin, cerita jawa asli.

Wayang Gedhog ini yang membuat Sunan Giri dengan iringan gamelan pelog. Wayang Gedhog ini dasar ceriteranya dari ceritera Panji

yang muncul zaman kerajaan Kediri dan Majapahit. Di Zaman Kediri dan Majapahit gelar panji adalah gelar kaum kesatria dan raja Sering terdengar juga gelar dengan nama binatang perkasa, seperti Kebo Anabrang, Lembu Amiluhur, Mahesa Jlamprang, dan sebagainya.

### 3) Wayang Klithik

Wayang Klithik ini juga disebut wayang Krucil yang membuat Pangeran Pekik. Wayang ini dibuat dengan bahan kulit dan ukurannya kecil dikatakan wayang krucil. Sumber ceritera wayang Klithik adalah ceritera dari serat Damarwulan; yaitu peperangan antara Majapahit dengan Blambangan. Kemudian, oleh Paku Buwana II wayang Klithik ini dibuat dengan bahan kayu, sehingga apabila dimainkan menimbulkan suara “klithik-klithik”. Atas dasar suara “klithik-klithik” inilah wayang krucil ini disebut wayang Klithik.

### 4) Wayang cina

Wayang yang merupakan budaya Nusantara ini, sejalan dengan keberadaan orang-orang Cina di Indonesia tidak ketinggalan memperkaya budayanya dengan wayang Cina dengan sumber ceritera roman sejarah Negeri Cina. Wayang Cina ini dibuat tahun 1850 merupakan satu-satunya wayang yang berasal dari Kapitein Liem Kie Tjwan. Isi ringkasnya adalah perang batin antara Senapati Tig Djing dengan patih Mbang Hong yang bersekongkol dengan Soen Syon. Rasa iri dan dengki yang menimbulkan perang batin dapat diakhiri setelah Tig Djing menunjukkan darma baktinya dengan mengalahkan musuh dari kerajaan Sey Lao Kog.

### 5) Wayang Beber

Keberadaan wayang Beber saat ini telah berada pada kepunahan, yang dahulu pernah terkenal. Wayang Beber terdiri dua Jenis, yaitu wayang Beper Purwa dan wayang Beber Gedhog.

Wayang Beber Purwa muncul di Zaman Majapahit oleh Prabangkara. Ceritera pokok dan tokoh-tokohnya seperti dalam wayang

purwa. Wayang Beber Gedhog muncul pada zaman Kesultanan Pajang oleh Sunan Bonang di abad XV. Poerbatjaraka menyebutkan wayang Beber Gedhog muncul di zaman Demak tahun 1485. Hingga saat ini wayang Beber Gedhog di Pacitan dibuat tahun 1614, dan wayang Beber Gedhog Wonosari, Yogyakarta.

6) Wayang Menak atau Wayang Golek

Menurut penuturan Banis Isma'un dan Martono (1989 : 51) bahwa pertunjukan wayang berkembang pada masa pemerintahan Paku Buwana II. Saat itu muncul pertunjukan wayang Golek Purwa dan wayang terbang. Dikatakan sebagai wayang Terbang karena pertunjukannya diiringi dengan iringan alat terbang. Bersamaan dengan munculnya wayang Terbang itu, di daerah Kudus muncul wayang Golek Menak. Untuk mengimbangi wayang Golek Menak yang muncul di Kudus, Pakubuwana II memerintahkan membuat wayang Krucil dari kayu.

7) Wayang Kulit atau Wayang Purwa

Cerita wayang purwa bersumber pada wiracerita Mahabarata dan Ramayana. Dari cerita itu dapat dikembangkan menjadi banyak cerita. Dalam pengembangannya, terdapat tiga jenis ceritera wayang purwa, yaitu:

1. Ceritera baku adalah ceritera asli yang tidak menyimpang dari ceritera induk. Ceritera carangan kadapur adalah ceritera baku yang diambil dari ceritera induk kemudian dikembangkan oleh dalang.
2. Ceritera carangan adalah ceritera yang dihasilkan dari kreativitas dalang atau dengan tidak melenceng dari "pakem" Ceritera.
3. Ceritera carangan ini tidak terdapat dalam ceritera induk.

8) Wayang Duporo

Wayang Dupara memiliki dasar ceritera atau legenda zaman Majapahit hingga zaman perang Diponegara. Wayang Dupara ini tidak



begitu dikenal oleh masyarakat Jawa, karena masyarakat sendiri kurang tertarik dengan wayang Dupara yang menyerupai wayang Klithik. Beberapa ceritera dalam wayang Dupara, antara lain: Dewi Nawangwulan dan Jaka Tarub, Jaka Tingkir, Untung Surapati, dan sebagainya.

#### 9) Wayang wong

Wayang Wong adalah pertunjukan wayang yang dipergunakan oleh manusia (wong), meliputi: Wong Purwa, Wayang Wong Gedhog, Wayang Wong Klithik, dan Wayang Wong Menak. Wayang Wong Purwa berdasar ceritera Mahabarata dan Ramayana. Wayang Wong Gedhog sumber ceriteranya seperti wayang Gedhog dengan memakai topeng. Wayang Wong Klithik tanpa memakai topeng dan dialognya memakai tembang dan disebut “Langendriyan” (opera jawa). Wayang Wong Menak dengan sumber ceritera Menak. (Syahban, 2011: 11-18).

Dalam penelitian ini program wayang di RRI Pro 4 menggunakan wayang dengan jenis wayang kulit yaitu jenis wayang yang terbuat dari kulit. Wayang merupakan kategori kebudayaan yang pada zaman penyebaran Islam di Jawa digunakan sebagai alat perjuangan penyebaran agama dan budaya Islam. Walisongo, terutama, Sunan Kalijaga dipercaya menggunakan wayang kulit sebagai media dakwah dengan melakukan gubahan cerita pakem wayang kulit. Cerita wayang yang mulanya mereferensikan pada keyakinan agama Hindu dan berasal dari daratan India lalu disesuaikan dengan ajaran Islam di Jawa. Sebut saja lakon wayang dalam berbagai alur cerita berisi kebiasaan hidup, tingkah laku atau etika kehidupan manusia dan keadaan alam. Lakon wayang merupakan cermin kehidupan manusia yang dialami sejak dari lahir, hidup, mati. (Purwa, Madya. Wayang dalam dakwah islam di nusantara).

## 4. Penokohan Wayang

### 1) Bantara Wisnu

Sang hyang wisnu adalah seorang dewa yang pernah menjelma menjadi raja di muka bumi sebagai manusia biasa yang bertahta di purwacarita dan memiliki gelar sri maharaja budakresana. Ketika dewa ini lahir, bumi terasa bergetar, sampai sampai betara guru pun jatuh terpelanting. Beranjak dewasa, bathara wisnu memiliki 3 istri yaitu dewi setyabama, putri hyang pancaresi, dan hyang wisnu bisa tiwikrama, menjadi raksasa yang sangat besar dan memiliki senjata cakra yang sangat sakti.

Sang hyang wisnu digambarkan sebagai seorang yang bermata jaitan, bermuka agak dongkak, berhidung mancung, bergaruda membelakang dan bersunting waderan. Bathara wisnu memiliki sifat yang tegas, ikhlas, pemaaf, tanpa pamrih dan dapat memberi semua kehidupan kepada mahluknya.

## 2) Bantara Surya

Bathara surya merupakan putra dari semar (Batara Ismaya) yang bertempat tinggal di Kahyangan Ekacakra bersama kedua istrinya yang seorang bidadari kakak beradik dengan nama Dewi Ngruna dan Dewi Ngnini. Batara surya juga dewa yang menguasai gerak matahari, makanya sering diebut juga sebagai Dewa Matahari.

Penyebab lahirnya batar surya dalam lakonnya adalah salah satu dewa yang menurunkan raden syaputra dengan ibunya yaitu sang dewi kunti. Bathara surya juga memiliki anda yang bernama Prabu Karna atau sering dipanggil Raden Surya Putra dari perkawinannya dengan dewi kunti saat dia turun ke Bumi. Pada dasarnya Dewi Kunti memiliki 6 anak, namun tidak mengikuti sang ibu karena ikut berpartisipasi membela Kurawa dalam perang Bharatayuda. Bathara surya juga memiliki kereta yang ditarik oleh 7 kuda, dengan pengemudinya bernama Aruna. Bathara Surya memiliki watak welas asih, tenang dan tidak suka marah.

## 3) Yudistira (Pandawa lima)

Yudishtira atau memiliki nama kecil punta Dewa merupakan putra dari seorang Prabu Pandu dan Dewi Kunti. Yudistira adalah seorang Raja yang memerintah di Kerajaan Kuru, dan pusat pemerintahannya berada di Hastinapura. Yudistira juga yang paling tua di antara 4 pandawa lainnya yaitu Bima, Arjuna, Nakula dan Sadewa. Dalam tradisi Pewayangan, ia diberi julukan Puntadewa dan gelar Pranu.

Selain memiliki nama kecil Punta Dewa, Yudishtira juga mempunyai nama lainnya yaitu Bharata, Ajatasatru, Kurunandana dan lain sebagainya. Ia juga berasal dari Dinasti Candra dan bersenjata Tombak. Memiliki sifat jujur, adil, taat agama, mudah memaafkan, bijaksana, tidak pernah berdusta dan tidak memiliki musuh satupun.

#### 4) Werkudara (Pandawa lima)

Anggota dari pandawa 5 ini memiliki julukan Werkudara atau Werkudara, artinya gemar makan. memiliki nama kecil Bima dan anak dari perkawinan Prabu Pandu dan Dewi Kunti. Jika dalam bahasa Sangsakerta, nama Bima memiliki arti mengerikan. Dia merupakan seorang Pandawa yang kuat, memiliki lengan yang panjang, tubuh yang tinggi dan memiliki wajah paling gagah dan sangar dibanding 4 pandawa lainnya. walaupun terbilang menyermakan ditambah membawa senjata bernama Gada, namun memiliki hati yang baik tidak seperti kelihatannya.

Bima juga sangat dibutuhkan terutama kemahirannya dalam berperang agar mereka bisa memenangkan peperangan dalam pertempuran akbar di Khurukseta. Perlu anda ketahui, Gatot Kaca merupakan anak dari Werkudar dari Ras Rakhsasa. selain Gatotkaca, Bima juga memiliki 2 anak lainnya bernama Antareja dan Antasena dalam pewayangan Jawa. Bima memiliki watak Jujur, tabah, patuh, setia, berani dan kuat.

#### 5) Arjuna

Arjuna memiliki nama kecil Permadi, anak bungsu dari seorang Prabu Pandu dan Dewi Kunti. Jika dalam bahasa Sangsakerta, nama Arjuna berarti yang Bercahaya. Penjelmaan dari Dewa Indra atau sering disebut Dewo Indra. memiliki kemahiran ilmu memanah dan sudah dianggap oleh Drona. selain nama Permadi, Arjuna juga memiliki nama panggilan yang lainnya yaitu Dhannjaya, Kirti, Partha. Arjuna memiliki sifat atau watak yang pendiam, sopan santu, lemah lembut, teliti, berani, cerdas dan mampu melindungi yang lemah. busur panahnya yang terkenal bernama busur Pasopati.

6) Nakula Sadewa (Pandawa lima)

Nakula dan Sadewa merupakan putra kembar dari Prabu Pandu dan Dewi Kunti. Nakula bisa dibilang jelmaan dari Dewa kembar bernama Aswin, yang sering dikenal sebagai dewa Pengonatan. Namun, orang tua Nakula dan Sadewa meninggal sehingga mereka di Asuh oleh Dewi Kunti, Istri Pandu yang lainnya. Nakula merupakan Kesatria yang ahli dalam bermain pedang, sedangkan Sadewa ahli dalam ilmu Astronomi. Nakula dan Sadewa memiliki watak yang sama yaitu jujur, setia, taat dan patuh terhadap orang tuanya.

7) Semar

Semar memiliki watak mengasihi sesam, rendah hati, tidak lupa diri karena kelebihan yang ada pada dirinya. Sehingga, watak Semar patut di contoh dan diterapkan di kehidupan.

8) Gareng (Pandawa Lima)

Gareng memiliki watak tidak suka mengambil hak orang lain, berhti hati dalam melangkah, selalu mengeluarkan aura yang positif, dan selalu ceria dan gembira.

9) Bagong

Bagong adalah tokoh pewayangan yang humoris dan suka bertingkah bodoh kepada temannya, dengan sedikit agak lancang. Namun

dibalik itu, bagong merupakan tokoh yang menyenangkan, sederhana dan tidak kagum pada kehidupan. (Artikel [Tokoh Wayang Kulit, Sifat dan Gambarnya - Jagad.id](#) diakses pada 21 Des 2020)

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

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

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

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

Ketika Jepang menjajah pejuang radio dari Semarang bekerjasama dengan pemuda dari Purwakarta, Surakarta, Bandung, Jakarta, Malang, dan Surabaya bergotong royong mendirikan stasiun radio. Pada masa penjajahan Jepang, para pemuda. Para pemuda pejuang radio inilah yang berjasa mendirikan Radio Republik Indonesia pada tanggal 11 September 1945. Kelahiran LPP RRI pada tanggal 11 September 1945 kini diperingati sebagai hari Radio. Peringatan ulang tahun RRI juga turut dikumandangkan Tri Prasetya RRI, hal ini dilakukan sebagai credo bagi seluruh karyawan RRI (Djamal, 2015:14)

RRI sebagai lembaga penyiaran publik adalah radio yang menyanggah nama Negara, siarannya berorientasi untuk kepentingan masyarakat, bangsa, dan Negara. RRI berfungsi memberikan informasi, pendidikan, pelestarian

budaya, hiburan yang sehat, perekat dan control social, serta menjaga citra positif bangsa di dunia internasional. Saat ini RRI memiliki 84 cabang di Ibukota Profinsi, Kabupaten atau Kota diseluruh Indonesia dengan klasifikasi stasiun penyiaran tipe A di Ibukota Negara (1Stasiun), Stasiun penyiaran tipe B di Ibukota Propinsi (13 stasiun), stasiun penyiaran tipe C di Ibukota Propinsi atau Kabupaten atau Kota (51 stasiun) pusat pemberitaan di Jakarta (Programa 3 atau kantor berita nasional), serta studio produksi RRI di daerah terpencil (16 studio produksi),

Setiap stasiun tipe C di ibukota propinsi, kabupaten atau kota menyelenggarakan setidaknya dua program, yaitu program 1 dan program 2 serta memancar teruskan program 3 yang merupakan radio berita berjaringan nasional. Stasiun penyiaran tipe A dan B disamping menyelenggarakan program 1 dan 2 serta memancar teruskan program 3, juga menyelenggarakan program 4 yang secara khusus menyajikan siaran pendidikan dan kebudayaan dengan orientasi konten lokal (sumber : Pusat Data Informasi <http://www.rri.co.id>).

RRI secara konsisten menjalankan fungsi strategisnya dibidang pendidikan dan kebudayaan, untuk menjalankan fungsinya RRI menyelenggarakan siaran seni dan budaya daerah seluruh Indonesia baik berupa Festival menyanyi lagu Melayu, Bintang Radio (pencarian bakat bernyanyi), Ketoprak, Wayang Orang, Wayang Golek, serta budaya daerah lainnya. Secara kontinyu melalui aktivitas off-airnya RRI menggelar acara musik, tari, dan seni kreativitas melalui Pekan Kreatif dan layanan masyarakat. Siaran pendidikan dan kebudayaan juga seringkali disiarkan secara berjaringan, dengan tujuan mempertemukan ragam seni budaya daerah satu dengan yang lainnya guna mempereratkan budaya antar daerah (Sumber: rri.co.id diakses pada Kamis, 20 Desember 2020 pukul 20:13 WIB).

Disahkannya Undang – Undang Nomor 23 tahun 2002 tentang penyiaran telah mengubah status RRI menjadi lembaga Penyiaran Publik.

Pasal 14 Undang – Undang Nomor 32 tahun 2002 menegaskan bahwa RRI adalah lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral, tidak komersil, berfungsi melayani kebutuhan masyarakat.

RRI sebagai lembaga penyiaran publik memiliki pedoman nilai-nilai standar penyiaran yang meliputi : bersifat independen dan netral, siaran harus memihak kepada kebenaran, siaran memberikan pemahaman, siaran mengurangi ketidak pastian, siaran berpedoman pada pancasila UUD 1945 dan kebenaran serta peraturan yang lainnya, siaran harus memihak hanya pada kepentingan NKRI, serta siaran harus menjaga persatuan, kesatuan dan kedaulatan NKRI (Sumber rri.co.id dikases pada Minggu, 29 November 2020 pukul 14:09 WIB)

RRI sebagai media utama perekat antar bangsa, diwujudkan melalui program siaran yang dapat menghubungkan dan mempertemukan warga bangsa yang ditinggal di perkotaan maupun pedesaan melalui siaran radio. Sejak tahun 2008, RRI mendirikan stasiun RRI di wilayah perbatasan serta daerah terpencil yang belum terjangkau layanan siaran (blank spot area). Hingga saat ini sudah beroperasi 16 stasiun RRI di perbatasan dan daerah terpencil, yang terakhir berdiri adalah EEI Talaud pada 25 Mei 2013. Kehadiran stasiun RRI di perbatasan dan daerah terpencil merupakan salah satu bentuk pelaksanaan prinsip lembaga penyiaran publik yang berkewajiban memberikan pelayanan bagi seluruh masyarakat Indonesia (Sumber : Pusat data dan Informasi rri.co.id diakses pada Minggu, 29 November 2020 pukul 14.15).

Tahun 1936 di Semarang berdiri stasiun radio siaran bernama Radio Semarang dengan kekuatan pemancar 150 W bertepatan di arena pasar malam di jalan Veteran Semarang. Radio Semarang didirikan oleh pecinta seni sehingga orientasinya semata-mata hanya kesenian. Sekitar tahun 1937 anggota yang tergabung dalam Radio Semarang pada awalnya sekitar 1000 orang. *Henk Van Loewen* menjadi menjadi direktur radio Semarang pada tahun 1935.



Pada tahun 1942 tepatnya pada tanggal 8 Maret, Belanda menyerah kepada Jepang. Pada saat itu, radio siaran dihentikan termasuk radio Semarang. Jepang kemudian mendirikan lembaga penyiaran baru yang dinamakan *Hoso Kanri Kyoku* di Semarang pada saat itu berada di jalan Pandanaran (saat ini bernama jalan Ahmad Yani 144-146) dipimpin oleh orang Jepang bernama *Yama Waki* dengan program siaran Asia Timur Raya. Tanggal 11 September 1945, *Hoso Kanri Kyoku* berubah nama menjadi Radio Republik Indonesia (Djamal,2004:20)

Tugas RRI dalam melayani masyarakat di seluruh NKRI tidak dapat dilayani dengan satu program saja, oleh karena itu RRI menyelenggarakan siaran dengan 4 program dan satu saluran siaran luar negeri.

*Pertama*, Program 1 dikembangkan sebagai pusat pemberdayaan masyarakat lokal. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya disengaja untuk memfasilitasi publik lokal dalam merencanakan, memutuskan, dan mengelola sumberdaya lokal yang dimiliki melalui pemilihan tindakan (*collective action*) dan bekerjasama (*networking*). Siaran pemberdayaan dilaksanakan guna mendorong publik agar mampu memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki secara optimal serta terlibat secara penuh dalam mekanisme produksi, ekonomi, social, dan ekologi.

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

*Kedua*, yaitu program 2. Pro 2 dikembangkan sebagai pusat kreatifitas anak muda. Kreatifitas yang ingin dibentuk melalui siaran pro 2 adalah karakter pribadi anak muda yang berorientasi kepada hasil terbaik dan

karya yang orisinal. Pro 2 memiliki format program sebagai saluran musik dan informasi. Segmen pendengar dari pro 2 merupakan usia remaja, mulai 13 hingga 23 tahun. Klasifikasi siaran dari Pro 2 yaitu: informasi dan berita 30 %, pendidikan dan kebudayaan 20 %, iklan dan layanan masyarakat 10% serta hiburan 30 %.

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

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

RRI juga memberikan akses yang lebih luas dan mudah kepada khalayak, layanan tidak hanya diberikan melalui siaran teresterial (FM dan AM), tetapi juga melalui media baru yakni internet dan aplikasi (*mobile application*) serta program radio *picture* (radio bergambar) khususnya siaran budaya nusantara. Khalayak dapat melihat dan mendengar RRI melalui layanan audio video *Streaming* pada web <http://www.rri.co.id> yang berupa teks, audio, dan video *streaming* dengan rubrik yang mencerminkan lembaga penyiaran publik (<http://www.rri.co.id> diakses pada 18 Desember 2017 pukul 07:15 WIB).

## 2. Arti Logo LPP RRI

Gambar 1

### LOGO LPP RRI



#### Logo LPP RRI

Arti logo RRI:

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

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

### 3. VISI dan MISI LPP RRI

#### A) VISI RRI

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

#### B) MISI RRI

- 1) Memberikan pelayanan informasi terpercaya yang dapat menjadi acuan dan sasaran control social masyarakat dengan memperhatikan kode etik jurnalistik atau kode etik penyiaran.
- 2) Mengembangkan siaran pendidikan untuk mencerahkan, mencerdaskan, dan memberdayakan serta mendorong kreativitas masyarakat dalam kerangka membangun karakter bangsa.
- 3) Menyelenggarakan siaran yang bertujuan untuk menggali, melestarikan, dan mengembangkan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat bagi keluarga, membentuk budi pekerti dan jati diri bangsa di tengah arus globalisasi.
- 4) Menyelenggarakan program siaran berspektif gender yang sesuai dengan budaya bangsa dan melayani kebutuhan kelompok minoritas.
- 5) Memperkuat program siaran di wilayah perbatasan untuk menjaga kedaulatan NKRI.

- 6) Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik Negara dan citra positif bangsa.
- 7) Meningkatkan partisipasi publik dalam proses penyelenggaraan, pelaksanaan, hingga evaluasi program siaran.
- 8) Meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan mengoptimalkan sumberdaya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelolaan operasional maupun pemeliharaan perangkat teknis.
- 9) Mengembangkan organisasi yang dinamis, efektif, dan efisien dengan sistem manajemen sumber daya (SDM, keuangan, asset, informasi, dan operasional) berbasis teknologi informasi dalam rangka mewujudkan tata kelola lembaga yang baik (*Good Corporate Government*).
- 10) Meningkatkan kualitas siaran luar negeri dengan program siaran yang mencerminkan politik Negara dan citra positif bangsa.
- 11) Memberikan pelayanan jasa-jasa yang terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan asset Negara secara profesional dan akuntabel serta menggali sumber-sumber penerimaan lain untuk mendukung operasional siaran dan meningkatkan kesejahteraan pegawai (sumber: Arsip Bidang Layanan Masyarakat Umum RRI Semarang).

#### **4. Tri Prasetya RRI**

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

hati yang bersih dan jujur serta budi yang penuh kecintaan dan kesetiaan kepada tanah air bangsa.

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

### **5. Prinsip Lembaga Penyiaran Publik**

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

### **6. Peranan RRI**

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

- 1) Peranan dalam pemberdayaan masyarakat, RRI menyelenggarakan siaran pemberdayaan masyarakat di semua lapisan masyarakat melalui siaran pedesaan, nelayan, wanita, anak-anak, siaran lingkungan hidup, kewirausahaan, teknologi tepat guna, kerajinan, perdagangan, pertanian, koperasi, industry kecil.
- 2) Peran RRI sebagai pelestari budaya bangsa: seluruh RRI wajib menyelenggarakan siaran seni dan budaya daerah seluruh Indonesia secara konsisten dan tidak pernah berhenti, seperti ketoprak, wayang orang, wayang golek, madihin, saluang, dan budaya lainnya.

- 3) Peran RRI sebagai pelestari lingkungan: RRI menyelenggarakan siaran *Green Radio* untuk penanaman kembali *re-use*, *reduce* dan *recycling* dengan berbagai format dan variasi bentuk acara.
- 4) Peran RRI sebagai media pendidikan: RRI menyelenggarakan siaran pendidikan dari taman kanak-kanak sampai mahasiswa. RRI menyelenggarakan pecan kreatif dengan mengadakan lomba kreatif remaja seperti lomba cipta lagu, lomba cipta desain, lomba IT, lomba band indie, bintang radio, pembacaan tilawatil qur'an. RRI juga menyelenggarakan siaran pendidikan sosial masyarakat seperti siaran wanita, siaran pedesaan dan siaran KB.
- 5) Peran RRI sebagai media diplomasi: RRI menyelenggarakan siaran radio diplomasi melalui siaran luar negeri untuk membangun citra positif bangsa di dunia internasional, bekerja sama dengan kedutaan dan radio luar negeri.
- 6) Peran RRI sebagai media terdepan tanggap bencana: RRI menyelenggarakan siaran langsung dari tenda darurat melalui *Radio Based Disaster Management*. Setiap ada bencana, dalam waktu kurang dari 24 jam RRI harus sudah melaporkan, kemudian di ikuti program Pelipur Lara Korban bencana dan trauma *healing* dengan mendirikan studio siaran darurat.
- 7) Peran RRI dalam menghubungkan tenaga kerja dari luar negeri: RRI menyelenggarakan siaran rutin dan terkoneksi dengan 7 negara yaitu : Hongkong, Malaysia, Brunei Darussalam, Jepang, Taiwan, Korea, dan Arab Saudi untuk mendekatkan TKI dengan kampung halaman. Pendengar RRI diluar negeri khususnya TKI dapat mendengarkan melalui *audio streaming*. Dalam rangka mewujudkan peran diplomasi, RRI menyelenggarakan *diplomatic* forum. RRI juga memberikan pelayanan kepada masyarakat Indonesia di luar negeri khususnya TKI dengan menyelenggarakan acara bilik sastra.

- 8) Peran RRI sebagai media hiburan: RRI menyelenggarakan siaran hiburan berupa siaran musik dan kata, pagelaran musik klasik yaitu orkes simphoni Jakarta dan orkes simponi yang dimiliki RRI daerah, pagelaran kesenian dan budaya, serta lawak dan kuis.
- 9) Peran RRI dalam sabuk pengaman Informasi (*Safety Belt Information*): selama tahun 2009 sampai dengan tahun 2010 RRI telah mendirikan studio di wilayah perbatasan dan daerah terpencil atau *blank spot*, yaitu: Entikong, Batam, Nunukan, Putusibaou, Malinau, Atambua, Ampana, Boven Digoel, Kaimana, Skow, Oksisbil, Takengon, Sabang dan Sampang. Siaran melalui studio ini diproduksi untuk meningkatkan rasa nasionalisme dan memberikan akses informasi yang berimbang bagi masyarakat di daerah perbatasan maupun daerah yang sebelumnya tidak menerima siaran RRI *atau blank-spot* (Sumber: Pusat Data dan Informasi, rri.co.id).

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

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

Pro 4 merupakan pelestarian budaya dan pembangun bangsa yang berisi siaran pendidikan dan kebudayaan. Pro 4 memiliki visi program yaitu “menjadi media referensi utama untuk siaran kebudayaan Indonesia” dan tag line “Pro 4 Ensiklopedi Budaya Keindonesiaan” dan semboyan “Sekali di udara tetap di udara”. Pro 4 didesain untuk membangun karakter bangsa dengan cara menyiarkan acara-acara yang memberikan pencerahan, mendidik atau menanamkan nilai – nilai luhur, nilai universal, semangat kemandirian, kerja keras, disiplin, melayani kepentingan publik, tanggung jawab, jujur, adil, dan teguh pendirian. Visi pro 4 sebagai saluran siaran pusat kebudayaan Indonesia, memiliki format program berupa siaran informasi, pendidikan, budaya dan hiburan.



Pro 4 RRI Semarang menempati *channel* radio dengan frekuensi 88,2 M.Hz durasi siarnya selama 19 jam per hari, dapat berlangsung selama 24 jam apabila diperlukan untuk menyiarkan acara tertentu, seperti pagelaran wayang. Klasifikasi isi siaran acara di Pro 4 meliputi berita dan informasi 10 %, pendidikan dan kebudayaan 55%, iklan atau layanan masyarakat 5 %, serta hiburan atau music 30% (music berupa 75% lagu daerah jawa, dan 25 % lagu daerah nusantara). Pro 4 RRI Semarang memiliki segmentasi khalayak dengan usia pendengar antara 25-56 tahun (dewasa) (sumber: Pusat data dan informasi rri.co.id).

RRI sebagai suatu media massa memiliki peran dalam pelestarian dan mengembangkan kebudayaan daerah, sesuai dengan status RRI sebagai lembaga penyiaran publik. RRI mengemban amanah sebagai benteng budaya bangsa, sebagaimana telah disebutkan pada ayat 2 pasal 4 Undang-undang N0.32 tahun 2002 tentang penyiaran. Pada UU ini dijelaskan bahwa penyiaran memiliki fungsi ekonomi dan kebudayaan. Kemudian pada pasal 4 Peraturan Pemerintah (PP) nomor 12 tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) disebutkan bahwa tugas RRI anatara lain melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan radio yang dilakukan Universitas Indonesia pada tahun 2003, siaran RRI telah menjangkau 83% masyarakat Indonesia (Djamal,2015:19).

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

Terbentuknya PRO 4 merupakan bukti kepedulian RRI terhadap kebudayaan Bangsa Indonesia yang eksistensinya kini semakin memudar. Pro 4 RRI Semarang sebagai saluran siaran radio dengan ciri khas sebagai kanal budaya memiliki tujuan untuk melestarikan dan mengembangkan beragam kebudayaan yang meliputi : kethoprak,campursari,gendhing jawa (alunan gamelan), lenggam keroncong jawa, hingga siaran pementasan wayang orang maupun wayang kulit (hasil wawancara oleh Ky Warseno dalang sekaligus penyiar Pro 4 Semarang).

## **2. Struktur Organisasi Pro 4 RRI Semarang**

Struktur organisasi adalah hubungan anantara bagian serta posisi yang ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan oprasionalnya guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Adanya struktur organisasi ini dapat memudahkan dan mengetahui hubungan pertanggungjawaban serta wewenang terhadap kegiatan yang dilakukan. ( wawancara dengan Pak Iwan sebagai koordinator Pro 4 RRI Semarang pada hari Sabtu, 19 Desember 2020). Adapun struktur organisasi Pro 4 RRI Semarang, yaitu :

Kepala LPP RRI Semarang	: Nazwin Ahmad S.Sos, M. AP
Kabid Program Siaran	: Otok Indro Misliwantono, SPT
Kasi Pro 4	: -
Kepala Penyiar	: Setyawan
Penyiar	: - Iwan Sulis
	- Titis
	- Tono
	- Siwi
	- Arfon
Operator	: Sumiyati, Yuli dan Wulan
Produksi	: Imam Riyadi

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

Program siaran adalah segmen dari isi siaran yang penting untuk produksi siaran, program yang menarik maka akan banyak menarik pendengar untuk mendengarkan radio. Seperti menurut Morissan program dibagi menjadi dua kategori yaitu Informasi dan Hiburan. Dalam setiap kategori memiliki banyak komponen didalamnya seperti pada kategori program Informasi ada program berita, program *talkshow*, program konsultasi, program keagamaan dan lainnya. Pada kategori hiburan terdapat banyak komponen seperti kebudayaan, program musik, program drama dan lain sebagainya. Di setiap radio tentu memiliki nama dan kemasan program yang beraneka ragam.

RRI PRO 4 memiliki target pendengar usia 25-50 tahun dan memiliki peran dalam pengembangan dan pelestarian budaya lokal. Peranan ini diwujudkan dalam dua kategori, pertama menempatkan budaya sebagai suatu pendekatan dalam penyelenggaraan siaran. Artinya budaya ditempatkan sebagai sudut pandang dalam membuat program yang akan diudarkan. Kedua, budaya sebagai format siaran yang menunjukkan bahwa budaya merupakan isi siaran. Perwujudan dari beberapa konsep inilah yang membuat Pro 4 RRI Semarang memiliki beberapa program yang beragam diantaranya :

- a) *Mutiara Pagi*, merupakan sebuah program kategori keagamaan yang berisi nasehat dan tujuan hidup sesuai dengan ajaran agama, oleh Narasumber dari berbagai Agama seperti Agama Islam, Agama Hindu, Agama Budha, Agama Kristen, Agama Katholik. Acara ini memiliki tujuan untuk meningkatkan iman dan taqwa sebagai ajang pemecahan masalah kehidupan yang sesuai dengan ajaran agama. Acara ini di udarkan pada pukul 05.10- 06.00 WIB, dengan durasi siaran 50 menit.
- b) *Gado – Gado Semarang*, merupakan sebuah acara yang menyajikan aneka informasi baik peristiwa, situs bersejarah, kuliner, tradisi, kesenian dan lain *sebagainya*. Acara ini bertujuan untuk memberikan semangat untuk berkatifitas dan memberikan informasi tentang pariwisata, situs

bersejarah, kuliner, tradisi, kesenian dan lain-lain yang merupakan khas Semarang. Acara ini diudarkan pada pukul 06.05-07.00 dan 07.15-08.00. Program acara ini merupakat kategori hiburan dan informasi yang disiarkan berdurasi 110 menit.

- c) *Jateng Gayeng*, merupakan program yang membahas tentang seni, tradisi, *peristiwa*, dan budaya di Jawa Tengah oleh Narasumber diselingi music campursari yang menjadi ciri khas Jawa Tengah. Tujuan dari program ini adalah agar pendengar lebih memahami, mengapresiasi dan terinformasikan tentang berbagai kearifan local, seni, tradisi dan peristiwa kesenian serta kebudayaan di Provinsi Jawa Tengah. Program acara ini di udarakan pada pukul 08.05-09.00 dan merupakan kategori Pendidikan.
- d) *Pas Jam* (Info Budaya), merupakan sajian info – info budaya yang digali dari 7 *unsur* kebudayaan yang meliputi bahasa, sistem pengetahuan, organisasi social, sistem mata pencaharian, sistem religi dan kesenian. Program acara ini bertujuan untuk memberi informasi tentang budaya yang diambil dari aspek kehidupan masyarakat. acara ini diudarkan pada setiap satu jam sekali di pas jam dengan kategori Informasi.
- e) *Mangun Suka*, Mangunsuka artinya membuat senang. Acara ini memberikan *hiburan* kepada khalayak pendengar dengan sajian khas Jawa Tengah berupa gendhing-gendhing Jawa musik campursari dan dagelan seperti, Klenengan Siang, Gendhing-Gendhing, Campursari (kreasi), Guyon Waton. Tujuan acara ini adalah menemani pendengar beristirahat siang, melestarikan dan mengembangkan kesenian tradisional. Acara ini di udarakan pada pukul 11.05-`3.00 dengan kategori Hiburan.
- f) *Ngudi Kaswargan*, merupakan ceramah Agama Islam menggunakan bahasa Jawa menyesuaikan saat menjelang mahgrib diselingi pemutaran lagu – lagu Islam. Acara ini bertujuan untuk memberikan pencerahan kepada pendengar sesuai ajaran Islam, menanti adzan mahgrib. Acara ini

diudarkan pada pukul 17.05-17.50 WIB dengan kategori Pendidikan dan Keagamaan.

- g) *Tembang Islami*, merupakan sajian lagu-lagu yang bernuansa Islami untuk memuaskan saat menjelang dan setelah adzan mahgrib. Acara ini bertujuan untuk memberikan hiburan bernuansa islami memuaskan sebelum dan sesudah adzhan mahgrib. Acara ini di udarakan pada pukul 17.30 – 18.50 WIB dan berkategori Hiburan.
- h) *Buluh Perindu*, merupakansajian Irama keroncong, lenggam dan setambul diselingi pemutaran ILM, Filler dan Info lagu sambil interaksi dengan *pendengar*. Acara ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mencintai lagu dan music keroncong terutama generasi muda. Acara ini diudarkan pada pukul 18.05-19.00 WIB dan berkategori Hiburan dan Pendidikan.
- i) *Mardi Siwi*, Merupakan sebuah acara yang ditujan untuk anak SD-SMP berupa sajian tembang dolanan anak dan cerita nusantara. Seminggu satukali *dijadwacklkn* menjadi ajang siswa SD/SMP di Kota Semarang menampilkan kiprahnya dalam seni dan budaya. Acara ini bertujuan untuk mengenalkan kembang dolanan dan cerita nusantara kepada generasi muda. Menumbuhkan rasa cinta terhadap seni & budaya bangsa menjadi wahana berekspresi sesuai jatidari. Acara ini di udarakan pada pukul 18.05-19.00 WIB dengan durasi 55 menit dan termasuk dalam kategori hiburan dan pendidikan.
- j) *Kembang Setaman*, merupakan acara yang membahas aneka topik yaitu, seni, adat tradisi, budi pekerti, kesehatan, budaya nusantara, benda dan tempat *bersejarah* sepersti sebagai berikut, Wiro Sambodo, Pesona Budaya Indonesia, Empon-Empon, Pustaka Jawi, Seger Waras, Ngleluri Tradisi, Mudhatama. Program acara ini bertujuan untuk memberikan pencerahan kaarkter yang baik terutama kepada generasi muda. Acara ini di udarakan pada pukul 19.05-22.00 WIB, dan termasuk dalam kategori Pendidikan.

- k) *Khasanah Budaya*, merupakan program yang memberikan Informasi tentang seni dan budaya yang ada di Jawa Tengah dengan konten acara yang berbeda setiap harinya dengan narasumber yang berbeda pula. Terdapat *beberapa* tema dalam acara ini yaitu, Sinau Bhasa Jawi, Angkringan Pro 4, Bowo Raos, Sarasehan, Sekar Binabar, Apresiasi Seni & Budaya, Jagad Padelangan. Acara ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan tambahan wawasan kepada masyarakat, tentang berbagai kesenian dan kebudayaan yang ada di Indonesia terutama di Jawa Tengah. Program acara ini di udarakan pada pukul 20.05-21.00 WIB. Dengan Kategori Program Pendidikan.
- l) *Pawartos Jawa Tengah*, Buletin berita berbahasa Jawa yang berisi berita dan informasi seputar Jawa Tengah. Memiliki tujuan program acara yaitu memberikan berita atau *informasi* seputar Jawa Tengah. Program acara ini di udarakan pada pukul 21.00-21.15 WIB termasuk dalam kategori Berita dan Informasi.
- m) *Program Wayang*, merupakan sebuah program khusus menyiarkan acara pertunjukan wayang, yang disiarkan secara live dan rekaman, program wayang ini bertujuan untuk menjaga dan melestarikan wayang yang menjadi budaya asli Indonesia. acara dikemas menggunakan bahasa jawa, dan di udarakan selama satu minggu satu kali di hari sabtu, pada pukul 21.00 – 23.00 WIB dengan kategori program acara Hiburan (Sumber : arsip Pro 4 RRI Semarang).

## C. Program Wayang

### 1. Profil Program Wayang

Pro 4 RRI Semarang memiliki beberapa program siaran hiburan, pendidikan dan kebudayaan, karena RRI Semarang berada di wilayah Regional Jawa maka sebagian besar program siaran yang diudarkan berupa

budaya Jawa. Bahasa siar yang digunakan menggunakan bahasa Jawa, baik *karma inggil* maupun bahasa Jawa *Ngoko*.

Program acara yang disiarkan oleh Pro 4 salah satunya mengandung unsur kebudayaan asli Jawa adalah Program acara Wayang. Program Wayang merupakan program kebudayaan yang mengandung pendidikan dan keagamaan berupa ajaran moral dan budi pekerti di dalamnya, yang diudarkan oleh Pro 4 RRI Semarang setiap satu minggu satu kali pada hari Sabtu, mulai pukul 21.15 hingga pukul 24.00 WIB. Program Wayang lahir bersama dengan munculnya Program 4 yaitu pada tanggal 31 Mei 2007. Program Wayang ini selama mengudara menjadi salah satu program unggulan di RRI Pro 4 Semarang. Lahirnya program ini dengan tujuan diutamakan untuk mewadahi kearifan lokal dan tentunya *nguri nguri* dan melestarikan budaya Jawa yaitu pagelaran wayang.(hasil wawancara dengan Bapak Warsino, Sabtu, 11 Desember 2020).

Program Wayang merupakan program yang memiliki dua model format acara yaitu *on air* (langsung) dan *off air* atau *recording* (rekaman). Format *on air* (langsung) yaitu RRI Menyiarkan pertunjukan wayang ketika pagelaran wayang berlangsung, dan yang secara *off air* yaitu pemutaran rekaman pertunjukan wayang kemudian diudarkan sesuai jadwal yang ditentukan. Program acara wayang ini memiliki target pendengar umum namun lebih condong sesuai dengan target pendengar dari RRI Pro 4 yaitu usia dewasa hingga tua usia 25 sampai 50 tahun, untuk itu Bahasa yang sesuai di gunakan dalam pagelaran ini adalah bahasa Jawa *Kawi* (jawa kuno) dan bahasa Jawa *Kromo* dan bahasa Jawa *Ngoko*.

Materi yang disampaikan dalam Program Wayang mencakup hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, yang dikemas dengan cerita pewayangan, yang tentunya banyak ajaran moral disisipkan dalam setiap cerita yang di bawakan oleh Dalang. Seringkali cerita yang disampaikan oleh Dalang juga sesuai dengan peringatan *event* kalender, seperti peringatan

Maulid Nabi, tahun baru Hijriyyah dan lain sebagainya. Kesempatan kali ini peneliti tertarik mengulik cerita wayang yang berjudul “Semar Syukur”. Berikut hasil wawancara dengan Ky Warsino Sebagai dalang RRI Pro 4 Semarang.

*Ditinjau dari motto RRI Pro 4 Semarang yakni “nguri-nguri Budaya Jawa”. Hal tersebut mendorong RRI Pro 4 Semarang untuk menyuguhkan seni budaya tradisional yang ada di Tanah Jawa tidak hanya sebagai hiburan kesenian saja tetapi juga dijadikan sebagai media dalam berdakwah, sekaligus melanjutkan dakwah Sunan Kali Jaga dalam menyebarkan agama islam. Cerita wayang semar syukur menceritakan tentang perjuangan tokoh semar dalam mengajak dan memimpin masyarakat menuju kahyangan yang berarti menuju sebuah jalan kebenaran. Layaknya teladan dan perjuangan para Alim Ulama bahkan Nabi Muhammad SAW dalam perjuangannya berdakwah menyebarkan agama islam diseluruh pelosok negeri. Dalam cerita ini semar adalah sosok dengan penuh kerendahan hati dan ikhlas tanpa pamrih dalam berjuang menghadapi segala rintangan. (Hasil wawancara dengan Bapak Warsino Sebagai dalang RRI Pro 4 Semarang).*

*Jika dilihat dari fisiknya, semar memiliki karakter fisik yang cukup unik, tetapi dari keunikan fisik inilah yang dijadikan symbol dari kehidupan ini oleh masyarakat Jawa. Semar memiliki bentuk tubuh bulat yang mana mengibaratkan bahwa bumi ini bulat. Raut wajah yang selalu tersenyum juga mata yang sembab mengeluarkan air mata ini merupakan symbol antara suka dan duka yang selalu ada dalam kehidupan kita.*

## **2. Job Description unit kerja Program Wayang**

- a. Prosedur Pelaksanaan : menjamin kelancaran penyelenggaraan siaran, sehingga mendukung pencapaian mutu atau kualitas acara, sehingga mendukung pencapaian mutu atau kualitas acara, jumlah pendengar dan usaha peningkatan target yang telah ditetapkan lembaga.
- b. Pengarah Acara : Merumuskan dan menetapkan strategi programming siaran yang memenuhi bentuk format radio yang telah ditetapkan,



termasuk strategi aspek pendukung keberhasilan siaran radio dengan memperhatikan kebutuhan khalayak. Menyusun rencana kerja program siaran jangka pendek dan menengah, mengarahkan serta mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja, serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektifitas dan efisiensi operasional.

- c. Dalang, Sinden dan Pemain Gamelan : mempersiapkan peralatan dan lain sebagainya.
- d. Operator : Mengoperasikan dan melakukan perawatan ringan atas peralatan studio siaran dan perangkat siaran luar untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran (Wawancara dengan koordinator Pro 4, Bapak Seyawan pada jum'at 18 Desember 2020)

#### **D. Strategi Dakwah dalam Program Wayang**

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:56). Strategi dakwah yang dilakukan oleh program Wayang di RRI Pro 4 Semarang meliputi :

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

Time schedule termasuk pemilihan jadwal siaran, karena hal ini merupakan langkah awal dari pembuatan perencanaan dari suatu strategi. Jadwal siaran Program Wayang diudarkan setiap hari Sabtu pada pukul 21.15 - 24.00 WIB. Pemilihan jadwal siaran ini merupakan langkah strategis, Program Wayang ini disiarkan selama satu minggu satu kali dengan tujuan agar pendengar tidak bosan dan menimbulkan penasaran akan setiap cerita wayang dalam benak pendengar pada setiap minggunya. Program Wayang

disiarkan pada malam hari pada pukul 21.00-24.00 karena Pertunjukan Wayang digelar tidak hanya sebagai hiburan semata namun juga sebagai meditasi bagi pendengar dari *wejangan* yang terkandung dalam cerita wayang. Menyisipkan muatan Dakwah

Sisipan muatan dakwah pada setiap cerita pada pagelaran wayang merupakan hal yang penting dan harus diperhatikan. Karena wayang pada zaman dahulu dikenal bukan hanya tontonan tetapi sebagai tuntunan untuk itu pada setiap pertunjukan pendengar pasti menantikan muatan-muatan dakwah yang terkandung dalam cerita pada pagelaran wayang tersebut.

Dalang menyampaikan muatan-muatan dakwah dengan cerita dalam penokohan wayang sehingga mampu diterapkan dengan baik oleh pendengar. Dan melalui program wayang sasaran pendengar yang diposisikan sebagai *Mad'u* memiliki jangkauan yang lebih luas karena program wayang tidak hanya di dengarkan masyarakat muslim namun juga mereka yang memeluk agama non muslim. Cara seperti inilah yang dapat memberitahukan tentang indahnya Agam Islam tanpa orang yang beragama non Islam merasa jengah dan risih. Berikut sample ringkasan cerita wayang yang berjudul “Semar Syukur” dari Ky Warseno Dalang RRI Pro 4 Semarang :

*Tokoh Semar ini adalah abdi atau hamba tokoh utama dalam kisah Semar Syukur yang merupakan sosok dari keluarga Pandawa. Tentunya , Semar bukan hanyalah sebagai pengikut semata, melainkan juga sebagai penghibur lara dalam mencairkan suasana yang sedang tegang. Seperti yang sudah dituliskan dalam cerita semar syukur yang mengisahkan penguasaan kayangan adalah Sang Hyang Nurrasa yang memiliki dua putra yang bernama Sang Hyang Wenang dan Sanghyang Tunggal. Karena Sang Hayang Tunggal paras wajahnya jelek, maka tahta kahyangan turun ke Sang Hyang Wenang. Kemudian, tahta diwariskan lagi ke putranya yang bernama Batara Guru sampai Sang Hyang Tunggal menjadi pengasuh para ksatria turunan Batara Guru yang bernama Semar.*

*Lalu siapa Semar sebenarnya ? di kalangan masyarakat Jawa, semar ternyata tokoh wayang yang bukan hanya sebagai fakta historisnya saja, melainkan lebih ke filosofi Semar yang semua sifat keras hati, sifat picik dan angkara murka di dalam dirinya hanyalah bisa dikalahkan dengan sikap sabar, lembut hati dan bijaksana.*

*Ada juga filosofi Semar yang dilontarkan pada setiap mengawali dialognya:*

*“mbergegeg, ugeg-ugeg, hmel-hmel, sak dulito dan langgeng...” yang mempunyai arti diam, berusaha dan bergerak, makan, walaupun itu sedikit, dan abadi.*

Maksudnya dari kata-kata yang bijak Semar itu kurang lebih yaitu daripada diam “mbergegeg”, lebih baik berusaha untuk dilepas “ugeg-ugeg”, mencari makanan “hmel-hmel”, walaupun hasilnya sedikit “sak ndulit” tapi akan terasa abadi “langgeng”.

Beberapa filosofi Semar yang ada di atas dilontarkan dalam pementasan wayang semar syukur, biasanya pada saat akhir atau penutupan cerita dan digunakan sebagai arti pesan moral dan makna kehidupan.

## 2) Membahas isu yang aktual

Isu yang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Penggunaan isu yang aktual selaras dengan apa yang dibutuhkan masyarakat, sehingga muatan yang disampaikan dalam cerita pagelaran wayang sesuai dengan kondisi masyarakat. Topik yang dibahas berkaitan dengan hal – hal yang erat kaitanya dengan kehidupan sehari – hari. Baik di pandang dari segi aqidah, syariah, maupun akhlaq.

Cerita pagelaran wayang yang disiarkan di Pro 4 Semarang sangat universal “*nuting kelakoning zaman*” yang artinya bisa mengikuti perkembangan zaman. Kalau tempodulu wayang diyakini untuk keperluan sedekah bumi, saat ini wayang digunakan untuk menyampaikan beberapa kepentingan politik dan untuk memperingati hari-hari besar dalam event kalender. (Hasil wawancara dengan Bapak Warsino sebagai Dalang RRI Pro 4 Semarang pada hari Sabtu, 19 Desember 2020).

### 3) Format siaran

Program Wayang merupakan program yang memiliki dua model format acara yaitu *on air* (langsung) dan *off air* atau *recording* (rekaman). Format *on air* (langsung) yaitu RRI Menyiarkan pertunjukan wayang ketika pagelaran wayang berlangsung, dan yang secara *off air* yaitu pemutaran rekaman pertunjukan wayang kemudian diudarakan sesuai jadwal yang ditentukan. Dua format siaran sama – sama memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Pada format *on air* RRI Pro 4 Semarang karena termasuk acara yang kolosal (berkaitan dengan banyak orang) agar tetap berlangsung RRI Pro 4 Semarang untuk melakukan pagelaran wayang beberapa kali melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan seperti PLN, Pemerintahan dan lain sebagainya. Dengan adanya kerjasama tersebut sangat membantu RRI Pro 4 Semarang pada pendanaan. Untuk format siaran *off air*(rekaman) dapat menjadi solusi ketika RRI Pro 4 Semarang belum bisa menyelenggarakan Pagelaran Wayang secara langsung dikarenakan berbagai faktor, salah satunya adanya pandemi yang melanda Indonesia ini.

### 4) Membuat Filler tentang wayang

Filler adalah iklan yang durasinya lebih panjang dari iklan spot, termasuk dalam kategori komersial yang berisi informasi tentang sebuah perusahaan/produk yang mana durasinya  $\pm 3$  menit. RRI Pro 4 Semarang menjadikan Pembuatan Filler ini sebagai salahsatu strategi dakwah dengan tujuan untuk sasaran pendengar anak muda. Dengan adanya filler ini dapat mengenalkan Wayang kepada anak muda dengan singkat, padat dan ringan dengan berbagai tema seperti filler penjelasan siapa itu dalang,apa saja jenis wayang, filler penokohan wayang dan lain sebagainya.

Berikut contoh filler yang ada di rri pro 4 semarang :

Judul : Dalang Wayang.

Filler :

Diawali tembang gamelan untuk opening

*“Tembung Dhalang inggih punika priyayi ingkang hanggadhahi jejibahan paring piwulang, wejangan, tarjumah utawi wosing kitab suci Wedha saha tegesipun dhateng brayat sagung masyarakat.”*

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI DAKWAH MELALUI PROGRAM WAYANG**

Sebagaimana yang telah diuraikan pada Bab II telah dijelaskan bahwa menurut pimay (2005,56) Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah.

Agar kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan tujuan, maka ada beberapa strategi dakwah yang dapat dilakukan, oleh Program Wayang, yaitu: pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, melakukan evaluasi program dakwah(Saerozi, 2013.54-55).

#### **A. Analisis Pemetaan Dakwah**

Pemetaan dakwah dilakukan dengan membangun hubungan kemanusiaan, menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi yang bisa dikembangkan, menganalisa sumber daya manusia dan non manusia, memperjelas secara gamblang sasaran atau tujuan dakwah, merumuskan masalah pokok umat Islam, merumuskan isi dakwah, mengintensifkan dialog guna membangun kesadaran umat akan kemajuan masyarakat Islam (Saerozi,2013).

Target sasaran dakwah dari program Wayang merupakan masyarakat yang beragam, yaitu masyarakat Jawa Tengah yang terdiri dari berbagai latar belakang baik secara sosial maupun ekonomi. Hal ini sesuai dengan jangkauan pancaran RRI Semarang yang meliputi daerah regional Jawa Tengah. Melihat dari letak stasiun siaran RRI Semarang, maka sasaran dakwah program Wayang lebih merujuk kepada masyarakat urban.

Strategi dakwah yang digunakan dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah, yang berkaitan dengan program wayang yaitu adalah azas filosofis dan azas sosiologi. Azas filosofis adalah azas dalam

strategi dakwah yang membicarakan masalah erat kaitannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses aktifitas dakwah(Syukur, Asmuni.1983). Azas filosofis menjadi salah satu acuan Program Wayang untuk mencapai tujuannya dalam berdakwah yakni dari pesan dakwah yang terkandung dalam setiap cerita pagelaran wayang yang memiliki kandungan filosofi yang berbeda-beda. Seperti cerita Wayang “*Semar Syukur*” memiliki kandungan filosofis untuk berhijrah dari kondisi zaman jahiliah menuju zaman yang islamiyah.

Azas sosiologi menjadi salah satu acuan Program Wayang dalam melakukan strategi dakwahnya. Sasaran dakwah program wayang jika dilihat dari segi sosiologis merupakan masyarakat Jawa Tengah, khususnya wilayah Semarang dengan posisi masyarakat pesisir dengan masyarakat perkotaan, kondisi keagamaan masyarakat Jawa Tengah juga multi agama. Hal tersebut menjadi kesempatan untuk program wayang menjadi strategi untuk berdakwah dengan nuansa kebudayaan.

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi. Yang diperoleh dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok (Maulana, Deddy.1993). Wayang kulit adalah media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan yang bersifat positif/baik. Akulturasi budaya masyarakat Jawa dengan ajaran Islam telah menghasilkan terobosan jalan baru untuk menyesuaikan ajaran Islam dengan keadaan geografis dan sosiologis yang ada.

Mengacu dari azas sosiologi penggunaan bahasa Jawa Kawi menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki Program Wayang karena keunikan dakwah menggunakan bahasa tradisional. Selain menjadi ciri khas program wayang RRI Pro 4 Semarang. Bahasa yang di gunakan disesuaikan dengan sasaran dakwahnya, yaitu masyarakat Jawa Tengah dengan kategori usia kisaran 25 sampai 50 tahun. Penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa siar merupakan

implementasi Pro 4 RRI Semarang sebagai salah satu lembaga penyiaran publik yang turut mengembangkan dan melestarikan budaya lokal berupa bahasa daerah. Bahasa Jawa dapat melambangkan kerendahan hati dan sebagai wujud penghormatan kepada pendengar, untuk itu menyampaikan pesan dakwah dengan berbahasa Jawa diharapkan lebih mengena terhadap sasaran dakwah.

Bahasa dalam Program Wayang dapat menjadi kelemahan, apabila Dalang yang disini diposisikan sebagai Da'I tidak cermat dalam memilih dan menggunakan bahasa. Dalang apabila tidak menggunakan bahasa yang mudah difahami pada alur cerita maka pendengar akan cenderung meninggalkan siaran Program Wayang dikarenakan tidak dapat memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Penyampaian dakwah melalui radio, khususnya dalam program Wayang ini diharapkan dapat membuka pola pikir masyarakat akan keterbukaan dalam pemahaman ajaran agama Islam. Selain sebagai media berdakwah, kehadiran program Wayang RRI Pro 4 bertujuan untuk mewadai, menjaga dan melestarikan kearifan lokal Jawa Tengah.

Program Wayang juga menentukan pemetaan dakwah dengan cara menentukan plot atau jadwal siaran. Program Wayang diudarkan setiap hari Sabtu pada pukul 21.15 - 24.00 WIB. Pemilihan jadwal siaran ini merupakan langkah strategis, Program Wayang ini disiarkan selama satu minggu satu kali dengan tujuan agar pendengar tidak bosan dan agar menimbulkan penasaranaan setiap cerita wayang dalam benak pendengar pada setiap minggunya. Program Wayang disiarkan pada malam hari pada pukul 21.15-24.00 WIB, karena Pertunjukan Wayang digelar tidak hanya sebagai hiburan semata namun juga sebagai meditasi bagi pendengar dari *wejangan* yang terkandung dalam cerita wayang.

Ky Warsino selaku dalang RRI Pro 4 Semarang memaparkan bahwa :



*“ Program Wayang selain sebagai hiburan juga memiliki tujuan untuk mengajak pendengar agar bisa meditasi dan merenung dari muatan dakwah yang terkandung dalam cerita pagelaran wayang tersebut dan mengangkat kepada pendengar bahwa tujuan akhir dari sebuah kehidupan adalah akhirat. Hadirnya Program Wayang dapat memberikan pencerahan pendengar akan bekal akhirat”.*

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

Dalam menentukan metode dakwah yaitu memilih metode dakwah yang akan dilakukan. Dakwah dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu *bil lisan*, *bil hal*, maupun *bil qalam*. Program Wayang merupakan program radio sehingga termasuk dakwah *bil lisan*.

Penerapan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi mad'u akan menghasilkan dakwah yang tepat (Amin, 2009:100). Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk yaitu Strategi Sentimentil (aspek hati dan perasaan), Strategi Rasional (aspek akal fikiran), Strategi Indrawi (strategi eksperimen atau strategi ilmiah). *Pertama*, Program Wayang menggunakan penerapan strategi sentimentil yaitu dakwah yang menitik beratkan aspek hati dan menggerakkan perasaan kepada sasaran dakwah (mad'u) (Amin, 2009). Melalui cerita dalam Pagelaran Wayang Dalang menyampaikan pesan dakwah menggunakan penghayatan sepenuh hati yang nantinya akan tersampai ke hati pendengar. Sehingga pendengar dapat menerima dan meresapi pesan dakwah tersebut. *Kedua*, program wayang menggunakan strategi Rasional yaitu strategi dakwah dengan yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong sasaran dakwah (mad'u) untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran (Amin, 2009). Kandungan pesan pagelaran wayang yang disampaikan oleh Dalang berupa semua sebuah alur cerita yang tersirat pesan dakwah disampaikan kepada pendengar, untuk itu pendengar yang disini sebagai sasaran dakwah (Mad'u) setelah mendengarkan cerita tersebut akan berfikir apa pesan yang terkandung dalam cerita wayang ini. Sehingga pesan dakwah akan sampai kepada target saranya.

Program siaran adalah rangkaian penyelenggaraan penyiaran yang teratur dan menggambarkan interaksi berbagai elemen di dalamnya. Format siaran di radio banyak macamnya, sesuai dengan tujuan atau target pendengarnya. Menurut Romli (2009: 102) format siaran yang digunakan oleh Program Wayang RRI Pro 4 Semarang yaitu dua model format yaitu *on air* (langsung) dan *off air* atau *recording* (rekaman). Format *on air* (langsung) yaitu RRI Menyiarkan pertunjukan wayang ketika pagelaran wayang berlangsung, dan yang secara *off air* yaitu pemutaran rekaman pertunjukan wayang kemudian diudarakan sesuai jadwal yang ditentukan.

Penyampaian pesan dakwah menggunakan seni budaya Wayang, menjadi salahsatu kekuatan Pada RRI Pro 4, Dalang sebagai penyampai dakwah Dapat berkreasi dan berinovasi dalam menyampaikan pesan dakwah. Dan pendengar sebagai *mad'u* dapat menerima pesan dakwah dengan ringan dan dapat memperluas jangkauan *mad'u* karena program wayang tidak hanya di dengar oleh orang muslim saja namun juga mereka yang memeluk agama non muslim. Cara seperti inilah yang dapat memberitahukan tentang keindahan Islam tanpa orang yang beragama non islam merasa jengah.

Penyampaian pesan dengan format on air (langsung) pada Program Wayang selain memiliki beberapa kelebihan juga menjadi kelemahan Program Wayang, dikarenakan faktor biaya produksi yang tidak sedikit dan saat ini anggaran sedang sangat minim menjadikan hambatan bagi Program Wayang melaksanakan pagelaran langsung secara *on air*. Untuk itu Program Wayang saat ini banyak disiarkan dengan *off air* (Rekaman) (hasil wawancara ky warsena dalang Pro 4 RRI Semarang).

Untuk memperluas sasaran dakwah RRI Pro 4 Semarang menggunakan pembuatan *Filler*(iklan) tentang wayang. *Filler* adalah iklan yang durasinya lebih panjang dari iklan spot, termasuk dalam kategori komersial yang berisi informasi tentang sebuah perusahaan/produk yang mana durasinya  $\pm 3$  menit. RRI Pro 4 Semarang menjadikan Pembuatan *Filler* ini sebagai salahsatu strategi dakwah

dengan tujuan untuk sasaran pendengar anak muda. Dengan adanya filler ini dapat mengenalkan Wayang kepada anak muda dengan singkat, padat dan ringan dengan berbagai tema seperti filler penjelasan siapa itu dalang, apa saja jenis wayang, filler penokohan wayang dan lain sebagainya.

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

Evaluasi dakwah dilaksanakan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah yang dilaksanakan sesuai pada perencanaan atau tidak, serta sebagai tolak ukur sejauh mana keberhasilan dakwah dapat dicapai. Evaluasi dakwah dilaksanakan pada saat kegiatan dakwah dan setelah pelaksanaan dakwah, untuk mengetahui sejauh mana kekurangan, hambatan, peluang, dan tantangan dakwah agar kemudian ditemukan perbaikan yang meliputi sisi pembenahan, pembinaan, dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan mendatang. Saerozi (2013:54-55).

Evaluasi program Wayang dilakukan oleh Bidang Perencanaan dan Evaluasi program dibagi menjadi 4 macam evaluasi, yaitu :

- 1) Setelah selesai terlaksananya pagelaran wayang. Evaluasi ini terdiri dari Kasi Pro 4 dan panitia pelaksana pagelaran Wayang. Pada kesempatan kali ini akan mengevaluasi bagaimana berlangsungnya pagelaran wayang yang nantinya dilaporkan kepada pimpinan RRI Semarang.
- 2) Evaluasi Tri Semester (setiap 3 bulan sekali). Evaluasi ini terdiri dari seluruh Internal Pro 4 Semarang. Pada kesempatan ini akan mengevaluasi berlangsungnya seluruh program siaran yang ada di Pro 4 RRI Semarang termasuk Program Wayang. Sebagai contoh evaluasi pada program wayang yaitu sebagai berikut.

Mengevaluasi program Wayang dengan cara memfilter cerita pagelaran wayang. Jika terdapat rekaman yang akan disiarkan di *riview* terlebih dahulu rekaman ini masih sesuai untuk disiarkan atau tidak, setelah sudah memfilter materi cerita wayang yang berupa rekaman, kemudian

mengevaluasi bersama apakah ada kendala atau kesalahan yang terjadi selama satu bulan kemarin, dan mencari solusi bersama.

- 3) Evaluasi Persemester (setiap 6 bulan sekali), Evaluasi ini terdiri dari Kasi Pro 4, seluruh anggota Pro 4 bersama Bagian Perencanaan RRI Semarang. Evaluasi ini lebih fokus pada evaluasi pola siaran Pro 4 RRI Semarang. Bagaimana berlangsungnya pola yang dibuat oleh bidang perencanaan. Apakah ada kendala yang terjadi ? dan apakah ada inovasi baru untuk yang dapat di realisasikan untuk mengembangkan seluruh Program yang ada di RRI Pro 4, termasuk Program Wayang.
- 4) Evaluasi Tahunan, Evaluasi ini dipimpin langsung oleh Pimpinan RRI Pro 4 Semarang dan diikuti seluruh anggota RRI Semarang di Programa 1, Programa 2 dan Programa 4, bidang perencanaan, bidang SDM, Seluruh Penyiar dan lain sebagainya. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat kembali keberlangsungan seluruh siaran dan kegiatan di RRI Semarang dalam satu tahun terakhir, apa yang menjadi kekurangan, kelebihan, kendala dan prestasi RRI Semarang pada satu tahun terakhir. Dari evaluasi tersebut dapat menjadi acuan merancang pola siaran dan lain sebagainya untuk satu tahun kedepan.

Proses evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kesuksesan sebuah program, apakah masih ada yang harus diperbaiki dan terus di tingkatkan kualitas siaran dan lain sebagainya. Apabila terdapat kendala atau masalah maka akan segera direncanakan perbaikan pada bulan atau tahun berikutnya. (Wawancara dengan Pak Setyawan sebagai koordinator Pro 4 RRI Semarang).

#### **D. Analisis terhadap Program wayang sebagai Strategi Dakwah**

Berdasarkan hasil analisa yang penulis lakukan, strategi dakwah yang dilakukan oleh Program Wayang RRI Pro 4 Semarang sudah tepat. Mulai pemilihan jadwal siaran, penyisipan materi dakwah dalam cerita siaran dan format siaran yang digunakan sesuai dengan kebutuhan target pendengar Pro 4

RRI Semarang yang berusia 25 hingga 50 tahun. Dan pembuatan filler tentang wayang dengan tujuan menambah sasaran pendengar baru.

Dari minimnya program wayang yang disiarkan di beberapa radio di Semarang, eksistensi program wayang yang telah bertahan selama 23 tahun sejak tahun 2007 dapat menjadi rujukan akan keberhasilan strategi dakwah yang dilakukan oleh Program Wayang.

Format siaran program Wayang secara langsung dan rekaman sebaiknya diimbangi dengan adanya publikasi di media sosial mengingat saat ini media sosial sangat efektif. Dengan demikian maka pendengar sasaran Pro 4 dapat mengetahui informasi terkait RRI Pro 4 terkhusus Program Wayang.

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

Program Wayang perlu dipertahankan eksistensinya, karena selain mengandung pesan dakwah program tersebut secara tersirat telah ikut melestarikan budaya kearifan lokal Indonesia. Seperti misi RRI Pro 4 yakni Nguri – nguri budaya Jawa. Pesan dari ky Warsino mari kita sama sama menjaga dan melestarikan Wayang, orang zaman dulu berpesan “Jika manusia kehilangan harta dan benda itu sudah selayaknya, tetapi jika manusia kehilangan budaya hancur sudah generasi Bangsa”.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Strategi yang dilakukan oleh Pro 4 Semarang dalam Program Wayang untuk menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan beberapa strategi, yaitu melakukan pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah dan melakukan evaluasi program Wayang. Strategi program dakwah Program Wayang di RRI Pro 4 Semarang setelah penulis teliti menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

Pada tahap pemetaan dakwah dilakukan guna mengetahui sasaran dakwah dan mengetahui metode dakwah yang akan dilakukan. Pemetaan dakwah pada Program Wayang RRI Pro 4 yaitu dengan menentukan target atau sasaran dakwah ditinjau dari azas-azas strategi dakwah yaitu

*Pertama*, Azas Sosiologis yaitu melihat sasaran dakwah program wayang segi sosiologis merupakan masyarakat Jawa Tengah, Hal tersebut menjadi kesempatan untuk program wayang menjadi strategi untuk berdakwah dengan nuansa kebudayaan dan menjadi arahan untuk Pro 4 Semarang menggunakan bahasa siar dengan bahasa Jawa. *Kedua*, Azas Sentimentil filosofis menjadi salah satu acuan Program Wayang untuk mencapai tujuannya dalam berdakwah yakni untuk menjadi pertimbangan menentukan tema atau cerita wayang yang akan disiarkan. Penentuan jadwal siaran juga menjadi bagian dari pemetaan dakwah yang digunakan oleh program Wayang karena program ini disiarkan pada hari Sabtu yang artinya disiarkan sebanyak satu minggu satukali yang bermaksud untuk membuat pendengar tidak merasa bosan dan penasaran menantikan cerita wayang yang akan di mainkan pada setiap minggunya. Dan di siarkan pada pukul 21.15-24.00 WIB tanpa jeda iklan menjadikan pendengar bisa mendengarkan sambil meditasi atau merenungkan pesan yang terkandung dalam cerita wayang yang di bawakan oleh Dalang.

Pada tahap menentukan metode dakwah melihat radio sebagai media audio maka program wayang memiliki metode dakwah *bil lisan*. Penerapan strategi dakwah Program Wayang RRI Pro 4 menggunakan 2 strategi. *Pertama*, strategi sentimentil yaitu Melalui cerita dalam Pagelaran Wayang Dalang menyampaikan pesan dakwah menggunakan penghayatan sepenuh hati, sehingga pendengar dapat menerima dan meresapi pesan dakwah tersebut. *Kedua* Strategi Filosofis, program wayang menggunakan strategi filosofis. Kandungan pesan pagelaran wayang yang disampaikan oleh Dalang berupa semua sebuah alur cerita yang tersirat pesan dakwah disampaikan kepada pendengar, untuk itu pendengar yang disini sebagai sasaran dakwah (Mad'u) setelah mendengarkan cerita tersebut akan berfikir apa pesan yang terkandung dalam cerita wayang ini. Sehingga pesan dakwah akan sampai kepada target saranya.

Menentukan format siaran juga termasuk dalam tahap menentukan metode dakwah yaitu pentingnya Program Wayang memiliki format acaranya berupa on air (langsung) dan off air (rekaman) yang saling melengkapi satu sama lain dan pada masa seperti ini format acara off air lebih dominan. Untuk memperluas sasaran dakwah RRI Pro 4 Semarang menggunakan pembuatan *Filler*(iklan) tentang wayang yang ringan, singkat, padat dan jelas sebagai metode dakwah dengan tujuan untuk sasaran pendengar anak muda.

Berdasarkan analisis dan pembahasan “Strategi Dakwah RRI Pro 4 Semarang melalui Program Wayang” penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi dakwah yang dilakukan oleh program Wayang, dapat mempertahankan identitas RRI Pro 4 Semarang sebagai saluran kanal kebudayaan. Selain itu melalui program Wayang, RRI Pro 4 Semarang dapat menjalankan visi, misi dan tujuannya.

## **B. Saran**

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

1. Promosi program kedalam media sosial pada saat ini sepertinya sudah menjadi keutuhan sebagai penunjang siaran, meskipun saat ini sudah melakukan promosi di media sosial, namun dari pengamatan penulis promosi tersebut masih kurang.
2. Kepada Ky Dalang, sinden dan kelompok Gamelan akan sangat menarik jika mengangkat tema cerita wayang yang sesuai *event* kalender yang ada agar pendengar bisa lebih terkesan karena sesuai dengan isu yang sedang hangat.

### **C. Penutup**

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



## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Abdul, Mujib dan Muhaimin. 1998. *Pemikiran Pendidikan Akhlak*. Bandung: Trigenda Karya
- Adisusilo, Sutarjo. 2010. *Pembelajaran Nilai Karakter*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Affandi, Choer. 2007. *La Tahzan Innallaha Ma'ana: Tenteram Bersama Allah Di Setiap Tempat dan Waktu*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Amin, Darori DKK. 2000. *Islam dan Kebudayaan Jawa*. Yogyakarta:Gama Media
- Amin, Syamsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah).
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Bambang S. Ma'arif.2010*Komunikasi Dakwah, Paradigma untuk Aksi* (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Bastomi, Suwaji.1995 *Gemar Wayang*. (Semarang: Dahara Prize)
- Depag, RI. 1993. *Al-Qur'an & Terjemah: Toha Putra*
- Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *KBBI edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka
- Djamil, Hidajanto. Andi Fachrudin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran, Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Faqih, Ahmad. 2015. *Sosiologi Dakwah*. Semarang:CV. Karya Abadi Jaya.
- Hermawan,Kartajaya, Dari Indonesia untuk Indonesia*. (Surabaya : Erlangga)
- Qadharawi, Yusuf, 1996, *Ikhlas Sumber Kekuatan Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Guritno, Pandam. 1988. *Wayang Kebudayaan Indonesia dan Pancasila*. (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia)
- Gym dan Ilham Arifin. 2005. *Menuju Hidup Sukses kontribusi Spiritual Intelektual*. Semarang: Pustaka Nuun

- Ibrahim, Mahyuddin. 1990. *180 Sifat-sifat Tercela dan Terpuji*. Jakarta: CV. Haji Masagung
- Anom, Imam. 1993. *Suluk Linglung Sunan Kalijaga*, Terj Muhammad Khafidz Basri, dkk. Jakarta: Balai Pustaka.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Edisi Pertama*. (Jakarta: Kencana Prenada Media)
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Milles, Matthew B. And Huberman, Michael A. 1992. *Analisis Data Kualitatif* (terjemahan: Tjetjep Rohendi). (Jakarta: UI Press)
- Mintzberg, H & Quinn. 1991. *The Strategy, Process, Concept, Cases, Second Editin*. (New Jersey: Prentice Hall, inc).
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah, Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Musyafak, Najahan. 2015. *Islam dan Ilmu Komunikasi*, Semarang: Karya Abadi Jaya.
- Oeramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio: Kiat Menulis Berita Radio*. (Jakarta: Erlangga).
- Pimay, Awaludin. 2005. *Pradigma Dakwah Humanis*. Semarang : RaSail.
- Pimay, Awaluddin. 2006. *Metodologi Dakwah*. Semarang: Rasail
- Poerwadarminta, 2006. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- M. Quraish Shihab. 2001. *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan.
- Majid, Abdul dan Dian Handayani. 2011. *Pendidikan Agama Islam Berbasis Kompetensi (Konsep Dan Implementasi Kurikulum 2004)*. Bandung : Remaja Rosyda Karya
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan ke-20. (Jakarta: PT Gramedia).

- Saeful, Asep & Romli, M. 2017. *Management Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. (Bandung: Nuansa Cendekia)
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. (Yogyakarta : Penerbit Ombak).
- Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian KuaSarosa, Samiaji. 2012. Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Cetakan ke-1. (Jakarta Barat: PT Indeks).
- Siagian. 1994. *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. (Jakarta: Rjawali Pers).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D cetakan ke-17*.
- Suprayogo, Imam Tobroni. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Yasasusastra, J. Syahban. 2011. *Mengenal Tokoh Pewayangan*. (Yogyakarta, Pustaka Mahardika).

### **Referensi Skripsi**

- Abdullah, Musta'in. 2010. *Strategi Komunikasi Dakwah pada Radio Rama FM, Yogyakarta* (Studi terhadap format komunikasi program religi Embun Pagi)
- Cahyono, Adib. 2015. *Strategi Dakwah Dalam Program Acara Nyantri On The Air Di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura*.
- Idris, Muhammad. 2015. *Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam Pengembangan Potensi Diri Kaum Tunanetra di Mijen Kota Semarang*
- Sidik, Aldi Haryo. 2014 *Wayang kulit sebagai media dakwah*.
- Afandi, Ahmad. 2014. *Strategi Dakwah forum Lingkar Pena (FLP) Cabang Semarang dalam Mengembangkan Jurnalistik Islami di Kota Semarang*

### **Referensi Jurnal**

- Arsip Bidang Pengembangan dan Evaluasi Program RRI Semarang).

Chaniago, Siti Aminah. 2014 “*Perumusan manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat*” Jurnal Hukum Islam , 12 (1), 92

Ensiklopedia Nasional Indonesia.1990. Jakarta: Cipta Adi Pustaka

[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal%20Online%20\(08-06-16-06-50-27\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal%20Online%20(08-06-16-06-50-27).pdf)  
(diakses pada Tanggal 12 Februari 2020, Pukul 10:55 WIB)

[https://www.researchgate.net/publication/330578897\\_Network\\_System\\_dan\\_Pengaruhnya\\_terhadap\\_Pendapatan\\_Iklan\\_Radio](https://www.researchgate.net/publication/330578897_Network_System_dan_Pengaruhnya_terhadap_Pendapatan_Iklan_Radio) (diakses pada Tanggal 12 Februari 2020 Pukul 15.30 WIB)

### **Referensi Internet**

<https://materibelajar.co.id/pengertian-wawancara-menurut-para-ahli/> (diakses pada Tanggal 22 Januari 2020, Pukul 11.55)

<https://ganaislamika.com/wayang-dalam-dakwah-islam-di-nusantara-sejarah-wayang/>(diakses pada Tanggal 27 Januari 2020, Pukul 09.00)

<http://iyakan.com/bule-jadi-dalang-1659> di unduh pada Tanggal 15 April 2020, Pukul 17:10

[Tokoh Wayang Kulit, Sifat dan Gambarnya - Jagad.id](#) (diakses pada 21 Des 2020)

## LAMPIRAN 1.

1. Wawancara Dengan Koordinator Pro 4 RRI Semarang, Bapak Setyawan



2. Wawancara Dengan Penyiar RRI Pro 4 Semarang, Mas Titis



3. Wawancara dengan Dalang RRI Pro 4 Semarang, Ky Warseno



## **LAMPIRAN 2.**

Daftar Pertanyaan Wawancara

**Judul Skripsi :**

**Strategi Dakwah RRI Pro 4 Semarang melalui Program Wayang**

**A. Informan : Koordinator RRI Pro 4 Semarang, Bapak Setyawan Jayadi, S.M.**

1. Pertanyaan : Bagaimana profil Pro 4 RRI Semarang ?

Jawaban : RRI PRO 4 Semarang lahir sejak tahun 2007. Sesuai dengan undang – undang bahwa lembaga layanan public harus memberikan layanan kepada masyarakat. RRI Pro 4 Semarang memiliki visi “Menjadi media referensi utama untuk siaran kebudayaan Indonesia” dan memiliki tag line “Pro 4 Ensiklopedi Budaya Keindonesiaan” dan semboyan “sekali di udara tetap di udara”.

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

Jawaban : sebenarnya mayoritas program di pro 4 adalah program unggulan karna setiap program memiliki karakteristik sendiri – sendiri, tetapi yang paling banyak di gemari pendengar yaitu Program Wayang dan Program Jateng Gayeng. Program jateng gayeng yaitu siaran interaktif dari berbagai narasumber dari berbagai *stake holder*, seperti pemprov dan lain sebagainya.

3. Pertanyaan : siapa yang menjadi target utama program wayang?  
Jawaban : disini untuk target kami bagi menjadi dua golongan yaitu target utama adalah usia 25 sampai 50, dan target kesatu adalah usia 50 ke atas.
4. Pertanyaan :Bagaimana strategi yang dilakukan rri semarang agar wayang yg kita ketahui semakin tergerus keberadaanya agar tetap didengar oleh masyarakat ?  
Jawaban : disini kami memunya beberapa tahap strategi mba, dari mulai perencanaan program, mengatur waktu siaran, mengatur tema cerita wayang yang diudarkan, mengemas program wayang agar tetap menarik, dan melaksanakan evaluasi setiap setelah siaran, perbulan, tri semester (setiap 3 bulan), semester (setiap 6 bulan) dan tahunan.
5. Pertanyaan : Apa yang menjadi kelemahan pada program wayang ?  
Jawaban : yang menjadi kelemahan program wayang salah satunya jika program wayang disiarkan secara atau siaran langsung, karenamengadakan pagelaran wayang termasuk berifat kolosal, maka anggaran yang dibutuhkan juga banyak. Sedangkan anggaran dari RRI Sendiri masih minim untuk itu. Maka kita mencari soslusi dengan berkerjasama dengan beberapa perusahaan atau lembaga.
6. Pertanyaan : Adakah evaluasi dalam program wayang? Dan bagaimana pelaksanaanya?  
Jawaban : kami melaksanakan evaluasi program dengan beberapa tahap mba, yaitu ketika setelah melaksanakan siaran langsung Program Wayang, evaluasi rutin bulanan, evaluasi tri semester (setiap 3



bulan), evaluasi semester (setiap 6 bulan) dan evaluasi tahunan.

7. Apa harapan Bapak untuk Program Wayang RRI Pro 4 Semarang ?

Jawaban : saya sebagai koordinator RRI Pro 4 dan sebagai pribadi saya sendiri sebagai orang Jawa Asli berharap program wayang ini bisa terus diudarkan dan dikembangkan lagi. Karena dengan cara seperti inilah kita menyelamatkan kebudayaan bangsa Indonesia agar tetap terjaga.

**B. Informan : Peniar Pro 4 RRI Semarang. Mas Titis Sambodo, S.Pd**

1. Pertanyaan : Apa yang menjadi keunggulan Program Wayang RRI Pro 4 Semarang ini ?

Jawaban : Program Wayang adalah identitas RRI Pro 4 Semarang mba, bahkan RRI Semarang. Karena sudah di kenal oleh RRI Seluruh Indonesia kalau RRI Semarang khas dengan Program Wayangnya.

2. Pertanyaan : Siapa saja yang berperan pada Program Wayang?

Jawaban : tentu banyak pihak terkait pada berlangsungnya siaran program wayang ini, seperti dalang, pemain gamelan, sinden, teknisi, peniar, dan beberapa support sponsor atau kerjasama oleh pihak eksternal RRI Pro 4 Semarang.

3. Pertanyaan : bagaimana strategi yang dilakukan oleh program wayang menghadapi persaingan dengan radio lain?

Jawaban : untuk Program Wayang ini kita tidak pernah merasa memiliki saingan karena semua radio yang juga menyiarkan Wayang kami anggap sebagai partner yang sama sama berjuang mempertahankan dan

melestarikan kebudayaan Bangsa Indonesia yaitu Wayang.

4. **Pertanyaan** : Apa yang diharapkan dari adanya Program Wayang ?  
**Jawaban** : Saya sangat berharap dengan adanya Program Wayang ini dapat menjaga dan meningkatkan eksistensi Kesenian Wayang yang saat ini sudah mulai surut.
5. **Pertanyaan** : Bagaimana Format siaran Program Wayang RRI Pro 4 Semarang ?  
**Jawaban** : Format siaran RRI Pro 4 Semarang yaitu ada 2. Yang pertama on air (siaran langsung) yaitu siaran langsung dari lokasi pertunjukan wayang biasanya terselenggara selama 1 bulan satu kali di hari sabtu minggu pertama. Kedua, Siaran Off Air. Yaitu siaran dengan format menyiarkan ulang pagelaran wayang menggunakan pemutan rekaman atau kaset.
6. **Pertanyaan** : Apakah pernah ada respon atau feedback dari pendengar RRI Pro 4 Semarang ?  
**Jawaban** : Iya ada, kebetulan Pro 4 RRI Semarang memiliki komunitas pendengar yaitu PAPERIS, dan respon dari anggota PEPARIS mengenai program wayang bagus bahkan ketika Program Wayang sempet off beberapa waktu ada yang sampai menanyakan ada apa dan meminta untuk menayangkan kembali.

LAMPIRAN 3

POLA ACARA SIARAN PROGRAM 4  
RRI SEMARANG TAHUN 2019  
FREKUENSI 88,2 MHz.

Waktu	Dur	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumlah	Sabtu	Minggu
05.00-06.00 RRI Semarang	10 50							
<b>DAY PART PAGI BANG - BANG WETAN ( 05.00-09.00 WIB )</b>								
Lagu Indonesia Raya & Mars Jharta ( Buka Siaran )								
<b>MUTIARA PADI</b>								
06.00-07.00 RRI Semarang	5 50	Islam	Hindu	Budha	Islam	Islam	Kreolan	Katolik
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>RAGAM SEMARANGAN</b>								
07.00-08.00 RRI Semarang	5 50							
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>RAGAM SEMARANGAN</b>								
08.00-09.00 RRI Semarang	5 50							
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>JATING GAYENG</b>								
<b>DAYPART SIANG - PRINGGITAN ( PUKUL 09.00-14.00 WIB )</b>								
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>SERBA-SERBI BUDAYA NUSANTARA</b>								
09.00-10.00 Relay RRI Jakarta	5 50							
Pis Jam ( Info Budaya )								
10.00 - 11.00 Relay RRI Jakarta	5 50							
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>SERBA-SERBI BUDAYA NUSANTARA</b>								
11.00 - 12.00 RRI Semarang	5 50							
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>MANGUN SUKA</b>								
12.00 - 13.00 RRI Semarang	5 50	Keragaman Slang	Gending Kreasi	Keragaman Slang	Campursari	Campursari	Campursari	Campursari
Pis Jam ( Info Budaya )								
13.00-14.00 Relay RRI Jakarta	5 50	Keragaman Slang	Guyon Melon	Keragaman Slang	Guyon Melon	Guyon Melon	Guyon Melon	Guyon Melon
Pis Jam ( Info Budaya )								
<b>SERBA-SERBI BUDAYA NUSANTARA</b>								
	540							



## LAMPIRAN 4.

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

#### BAB I

#### KETENTUAN UMUM PASAL 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan :

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

6. Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.
7. Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.
8. Spektrum frekuensi radio adalah gelombang elektromagnetik yang dipergunakan untuk penyiaran dan merambat di udara serta ruang angkasa tanpa sarana penghantar buatan, merupakan ranah publik dan sumber daya alam terbatas.
9. Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
10. Sistem penyiaran nasional adalah tatanan penyelenggaraan penyiaran nasional berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku menuju tercapainya asas, tujuan, fungsi, dan arah penyiaran nasional sebagai upaya mewujudkan cita-cita nasional sebagaimana tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
11. Tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang adalah kondisi informasi yang tertib, teratur, dan harmonis terutama mengenai arus informasi atau pesan dalam penyiaran antara pusat dan daerah, antarwilayah di Indonesia, serta antara Indonesia dan dunia internasional.

12. Pemerintah adalah Menteri atau pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Presiden atau Gubernur.
13. Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-undang ini sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran.
14. Izin penyelenggaraan penyiaran adalah hak yang diberikan oleh negara kepada lembaga penyiaran untuk menyelenggarakan penyiaran.

LAMPIRAN 5.

UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab II Pasal 4

BAB II

AZAS, TUJUAN, FUNGSI DAN ARAH

PASAL 4

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



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Irma Rusyda Arifa  
Tempat/ Tgl Lahir : Magelang, 05 Juni 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Pabelan IV Kec. Mungkid Kab. Magelang, kode pos 56551  
No. Hp : 085713780155  
Email; : [Irmarusyda45@gmail.com](mailto:Irmarusyda45@gmail.com)  
Riwayat Pendidikan : TK Pertiwi Muntilan tahun lulus 2003

1. SD N Pabelan III Lulus Tahun 2008
2. Mts Pondok Pabelan Pesantren Lulus Tahun 2011
3. Ma Pondok Pesantren Pabelan Lulus Tahun 2014
4. Masuk UIN Walisongo Semarang di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2015.

Demikian surat riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar – benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang. 23 Desember 2020

CS Dipindai dengan CamScanner

**Irma Rusyda Arifa**

NIM. 1501026146