

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM SIARAN DAKWAH
“BAITY JANNATY” DI RADIO FAST 90, 1 FM TEGALREJO
MAGELANG**



SKRIPSI

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

Oleh :

Fatih Ayatullah

NIM: 1401026031

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

SEMARANG

2021

HALAMAN NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
/ KPI UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Fatih Ayatullah

Nim : 1401026031

Fak/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / KPI

Judul Skripsi : Persepsi Masyarakat Terhadap Program Siaran Dakwah 'Baiti Jannati' di Radio Fast 90,1 Fm Tegalrejo Magelang

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera di ujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

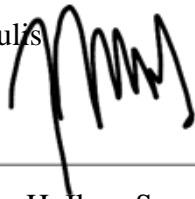
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 18 Agustus 2021

Pembimbing,
Bidang Metodologi dan Tata

Bidang Substansi Materi

Tulis



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



Dr. Hj. Siti Sholikhati, M.A
NIP. 1963101719903 2 001

SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM SIARAN DAKWAH BAITTY
JANNATY DI RADIO FAST FM 90.1 TEGALREJO MAGELANG

Disusun oleh:

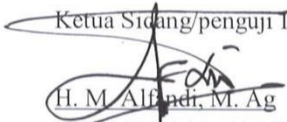
Fatih Ayatullah

1401026031

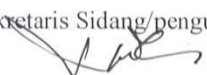
Telah dipertahankan oleh dewan penguji
pada tanggal 07 Oktober 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi
syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

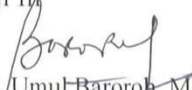
Ketua Sidang/penguji I


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

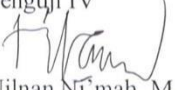
Sekretaris Sidang/penguji II


Dr. Hj. Siti Sholihati, MA
NIP. 19631017 19903 2 0001

Penguji III

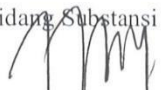

Dr. Hj. Umul Baroroh, M. Ag
NIP. 19660508 1991101 2 001

Penguji IV

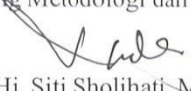

Nilnan Ni'mah, M.SI
NIP. 19800202 200901 2 003

Mengetahui

Bidang Substansi Materi


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


Bidang Metodologi dan Tata Tulis


Dr. Hj. Siti Sholihati, MA
NIP. 19631017 19903 2 0001

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada Tanggal 07 November 2021


Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003



PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang di peroleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak di terbitkan, sumbernya jelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 18 Agustus 2021



Fatih Ayatullah
Nim : 1401026031

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'aalamin, segala puji syukur bagi Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam sentiana penulis haturkan kepada beliau, nabi Muhammad SAW keluarganya, sahabat-sahabatnya dan orang-orang mu'min yang mengikutinya.

Dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati, penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Persepsi Masyarakat terhadap Program Siaran Dakwah ‘Baiti Jannaty’ di Radio Fast 90.1 FM Magelang”** tidak terlepas dari bantuan, semangat dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak sehingga penyusunan ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. DR. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. Selaku pembimbing I dan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi M, Ag, selaku ketua jurusan dan Nilnan Ni'mah, M.S.I, selaku sekjur jurusan KPI.
4. Dr. HJ. Siti Sholikhati, MA selaku dosen wali dan pembimbing II yang telah mencurahkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Dakwah Komunikasi UIN Walisongo, yang telah membimbing, mengarahkan, mengkritik dan memberikan ilmunya kepada peneliti selama dalam masa perkuliahan.
6. Staf Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. H. Muhammad Yusuf Chudlori selaku pimpinan PT Radio Fastabiq FM dan Emilia selaku manager Fast 90,1 Fm Radio Magelang serta staf karyawannya.

8. Teman-teman KPIA 2014 seperjuangan, kebersamaan dan kesemangatan dalam belajar bersama di UIN Walisongo Semarang.
9. Para sahabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Kepada mereka semua tidak ada suatu yang dapat penulis berikan sebagai imbalan, melainkan hanya untaian terima kasih yang tulus dan do'a semoga Allah SWT. Mencatat amal baik dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu Kritik dan saran yang bersifat konstuktif sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Terutama dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).

Semarang, 18 Agustus 2021

Penulis,

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini merupakan hasil pikiran dan kerja keras yang berjalan bersama kesabaran dan do'a. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Abdul Muhaimin dan Ibu Siti Alfiyah
2. Kakak Eko Yudi Prasetyo dan Adik Saskia Fitriana
3. Almamaterku Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

أَدْخِ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhan-mu dialah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”(QS. An-nahl:125)

ABSTRAK

Program siaran dakwah “Baity Jannaty” yang ada di Radio Fast FM Tegalrejo Magelang adalah program siaran radio yang mengangkat tema seputar nilai-nilai ajaran agama Islam di dalam pembahasan kehidupan sehari-hari, khususnya dalam permasalahan keluarga agar masyarakat terbantu terselesaikan problematika keluarganya secara Islam. Di tengah kemajuan zaman seperti sekarang, program siaran dakwah seperti *Baity Jannaty* penting untuk diteliti lebih mendalam karena pentingnya siaran dakwah di tengah masyarakat yang serba modern tersebut dengan menggali persepsi masyarakat tentang jalannya program siaran dakwah Islam ini. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analitis. Pencarian data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Proses analisis data meliputi reduksi data, penyajian data analisis dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi komunitas pendengar radio Fast FM yang berupa pengetahuan, pendapat dan pemahaman, serta efek yang didapatkan oleh masyarakat dengan program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM 90.1 Magelang adalah positif. Dari segi afektif, program Baity Jannaty (isi atau penyampaian materi) dan beberapa dari informan menyampaikan agar intensitas dari program siaran agar ditingkatkan. Dari segi pesan dakwah yang disampaikan memiliki efek behavioral, mayoritas informan menilai positif program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM dalam membantu meningkatkan keimanan dan menyelesaikan problematika yang ada di dalam kehidupan keluarga, program ini juga merupakan ilmu yang dipraktikkan sebagai solusi atas problem keluarga dan sosial di dalam kehidupan nyata.

Kata Kunci: *Persepsi, Masyarakat, Dakwah, Baity Jannaty, Fast FM*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	ii
NOTA PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	x

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Obyek Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	15

BAB II: PERSEPSI MASYARAKAT, RADIO, DAKWAH ISLAM

A. Persepsi Masyarakat.....	14
B. Radio.....	21
A. Dakwah Islam.....	25

**BAB III: DESKRIPSI RADIO FAST FM, PROGRAM BAITY JANNATY
DAN DATA PERSEPSI MASYARAKAT**

- A. Gambaran Umum dan Program Siaran Radio Fast FM..... 31
- B. Gambaran Umum Program Baity Jannaty..... 37
- C. Data Persepsi Masyarakat..... 38

**BAB IV: ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM
SIARAN DAKWAH “BAITY JANNATY” DI RADIO FAST FM 90.1 FM
MAGELANG**

BAB V: PENUTUP

- A. Kesimpulan.....51
- B. Saran.....52
- C. Penutup.....52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi yang berkemajuan seperti sekarang, seluruh lini peradaban berkembang dengan sangat pesat. Tak terkecuali dalam perkembangan dunia media massa sebagai sumber utama informasi masyarakat. Tidak hanya dari sisi media elektronik semata, namun juga dalam bidang teknologi dan komunikasi massa. Bahkan saat ini hampir seluruh pekerjaan dan rutinitas masyarakat mampu diselesaikan dengan kecanggihan teknologi dan komunikasi. Hal ini menandakan bahwa ilmu pengetahuan manusia telah berkembang sangat pesat seiring dengan berjalannya waktu. Tidak berkembang dari sisi kualitas informasi, namun juga dari sisi kuantitas dan keanekarumannya.

Sejak dahulu masyarakat telah mengenal media cetak yang sangat sederhana seperti koran dan majalah. Kemudian berkembang ke dalam bentuk media broadcast berupa radio dan televisi. Hingga yang paling mutakhir sumber informasi berupa internet, media *online*, hingga media sosial. Sadar akan perkembangan dan kemajuan media komunikasi serta informasi tersebut, mendorong manusia ke dalam persaingan lebih ketat dalam bidang industri media. Persaingan menjadi sangat tajam dan keras dari sebelumnya. Media yang tidak mampu bertahan dari persaingan, secara perlahan akan tersingkir dari persaingan. Dua bentuk media massa yang mulai tergerus popularitasnya ialah media cetak dan media broadcast berupa radio. Kedua media tersebut tengah berada dalam senjakala. Akan segera dilupakan oleh masyarakat jika tidak ada inovasi berarti yang harus segera dilakukan. Sangat disayangkan apabila radio benar-benar punah dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sebab jika menengok ke sejarah kemerdekaan Indonesia, radio menjadi sarana komunikasi yang paling ampuh dalam menyebarkan informasi terkait usaha untuk merebut dan mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Adapun secara resmi sejarah perkembangan radio di Indonesia bermula ketika pemerintah Indonesiamendirikan Radio Republik Indonesia (RRI) pada 11 September 1945.

Semenjak berdirinya radio pemerintah tersebut, dunia penyiaran radio di Indonesia mengalami pasang-surut yang mempengaruhi perkembangan siaran radio itu sendiri. (Tamburaka, 2013: 54-55).

Jika dibandingkan dengan media massa dan media komunikasi lainnya seperti televisi, radio mempunyai beberapa kelebihan. Di antaranya biaya penyelenggaraan siaran radio sangat jauh lebih murah dibandingkan biaya siaran televisi. Meskipun demikian, radio memiliki wilayah jangkauan yang sama luasnya dengan jangkauan siaran televisi. Pada umumnya, masyarakat Indonesia menggunakan radio untuk dua hal keperluan. Pertama, sebagai media untuk memperoleh informasi. Radio menjadi sumber informasi masyarakat untuk mengetahui peristiwa yang terjadi di tempat yang jauh. Kedua, masyarakat memanfaatkan radio sebagai sarana hiburan. Sebab di dalam radio juga terdapat program hiburan seperti musik, drama, dan hiburan lainnya. Secara garis besar, kedua sisi itulah yang menjadi kecenderungan utama masyarakat ketika memanfaatkan radio. Dalam pemanfaatan yang lebih luas, radio bahkan bisa berperan untuk mentransfer pengetahuan, layaknya fungsi sekolah (Oramahi, 2012: 17).

Berdasarkan UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, Bab II Pasal 4 menyebutkan dua poin penting tentang penyiaran radio. Ayat pertama menyebutkan bahwa penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Selanjutnya ayat kedua menyebutkan bahwa dalam menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat pertama, penyiaran juga berfungsi sebagai sarana pendukung ekonomi dan kebudayaan. Mengacu pada UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran tersebut, menggambarkan tentang betapa pentingnya peran radio dalam kehidupan masyarakat. Program siaran radio yang mampu menjangkau rakyat banyak secara serempak dapat menimbulkan dampak yang besar terhadap dunia politik, sosial, ekonomi, kebudayaan, pendidikan, bahkan militer dan pertahanan negara. Seiring perkembangan teknologi, fungsi penting dari radio perlahan memudar. Maka dari itu agar tidak lekas gugur dan menghilang dari indera pendengar para pencintanya, keberhasilan stasiun penyiaran radio sangat ditentukan oleh kemampuan pengelola dalam

memahami kebutuhan pendengarnya. Pengelola harus tahu persis program siaran seperti apa yang dibutuhkan dan disukai oleh pendengar. Tidak sekedar menghadirkan acara dengan materi atau kemasan baru, namun isinya tidak jauh berbeda dengan program siaran yang mulai ditinggalkan. Pengelola radio harus jeli membaca peluang dan kebutuhan pendengar.

Salah satu kelompok pendengar radio paling besar di Indonesia ialah kaum muslim. Umat Islam menggunakan radio sebagai sarana hiburan dan memperoleh informasi. Bahkan umat Islam juga menggunakan radio sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan agama Islam. Melalui radio umat Islam biasanya mengikuti pengajian yang disampaikan oleh kiai pondok pesantren setempat. Atau pengelola radio membuat program siaran yang sesuai dengan kebutuhan rohani umat Islam. Dalam kasus ini, radio telah menjadi media dakwah menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam. Bahkan ada stasiun radio yang secara khusus menyiarkan program dakwah seharian penuh. Masyarakat Indonesia mengenalnya sebagai radio dakwah. Pada umumnya radio ini didirikan dan dikelola oleh masjid ataupun pondok pesantren. Radio menjadi wadah untuk menyalurkan hobi dan kemampuan dalam bidang penyiaran (Arifin, 2011: 109).

Keberadaan radio menjadi media pembantu dalam menyiarkan dakwah Islam. Sehingga penyampaian dakwah Islam dapat dilakukan secara merata. Sebab pemerataan pemahaman ajaran Islam menjadi permasalahan yang cukup serius. Melalui radio, ajaran Islam yang dibawa oleh Rasulullah SAW perlu diterapkan dan disebarkan dengan menggunakan metode dan penyebaran dakwah Islam melalui media yang efektif, salah satunya melalui media radio (M. Munir dan Wahyu Ilahi, 2006: 29). Melalui media radio dengan metode pengelolaan yang tepat, syiar dakwah dan *amar ma'ruf* serta *nahi munkar* akan mampu menyalurkan pemahaman ajaran Islam yang lebih baik dan merata.

Salah satu stasiun radio di kabupaten Magelang yang konsisten menyiarkan program dakwah adalah radio yang didirikan di bawah payung PT. Radio Fastabiq yang bernama Radio FAST FM. Radio FAST FM dengan motto yang diusungnya yakni "*smart, care, dan religius*" mengudara di frekuensi 90.17 MHz di bawah pimpinan H. Muhammad Yusuf Chudlhori memosisikan

diri sebagai media alternatif bagi masyarakat Magelang, Temanggung, Purworejo, Kebumen, Wonosobo, dan sebagian DIY, ini lahir bersama dengan kegelisahan masyarakat akan adanya hiburan berupa radio. Radio yang berdiri berakta perusahaan No. 02/3 Februari 2003 ini, secara konsisten menyiarkan program siaran umum juga konsisten pada program siaran dakwah Islam yang bertajuk "Baity Jannaty".

Program siaran dakwah "Baity Jannaty" ini mengangkat tema seputar nilai-nilai ajaran agama Islam di dalam pembahasan kehidupan sehari-hari, khususnya dalam permasalahan keluarga agar masyarakat terbantu terselesaikan problematika keluarganya secara keislaman. Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti, program Baity Jannaty ini sebelumnya diampu langsung oleh KH. Cludori dan diterima masyarakat dengan baik karena program ini dirasa interaktif oleh masyarakat yang sedang membutuhkan solusi masalah kehidupan keluarga mereka.

Dalam praktiknya, program Baity Jannaty yang kemasannya interaktif kepada para pendengar dan terdapat tanya jawab di dalamnya terkait keluhan atau masalah yang dimiliki pendengar, namun terdapat Persepsi yang berbeda di tengah masyarakat (pendengar) Baity Jannaty. Beberapa kalangan masyarakat menilai Gus Yusuf berbeda dengan ayahnya dan kurang membuat masyarakat antusias. Akan tetapi sebagian masyarakat juga masih menjadi pendengar setia dari program siaran Baity Jannaty ini sebagai bagian dari bentuk dakwah melalui radio yang ada di dalam radio FAST FM. Tentu dalam mendengarkan program tersebut, Persepsi para pendengar tersebut apakah masih hingga sekarang dan bagaimana jawaban masyarakat mengenai program siaran yang terus berjalan ini.

Sebagaimana dijelaskan Jalaludin Rahmat (1990:64) bahwa persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Di sini, pesan dakwah dalam Baity Jannaty akan mempengaruhi persepsi masyarakat (pendengar) yang penting untuk terus dikaji agar praktik dakwah Islam yang ada di tengah masyarakat dapat terlaksana seperti yang dikehendaki bersama.

Dari alasan tersebut peneliti hendak menggali lebih dalam terkait Persepsi pendengar program Baity Jannaty secara mendalam dan ilmiah tentang program tersebut oleh karena program siaran dakwah Islam ini begitu penting terutama dalam kacamata dakwah Islam di dalam media radio sebagai usaha agar dakwah Islam tetap bisa menjadi solusi utama di tengah permasalahan masyarakat. Maka dari itu peneliti mengajukan penelitian dengan judul, *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Siaran Dakwah “Baity Jannaty” di Radio FAST 90, 1 FM Magelang.*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti mengajukan rumusan masalah adalah bagaimana persepsi masyarakat tentang program siaran dakwah “Baity Jannaty” di Radio FAST 90,1 FM Tegalrejo Magelang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata ini adalah: untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang program siaran dakwah “Baity Jannaty” di radio FAST FM di tengah masyarakat.

Sedangkan manfaat yang dapat diambil di dalam penelitian yang berjudul “Persepsi masyarakat tentang program siaran dakwah “Baity Jannaty” di Radio FAST 90,1 FM Magelang” ini berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

1. Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat untuk menambah dan mengembangkan informasi serta wawasan pengetahuan di bidang ilmu dakwah dan komunikasi. Terutama pada konsentrasi media radio yang berkorelasi dengan upaya dakwah Islam di tengah masyarakat.
2. Sebagai acuan atau bahan pertimbangan dari penelitian sejenis yang sedang dikerjakan oleh peneliti lain.

b. Manfaat Praktis

1. Peneliti berharap penelitian ini mampu memberikan gambaran tentang dakwah Islam melalui media radio di tengah masyarakat yang semakin modern dan di tengah perkembangan teknologi yang semakin canggih.
2. Mampu memberikan gambaran yang utuh tentang persepsi masyarakat terhadap program siaran "Baity Jannaty" di Radio FAST FM Tegalrejo Magelang.
3. Penelitian ini diharapkan mampu diterima masyarakat sebagai bahan referensi dan pertimbangan para pelaku dakwah, khususnya para dai yang aktif menyuarakan syiarnya melalui media radio.

D. Obyek Penelitian

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu masyarakat (pendengar) yang ada di sekitar radio Fast FM 90.1 Tegalrejo Magelang, spesifiknya adalah masyarakat desa Pagutan kecamatan Tegalrejo dan sekitaran Pasar Tegalrejo.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah sebagai auto kritik terhadap penelitian yang ada, baik mengenai kelebihan, sekaligus sebagai bahan komparatif terhadap kajian penelitian terdahulu. Untuk menghindari terjadinya pengulangan hasil temuan yang membahas permasalahan yang sama baik dalam bentuk skripsi, buku, maupun tulisan-tulisan.

Sebagai bahan komparatif di atas, penelitian kali ini akan mengemukakan hasil temuan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan penelitian ini untuk dijadikan bahan perbandingan selanjutnya. Adapun penelitian yang dimaksud di antaranya adalah sebagai berikut ini:

1. Skripsi "*Studi tentang Format Dakwah Radio Rasika FM Semarang Tahun 2005*" yang disusun oleh Nur Jannah, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo pada tahun 2006.

Dalam penelitian ini Nur Jannah hendak mengetahui format penyiaran program dakwah Radio Rasika FM. Selain itu Nur Jannah juga ingin mengetahui faktor yang menjadi kelebihan dan kekurangan dari format dakwah yang sudah berjalan di Radio Rasika FM. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Nur Jannah menggunakan

pendekatan komunikasi untuk melihat dan memperlakukan sesuatu masalah yang menjadi obyek kajian penelitian.

Dalam skripsi ini Nur Jannah menyimpulkan bahwa format program dakwah di Radio Rasika FM Semarang lebih menitikberatkan pada dakwah monologis. Dalam artian program dakwah berlangsung dengan satu arah, Dai menyampaikan materi kepada pendengar tanpa ada tanya jawab. Radio Rasika mengemas penyajian materi menggunakan bahasa motivatif. Radio Rasika FM juga berinovasi dengan memberikan selingan hikmah yang dikemas dengan format penyampaian *feature* berupa sandiwara pendek (baik dalam bentuk dialog ataupun monolog). Selain itu, program dakwah di Rasika FM juga dilakukan dengan format dokumenter. Pengelola Rasika FM merekonstruksi peristiwa sehingga lebih menonjolkan adanya aktualisasi peristiwa.

2. Skripsi dengan judul "*Peran Radio Sama Fm Dalam Dakwah Di Masyarakat (Studi Kasus Program Siaran Radio SAMA FM di Perumahan Jatisari Asabri Semarang)*" yang disusun oleh Eva Risti Winata, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo pada tahun 2015.

Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa Radio SAMA FM dikelola dan dikembangkan oleh komunitas tunanetra di Kota Semarang. Meskipun di tengah keterbatasan penglihatan, tidak membuat para pengelola Radio SAMA FM untuk menjalankan program siaran. Kemauan keras untuk belajar dan berusaha, menjadikan penyandang tunanetra di Radio SAMA FM semakin bisa hidup mandiri. Para tunanetra tidak hanya mementingkan kepentingan kelompok internal semata, tetapi mereka juga peduli dengan kebutuhan masyarakat. Terutama dalam hal pemenuhan informasi dan hiburan melalui radio.

Kepedulian ini diwujudkan dengan masih eksisnya radio SAMA FM hingga sekarang sejak pertama kali berdiri pada tahun 2010 lalu. Wujud kepedulian tersebut disajikan dalam bentuk program siaran yang dikaji dan diproses secara kreatif untuk pendengar. Eva Risti menemukan bahwa program siaran dakwah di Radio SAMA FM dilakukan secara monolog. Dai memberikan materi dakwah tanpa ada timbal balik dari pendengar. Selain itu

kru radio SAMA FM tidak hanya aktif menyiarkan dakwah melalui radio saja, tetapi juga ikut turun dalam kegiatan bermasyarakat secara langsung. Sehingga nilai-nilai sosial menjadi cerminan atas program siaran Radio SAMA FM yang mengandung unsur pendidikan, informasi, dan hiburan. Sementara program siaran bernuansa dakwah diaplikasikan dalam bentuk program voice of Islam, sandiwara, dan musik religi.

3. Skripsi dengan judul "*Dakwah Islam Melalui Media Radio (Analisis Terhadap Program Siaran Dakwah Islam di Radio Cbs 95,9 FM Slawi)*". Skripsi ini disusun oleh Kurniati, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang pada tahun 2006.

Dalam penelitian ini, Kurniati hendak mengetahui format acara program siaran dakwah Islam di Radio CBS 95,9 FM di Kecamatan Slawi, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. Kurniati juga hendak mengetahui metode manajemen penyiaran dakwah yang dilakukan di radio tersebut. Penelitian Kurniati ini tergolong dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan komunikasi. Kurniati menyimpulkan bahwa Radio CBS FM Slawi merupakan sebuah radio swasta yang berorientasi pada keuntungan. Meskipun demikian, Radio CBS Slawi masih mampu dijadikan sebagai media alternatif dan kreatif untuk mendengarkan siaran dakwah Islam melalui radio. Radio CBS Slawi mengemas program siaran dakwah Islam dalam suatu format tertentu. Tujuannya agar program siaran dakwah tidak terkesan monoton, membuat pendengar jenuh, sehingga Radio CBS Slawi perlahan mulai ditinggalkan. Terdapat tiga format yang menjadi kemasan program siaran dakwah Islam di Radio CBS Slawi, yaitu insert program, spesial program, dan reguler program.

4. Skripsi yang berjudul "*Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Acara Yang Muda Yang Bertaqwa" di Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Semarang)*". Skripsi ini disusun oleh Siti Nur Asyiah, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo Semarang pada tahun 2010.

Dalam penelitian ini, Asyiah hendak mengetahui format program penyiaran dakwah, terutama ketika dilihat dari klasifikasi bentuk program yang digunakan di RRI Pro Dua Semarang. Selain itu dan juga dari sisi

penggarapan kreativitas di radio tersebut. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif yang menggunakan teknik analisis deskriptif. Asyiyah menyimpulkan bahwa program penyiaran dakwah di acara "Yang Muda, Yang Bertaqwa" di RRI Pro Dua Semarang menyajikan beragam program dakwah unggulan.

Di antara program siaran religi tersebut ialah: menyajikan siaran tentang kajian tafsir Al Quran dengan menghadirkan tim redaksi dari majalah Al Furqon Semarang, siaran tentang Fiqih Wanita, siaran Perekonomian Islam, program Wisata Religi, program Safira, hingga Mutiara Religi. Ragam program siaran dakwah tersebut dibuat untuk meningkatkan daya pikir para pendengar dalam mempelajari nilai-nilai ajaran Islam. Selain itu juga agar pendengar tidak melupakan sejarah Islam yang pernah mencapai masa puncak pada masa Bani Abbasiyah. Hal paling krusial dari siaran ini ialah, agar pendengar mampu melakukan introspeksi diri dengan cara mengambil pelajaran positif dari ragam program siaran dakwah tersebut.

5. Skripsi dengan judul "*Persepsi Masyarakat terhadap Siaran Radio Pratama FM 88.8 MHz di Bangkinang, Kecamatan Bangkinang, Kabupaten Kampar*". Skripsi ini disusun oleh Adi Saputra, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang termasuk dalam penelitian kualitatif, penelitian Adi Saputra ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian akan dideskripsikan dalam bentuk angka. Kemudian diolah dalam bentuk tabel presentase. Adi Saputra menyimpulkan bahwa Persepsi Masyarakat Desa Bangkinang Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar terhadap siaran Radio Pratama FM 88.8 MHz mencapai 71,6 persen. Angka tersebut menunjukkan persepsi yang baik dari masyarakat terhadap siaran Radio Pratama FM. Adi Saputra juga memaparkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap program siaran dakwah di Radio Pratama FM. Beberapa faktor tersebut di antaranya: pengetahuan dan pengalaman masyarakat, faktor teknis dari penyiaran Radio Pratama FM

(jangkauan sinyal, kejelasan, program siaran radio), pendidikan masyarakat, serta keakraban yang terjalin antara penyiar dengan pendengar radio.

F. Metode Penelitian

Setiap kegiatan ilmiah agar dapat lebih terarah dan rasional diperlukan metodologi yang sesuai dengan obyek yang sedang dikaji. Metodologi penelitian dapat diartikan sebagai suatu pengkajian di dalam mempelajari peraturan-peraturan yang ada di dalam penelitian, (Husaini Usman dan Purnomo, 2008:41).

Adapun metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Saryono (2010:10) penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan tentang kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang sulit dijelaskan digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (angka). Penelitian kualitatif dimaknai pula sebagai sebuah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu yang sedang diteliti (Nurul Zuriah, 2007:47). Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah berupa deskriptif (menggambarkan), yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu yang sedang diteliti.

2. Definisi Konseptual

Di dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan penelitian agar tidak terjadi salah faham di dalam pembahasannya. Respon atau tanggapan adalah suatu bentuk tanggapan reaksi atau jawaban (Poerwadarminto, 1999: 42).

a. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang dipelajari melalui interaksi dengan lingkungan sekitar. Persepsi seseorang timbul sejak kecil melalui

interaksi dengan manusia lain. Jalaludin Rahmat (1990:64) mendefinisikan pengertian persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Definisi lain dari persepsi ialah kemampuan untuk membedakan, mengklasifikasikan, dan memfokuskan perhatian pada suatu obyek rangsangan. Selama proses identifikasi obyek tersebut, manusia sekaligus melakukan proses interpretasi atau pemahaman. Proses ini menghasilkan interpretasi yang berbeda dari setiap individu, tergantung pada pengalaman seseorang terhadap obyek yang sedang diamati (Walgito Bimo, 1990: 53)..

b. Radio

Radio adalah media untuk bercerita. Seluruh bentuk siaran radio mengandung aspek cerita. Namun dalam penceritaan tersebut dibarengi pula dengan faktor lain yang membedakan radio dengan media massa lainnya. Aspek yang membedakan tersebut di antaranya dengan adanya efek suara, musik, dialog, maupun monolog (Ton Kertapati, 1996: 3).

c. Dakwah Islam

Dakwah adalah suatu upaya untuk mengubah segala bentuk penyembahan kepada Tuhan selain Allah kepada keyakinan Tauhid. Mengubah seluruh persepsi dan perilaku negatif masyarakat menjadi berubah haluan ke ranah yang lebih positif. Sehingga akan mencapai sebuah ketenangan batin dan kesejahteraan lahir berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam (Nanih, dkk, 2001: 189).

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah subjek yang memberi data penelitian yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan dua macam sumber data dalam penelitian ini. Dua sumber data ini saling melengkapi satu sama lain.

A. Data primer sebagai data utama yang diperoleh langsung dari informan yang menjadi obyek penelitian. Data primer ini berupa hasil wawancara peneliti terhadap jajaran direksi radio Fast FM dan masyarakat sebagai pendengar. Selain dalam bentuk wawancara, sumber data primer ini juga berupa observasi maupun dokumentasi terkait dengan obyek penelitian.

B. Data sekunder sebagai data pendukung atas data primer. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan buku, majalah, jurnal, website, ataupun sumber lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data, peneliti melakukannya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan sumber data direksi radio dan masyarakat (pendengar radio).

a) Teknik Wawancara

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Di dalam penelitian ini, subyek penelitian yang selanjutnya menjadi narasumber atau informan penelitian antara lain direksi utama radio Fast FM Magelang dan masyarakat (pendengar) yang ditinjau dari berbagai profesi atau kalangan.

b) Teknik Observasi

Ada beberapa alasan mengapa teknik observasi atau pengamatan digunakan dalam penelitian ini. *Pertama*, pengamatan didasarkan atas pengalaman secara langsung. *Kedua*, pengamatan memungkinkan peneliti untuk melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Hasil observasi dalam penelitian ini dicatat dalam catatan lapangan merupakan alat yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan. Format rekaman hasil observasi catatan lapangan dalam penelitian ini menggunakan format rekaman hasil observasi. Dalam hal ini,

peneliti melakukan observasi atau pengamatan secara langsung terhadap radio Fast FM yang ada di Magelang dan melihat persepsi masyarakat.

c) Teknik Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, teknik ini merupakan alat pengumpul data yang utama karena pembuktian hipotesisnya yang diajukan secara logis dan rasional. Hasil pengumpulan data melalui cara dokumentasi ini, dicatat dalam format rekaman dokumentasi. (Margono, 2003: 158-160).

d) Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis untuk menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan lainnya. Analisis data yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif, artinya apabila data (persepsi) sudah terkumpul kemudian dideskripsikan dan dilaporkan apa adanya, kemudian diambil kesimpulan yang logis, (Winarno, 1994:140). Analisis kualitatif dalam suatu penelitian digunakan apabila data penelitian yang diangkat dari lapangan adalah juga memiliki sifat-sifat kualitatif (Bungin, 2013 : 275). Sesuai dengan tujuan penelitian maka teknik analisis data yang dipakai untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif model interaktif, sebagaimana diajukan oleh Miles dan Huberman yaitu terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Huberman dkk, 2007 : 15-20).

a) Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di catat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua aspek yaitu deskripsi atau refleksi. Catatan deskripsi merupakan data alami yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, dirasakan, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti, sedangkan catatan refleksi yaitu catatan yang memuat kesan, komentar, dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya. Untuk mendapatkan catatan ini maka peneliti melakukan wawancara dengan beberapa responden.

b) Reduksi data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi. Cara mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan ke pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat menarik kesimpulan.

c) Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Agar sajian data tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka sajian data dapat diwujudkan dalam bentuk tabel atau bagan sebagai wadah panduan informasi tentang apa yang terjadi. Data yang disajikan sesuai dengan apa yang diteliti.

d) Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan, alur sebab akibat atau proporsisi, kesimpulan yang ditarik segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali sambil melihat catatan lapangan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat.

Alasan peneliti memilih model interaktif Miles dan Huberman, karena sangat sesuai untuk diterapkan ke dalam penelitian kualitatif. Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut secara terus menerus. Dimana dalam pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah pengumpulan data, kemudian melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Apabila dalam penarikan kesimpulan data yang didapat kurang atau tidak sesuai maka peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data.

Hal tersebut dilakukan secara terus-menerus sampai data jenuh agar data yang diperoleh valid. Masalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan

sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusul, namun dua hal lainnya itu senantiasa merupakan bagian dari lapangan.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini memuat lima bab termasuk pendahuluan yang masing-masing berkaitan.

BAB I

Pada bab ini merupakan bab pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II

Pada bab ini merupakan landasan teori. Dalam bab II penelitian ini berisi tinjauan tentang definisi persepsi masyarakat, radio, serta dakwah Islam melalui radio kepada masyarakat.

BAB III

Pada bab ini peneliti menyajikan gambaran umum kajian penelitian yang meliputi: Gambaran umum radio dan program siaran, gambaran umum program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio FAST FM Magelang, dan gambaran umum pendengar siaran dakwah "Baity Jannaty".

BAB IV

Bab ini berisi analisis tentang analisis persepsi masyarakat terhadap program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio FAST FM Magelang.

BAB V

Bab ini merupakan bagian penutup yang didalamnya berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

PERSEPSI MASYARAKAT, RADIO, DAKWAH ISLAM

A. Persepsi Masyarakat

1. Pengertian Persepsi Masyarakat

Persepsi secara istilah seringkali digunakan dalam bidang psikologi. Namun secara terminologi, pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui penginderaan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungannya (Asrori, 2009:21).

Persepsi merupakan suatu proses yang dipelajari melalui interaksi dengan lingkungan sekitar. Persepsi seseorang timbul sejak kecil melalui interaksi dengan manusia lain. Jalaludin Rahmat (1990:64) mendefinisikan pengertian persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Definisi lain dari persepsi ialah kemampuan untuk membedakan, mengklasifikasikan, dan memfokuskan perhatian pada suatu obyek rangsangan. Selama proses identifikasi obyek tersebut, manusia sekaligus melakukan proses interpretasi atau pemahaman. Proses ini menghasilkan interpretasi yang berbeda dari setiap individu, tergantung pada pengalaman seseorang terhadap obyek yang sedang diamati (Walgito Bimo, 1990: 53). Persepsi yang timbul dalam benak setiap orang selalu didahului dengan proses penginderaan. Suatu proses penangkapan stimulus berupa cahaya, gelombang suara, maupun stimulus lainnya yang ditangkap oleh reseptor atau panca indera manusia (Walgito Bimo, 1990: 53).

Sedangkan masyarakat adalah sekelompok manusia yang hidup dan tinggal dalam suatu wilayah tertentu. Mereka tinggal dalam waktu yang cukup lama, saling menjalin komunikasi satu sama lain, memiliki simbol yang menjadi identitas, serta terikat oleh sejumlah peraturan yang telah

disepakati bersama. Selain itu, biasanya dalam masyarakat juga terdapat strata sosial. Semua itu sudah menjadi karakteristik yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan bermasyarakat (Burhan Bungin, 2000: 163).

Persepsi menjadi inti dari berjalannya komunikasi. Sebab jika akurasi persepsi tidak maksimal, maka persepsi tidak akan berjalan efektif. Sebab persepsi manusia yang menentukan pesan mana saja yang akan diterima oleh otak dan mana yang diabaikan otak. Dalam bahasa sehari-hari, sering pula disebut sebagai pandangan, anggapan, atau gambaran terhadap suatu fenomena yang dialami manusia. Persepsi manusia berisi tanggapan seseorang terhadap obyek penelitian. Sementara dalam pandangan Brian Fellows, persepsi terjadi akibat proses kelompok masyarakat dalam menerima dan menganalisis informasi yang diterima (Deddy Mulyana, 2008: 180).

Dalam proses pembentukan persepsi, kemampuan mengingat seseorang akan merinci dengan detail setiap stimulus. Tujuannya untuk menemukan karakteristik yang sesuai dengan spesifikasi konsep kejadian. Selama proses pembentukan persepsi, akan terdapat proses organisir atas karakteristik utama yang bersifat teratur, dampak gema, efek awal, efek akhir, hingga kualitas seseorang yang hendak membentuk suatu persepsi.

Dalam proses pembentukan persepsi, karakteristik utama menjadi aspek utama yang dimiliki seseorang yang bisa dievaluasi oleh orang lain. Sehingga akan menghasilkan karakteristik utama yang teratur. Karakteristik utama tersebut terdiri dari keterampilan, kecerdasan, keakraban, hingga kerajinan. Sementara dampak gema berarti asumsi seseorang kepada orang lain yang berperan sebagai pemicu terbentuknya persepsi bagi orang lain di sekitarnya. Dengan demikian akan menciptakan resonansi atau gema yang saling mempengaruhi satu sama lain. Sementara itu maksud dari efek awal ialah suatu cara yang mengindikasikan bahwa pengetahuan atau informasi yang pertama kali didapatkan seseorang, akan berpengaruh besar terhadap persepsi berikutnya. Maka kesan atau informasi awal sangat berpengaruh

besar dalam menciptakan persepsi masyarakat. Selanjutnya ialah efek akhir yang menjadi kebalikan dari efek awal. Efek akhir berarti kecenderungan seseorang dalam menilai orang lain berdasarkan citra terakhir yang ia lihat. Sedangkan kualitas reseptor berarti setiap individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda-beda meskipun dalam menilai hal yang sama (Fatah Hanurawan, 2010: 35).

Persepsi seseorang terhadap peristiwa atau benda yang terjadi di sekitarnya menjadi wujud atas atensi atau perhatian. Atensi yang melahirkan persepsi seseorang dipengaruhi oleh faktor situasional yang bersifat personal. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi intensitas stimulus, gerakan, kebaruan stimulus, dan pengulangan. Dalam praktiknya, atensi masyarakat akan lebih besar terhadap sesuatu yang dianggapnya lebih menarik. Sehingga peluang terbentuknya persepsi juga akan semakin besar. Persepsi masyarakat akan lebih mudah terbentuk ketika mereka melihat orang berpakaian cerah yang membauri di tengah orang-orang yang berpakaian gelap.

a. Klasifikasi Persepsi Masyarakat

Sebagaimana yang dijelaskan tentang definisi persepsi masyarakat di atas, pembahasan selanjutnya yaitu tentang klasifikasi dari persepsi masyarakat. Dedy Mulyana dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, menyebutkan bahwa persepsi masyarakat diklasifikasikan menjadi dua macam.

1. Persepsi terhadap obyek

Setiap manusia mempunyai pandangan atau persepsi yang berbeda atas obyek yang memberikan stimulus kepada panca indera mereka. Jadi meskipun obyek memberikan stimulus yang sama kepada sekelompok orang, persepsi yang akan dihasilkan setiap orang pun akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh kemampuan panca indera setiap manusia yang berbeda ketika menangkap stimulus yang diberikan (Deddy Mulyana, 2008: 180).

Dengan demikian persepsi manusia yang didapatkan melalui panca indera bisa dikatakan sebagai persepsi yang lemah. Seperti halnya suara kereta yang terdengar dari kejauhan, tidak akan cukup mampu menggambarkan kondisi kereta secara keseluruhan. Sementara obyek yang dipersepsikan tidak memiliki kemampuan untuk memberikan pendapat atas persepsi yang diberikan. Obyek persepsi bersifat statis.

2. Persepsi terhadap Manusia

Persepsi terhadap manusia disebut juga dengan persepsi sosial. Persepsi sosial dapat diartikan proses seseorang dalam menafsirkan obyek sosial yang terjadi di sekitar lingkungan masyarakat. Persepsi sosial sangat dipengaruhi oleh pengalaman berupa informasi dan pengetahuan yang didapatkan seseorang sebelumnya. Sehingga ketika seseorang berhadapan dengan fenomena sosial yang baru, maka ia akan membangun persepsi berdasarkan informasi dan pengetahuan yang dia dapatkan sebelumnya. Persepsi sosial dibentuk berdasarkan simbol verbal dan non verbal. Masyarakat memandang sesuatu di luar dirinya seperti perasaan, harapan, dan lainnya sebagai sesuatu yang bergerak dinamis (Deddy Mulyana, 2008: 180).

Dalam perspektif agama Islam, persepsi manusia disinggung dalam ayat al-Quran. Seperti yang disebutkan dalam Q.S. adz-Dzariyaat ayat 8:

انكم لفي قول مختلفين

Artinya: *“Sesungguhnya kamu benar-benar dalam Keadaan berbeda pendapat.”*

Sebagian penafsir berpendapat pihak yang berbeda pendapat tersebut ialah orang musyrik. Sebagian ulama lainnya berpendapat bahwa kalangan yang berbeda pendapat ialah kaum muslimin. Dalam ayat ini telah jelas mengisyaratkan bahwa manusia memiliki perbedaan

persepsi yang membuat mereka berbeda pendapat dalam menyikapi segala sesuatu. Perbedaan persepsi tersebut tidak bisa disalahkan, melainkan masyarakat harus belajar untuk saling menghargai (M. Quraish Shihab, 2002: 71).

3. Proses Terjadinya Persepsi Masyarakat

Terdapat enam tahap dalam proses pembentukan persepsi masyarakat. Keenam tahapan tersebut terdiri dari:

- i. Proses pembentukan persepsi masyarakat diawali dengan adanya obyek yang memicu stimulus terhadap panca indera. Proses ini disebut juga dengan proses fisik atau proses penerimaan rangsangan (Undai Pareek, 1996: 14).
- ii. Setelah panca indera menerima stimulus, proses yang selanjutnya terjadi ialah pengiriman stimulus ke syaraf sensoris menuju otak. Proses ini disebut dengan proses fisiologis, yaitu pengetahuan tentang proses penerjemahan makna atau proses seleksi rangsangan. Sebab sangat tidak mungkin bagi manusia untuk merespons semua stimulus yang ditangkap oleh panca indera. Sehingga proses fisiologis ini berfungsi untuk menentukan fokus persepsi (Undai Pareek, 1996: 15-16).
- iii. Proses pengorganisasian. Sebab stimulus yang ditangkap panca indera masih dalam bentuk yang tidak beraturan, maka dalam tahap ini stimulus diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu. Misal berdasarkan warna, ukuran, sifat, dan masih banyak klasifikasi lainnya. Selain itu klasifikasi juga melihat kedekatan, kesamaan, dan kecenderungan yang saling melengkapi satu sama lain.
- iv. Proses selanjutnya ialah interpretasi. Stimulus yang ditangkap panca indera yang telah diklasifikasikan berdasarkan kategori tertentu kemudian diinterpretasikan menggunakan perangkat analisis yang dimiliki. Perangkat analisis ini berupa pendapat umum tentang obyek serta sikap unik yang dimiliki oleh seorang penafsir stimulus.

- v. Setelah itu, akan terbentuk stereotip atau penilaian baik atau buruk terhadap suatu obyek. Selanjutnya penerima stimulus untuk melakukan pembelaan persepsi ketika terbentuk persepsi yang bertentangan dengan kepercayaan mereka. Selanjutnya ditentukan pula oleh faktor personal dari masing-masing penerima stimulus yang telah membangun persepsi (Undai Pareek, 1996: 21-25).
- vi. Proses kelima ialah klarifikasi. Dalam proses ini penerima stimulus akan melakukan klarifikasi kebenaran dan validitas terhadap penafsiran yang telah dihasilkan. Klarifikasi ini dapat dilakukan setiap waktu kepada orang lain yang dianggap memiliki persepsi yang lebih kuat.
- vii. Terakhir ialah proses reaksi. Proses berupa tindakan yang dilakukan oleh penerima stimulus atas persepsi yang telah ia simpulkan dari proses-proses sebelumnya (Undai Pareek, 1996: 18-20).

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat

Meskipun sekelompok orang menerima stimulus yang sama, namun persepsi yang terbentuk akan berbeda. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor sebagai berikut:

- i. Faktor Individual

Proses pembentukan persepsi terdapat pula proses memahami obyek. Dalam hal ini pemahaman terjadi sebagai rangkaian proses kognitif. Sehingga sangat dipengaruhi oleh karakteristik dan kepribadian seseorang. Karakteristik dan kepribadian tersebut terdiri dari konsep diri, sikap dan nilai, pengalaman yang didapatkan pada masa lalu, serta harapan yang ada dalam dirinya.

Apabila seseorang memiliki konsep diri yang tinggi serta dalam kondisi sehat, maka ia akan memahami orang lain dari sisi positif dan optimistik. Demikian pula sebaliknya, orang yang sedang dalam kondisi sakit atau yang memiliki konsep diri rendah. Persepsi

lain akan terbentuk jika seseorang memiliki sifat otoriter terhadap orang disekitarnya. Selain itu, hal yang paling menentukan persepsi individual ialah pengalaman, informasi, atau pengetahuan yang dimiliki di masa lalu. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki, maka seseorang akan semakin kaya akan persepsi (Fatah Hanurawan, 2010: 35).

ii. Faktor Keadaan

Secara tidak sadar persepsi seseorang akan lebih mudah terbentuk ketika mendapatkan stimulus dari obyek-obyek yang ia sukai. Misalnya seseorang yang lebih suka warna merah akan lebih memusatkan perhatian hingga membentuk persepsi tentang baju warna merah ketika ia hendak memilah baju. Proses kognitif seperti ini disebut dengan proses seleksi informasi yang masuk ke dalam pikiran manusia baik yang bersifat fisik maupun sosial.

Dalam pandangan Saomon, persepsi yang terbentuk dalam benak masyarakat oleh faktor keadaan terdiri dari tiga rangkaian. *Pertama*, seleksi. *Kedua*, organisasi. *Ketiga*, interpretasi. Stimulus di sekitarnya masyarakat akan ditangkap oleh panca indera sehingga menimbulkan sensasi tersendiri. Stimulus yang telah ditangkap, kemudian diorganisir atau dikelompokkan sesuai dengan kategori masing-masing. Kemudian stimulus tersebut diinterpretasikan sesuai dengan kapasitas informasi dan pengetahuan yang dimiliki. Setelah itu, akan terbentuk sebuah persepsi yang mampu memicu manusia untuk bertindak dan merespon stimulus yang didapatkan (Sutisna, 2001: 62).

iii. Faktor Obyek

Dalam hal ini yang berperan menjadi obyek adalah orang lain. Karakteristik yang ada dalam obyek sangat memungkinkan untuk memberikan stimulus pembentuk persepsi yang berbeda. Perlu diketahui bahwa setiap obyek memiliki karakteristik yang unik. Dua

obyek tidak mungkin memiliki karakteristik identik. Karakteristik unik inilah yang membuat masyarakat memusatkan perhatiannya sehingga terbentuk persepsi masyarakat. Selain itu faktor kedekatan obyek dengan subyek yang hendak membangun persepsi juga memiliki pengaruh besar. Faktor kedekatan ini akan berdampak pada klasifikasi pembentukan persepsi dalam masyarakat (Fatah Hanurawan, 2010: 35).

5. Kebutuhan Sosial yang Membentuk Persepsi Masyarakat

Kebutuhan sosial masyarakat dapat mempengaruhi persepsi yang tengah terbentuk. Jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi dengan benar, maka akan berpotensi membentuk kesalahan persepsi dalam masyarakat. Sehingga pemenuhan kebutuhan sosial sangat penting untuk menghindari kesalahan persepsi. Kebutuhan sosial tersebut terdiri dari:

i. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini sangat berkaitan dengan kebutuhan akan informasi, pengetahuan, serta pemahaman seseorang terhadap apa yang ada di lingkungan sekitarnya. Kebutuhan ini tidak dapat dilepaskan dari sifat dasar manusia sebagai makhluk yang memiliki kehendak bebas untuk berpikir. Sehingga kebanyakan manusia akan melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan pemahaman informasi dan pengetahuan yang sedang ingin mereka ketahui. Ketika kebutuhan kognitif ini telah terpenuhi, persepsi masyarakat akan semakin terbangun dengan kuat.

ii. Kebutuhan Afektif

Selanjutnya kebutuhan afektif menjadi pelengkap atas kebutuhan kognitif. Jika kebutuhan kognitif berkaitan dengan akal pikiran manusia, kebutuhan afektif lebih dekat dengan upaya pemenuhan emosional. Hal-hal yang termasuk dalam kebutuhan

afektif di antaranya hiburan, kasih sayang, dan masih banyak lagi. Dalam konteks ini contohnya, seseorang yang menyalakan radio untuk mendengarkan musik favoritnya hingga membuat suasana hati menjadi lebih ceria setelah seharian sibuk dengan rutinitas kerja.

iii. Kebutuhan Behavioral

Kebutuhan yang terakhir ini lebih berkaitan dengan perilaku manusia memperoleh informasi serta hiburan dari media massa. Dalam konteks penelitian ini, ketika masyarakat mendapatkan informasi dan hiburan dari program siaran Baiti Jannati Radio FAST FM, maka masyarakat dengan tidak sadar akan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi masyarakat terbentuk dari kebiasaan yang terjadi berulang-ulang di tengah masyarakat.

B. Radio

a. Pengertian dan Sejarah Singkat Radio

Dalam sejarahnya, radio sebagai bagian dari media massa elektronik mulai muncul ketika manusia mulai mengembangkan sarana komunikasi jarak jauh. Secara bahasa radio memiliki arti pengiriman suara atau bunyi melalui udara (Depdikbud RI, 1997: 808). Sementara menurut sebuah artikel yang ditulis oleh Ario menyebutkan bahwa pengertian radio adalah sebuah teknologi yang mampu mengirimkan sinyal melalui modulasi gelombang elektromagnetik. Menurut Ario, gelombang elektromagnetik ini merambat melalui udara dan ruang hampa (Denis Mc. Quail, 1984: 15).

Sementara itu Ton Kertapati memiliki definisi lain tentang radio. Ia menyebutkan bahwa radio adalah media untuk bercerita. Menurut Kertapati seluruh bentuk siaran radio mengandung aspek cerita. Namun dalam penceritaan tersebut dibarengi pula dengan faktor lain yang membedakan radio dengan media massa lainnya. Aspek yang membedakan tersebut di antaranya dengan adanya efek suara, musik, dialog, maupun monolog (Ton Kertapati, 1996: 3).

Pengertian tersebut mengindikasikan bahwa radio memiliki sifat auditif yang tidak bisa dilepaskan dari aspek bunyi atau gelombang suara. Sebab radio hanya terbatas pada rangkaian bunyi atau suara, sehingga hanya indera pendengaran saja yang mampu menangkap informasi dan pengetahuan dari radio. Dengan demikian radio tidak menuntut kepada pendengarnya untuk memiliki kemampuan membaca. Radio tidak pula menuntut kemampuan pendengarnya untuk melihat. Radio hanya membutuhkan kemampuan untuk mendengar (Muryanto Ginting Munthe, 1996: 12).

Radio memiliki sejarah panjang. Cikal-bakal bermula pada tahun 1802 ketika para ilmuwan menemukan alat yang mampu menerima pesan dalam jarak pendek menggunakan kawat yang beraliran listrik. Sementara dalam buku *Instruction to Radio and Television* sejarah radio bermula ketika James Maxwell yang memperoleh julukan Scientific Father of Wireless. James telah berhasil menemukan banyak rumus yang menjadi dasar dari perwujudan gelombang elektromagnetik pada tahun 1865. James mengatakan bahwa gerakan magnetis dapat mengarungi ruang angkasa yang merambat secara bergelombang dalam kecepatan tertentu. Bahkan James mengatakan kecepatan itu sama cepatnya dengan kecepatan cahaya dengan kecepatan 186 ribu mil per detik.

Penemuan James ini menjadi pijakan atas penyempurnaan ciptaan teknologi berbasis elektromagnetik lainnya, terutama media komunikasi radio. Para ilmuwan setelah James mengembangkan penemuan James sehingga mencapai bentuk yang lebih sempurna, bahkan menemukan bentuk teknologi lain yang masih berbasis pada gelombang elektromagnetik. Hingga pada masa Perang Dunia I, seorang ilmuwan bernama Lee De Forest berhasil menciptakan sarana komunikasi massa yang disebut dengan radio. Berkat penemuannya ini, Lee De Forest mendapatkan julukan sebagai seorang Bapak Radio. Namun pada masa awal penemuannya, radio sebatas digunakan untuk kepentingan peperangan.

Fungsi radio terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Jika awalnya hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, hingga mendapatkan fungsi tambahan sebagai sarana hiburan. Frank Conrad adalah orang yang pertama kali menyiarkan musik di radio pada tahun 1919. Radio semakin berkembang, meluas ke berbagai penjuru duni. Pada tahun 1920, masyarakat Amerika Serikat sudah mampu menikmati siaran radio secara massal. Jumlah stasiun radio pun semakin meningkat. Pada tahun 1922 jumlah stasiun radio di Amerika Serikat berjumlah 30 stasiun radio. Jumlah itu meningkat drastis pada tahun 1923 dengan jumlah 556 stasiun radio.

Sementara di Indonesia, radio memegang peran penting terhadap upaya untuk merebut dan mempertahankan kemerdekaan Indonesia. Radio menjadi satu-satunya sarana komunikasi jarak jauh waktu itu. Dengan menggunakan gelombang radio, informasi bisa disebarluaskan dengan lebih cepat. Pertumbuhan stasiun radio di Indonesia juga berkembang pesat pada masa Orde Baru. Sehingga pemerintah harus mengendalikan pertumbuhannya dengan menerbitkan peraturan yang mengatur izin siaran stasiun radio.

Layaknya fungsi radio di negara lain, radio di Indonesia juga memiliki tiga fungsi utama; fungsi informatif, edukatif, dan kognitif. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, radio mulai ditinggalkan. Terutama setelah adanya kemudahan akses internet. Melalui internet, masyarakat bisa mengakses media yang lebih kompleks dan menarik. Media internet bisa menampilkan teks, audio, gambar, video, bahkan memungkinkan masyarakat untuk saling berkomunikasi dengan cepat. Sementara fungsi radio yang hanya memproduksi produk siaran berupa suara, mulai ditinggalkan. Masyarakat beralih kepada internet yang menyajikan konten multimedia.

b. Karakteristik Radio

Jika dibandingkan dengan media massa lainnya, radio memiliki karakteristik yang khas. Karakter ini tidak dapat ditemukan dalam media cetak maupun media broadcast lainnya seperti televisi. Karakteristik khas ini

pula yang membedakan radio dengan media massa lainnya. Radio memiliki tiga karakteristik khas yang terdiri dari:

a. Auditif

Radio hanya bisa dinikmati melalui indera pendengaran manusia. Ketika seseorang mengalami gangguan pendengaran, maka ia tidak akan bisa menikmati program siaran radio. Siaran radio pun hanya memungkinkan untuk didengar sepiintas dan hanya bisa didengar satu kali saja. Pendengar tidak mungkin bisa meminta kepada penyiar untuk mengulangi siaran dengan kondisi dan intonasi suara yang sama. Program siaran radio seperti angin yang tidak terlihat dan hanya lewat sepiintas. Sehingga perlu daya ingat yang sangat baik untuk mengingat informasi yang disiarkan melalui radio. Atau pilihan lainnya, pendengar bisa mencatat informasi yang sedang disiarkan(Aep Kusnawan, 2004: 54).

b. Rawan Gangguan

Media komunikasi radio tak semulus media komunikasi massa lainnya. Transmisi radio rawan terjadi gangguan, terutama ketika sedang dalam kondisi cuaca buruk. Perambatan gelombang elektromagnetik menjadi tidak stabil. Selain faktor alam, gangguan juga bisa terjadi akibat faktor teknis. Misalnya kualitas menara pemancar yang menjadi pusat distribusi gelombang elektromagnetik dari stasiun radio kepada pendengar(Aep Kusnawan, 2004: 54).

c. Intim

Antara penyiar radio dengan para pendengarnya, seakan terjalin hubungan yang cukup intim. Penyiar radio sering kali memiliki sapaan khas dan akrab kepada para pendengar. Apalagi ketika menyambut momentum tertentu seperti hari raya Idul Fitri, hari Natal, hari kemerdekaan, serta hari-hari spesial lainnya. Keintiman ini seakan tidak bisa ditemukan di media komunikasi massa lainnya(Aep Kusnawan, 2004: 54).

d. Karakteristik Pendengar Radio

Pendengar radio juga memiliki karakteristik yang tidak dijumpai pada pengguna media komunikasi massa lainnya. Karakteristik ini pula yang menjadi perhatian pengelola stasiun radio untuk merancang program siaran yang sesuai dengan apa yang diinginkan pendengar. Karakteristik pendengar radio tersebut di antaranya (Masduki, 2005: 19):

a) Tingkat fokus rendah terhadap program siaran.

Hal ini disebabkan oleh kebanyakan pendengar mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain seperti belajar, beres-beres rumah, bahkan bekerja dikantor. Sehingga perhatian pendengar akan lebih mudah teralihkan pada hal-hal lain di sekitarnya.

b) Penyerapan informasi yang terbatas

Pendengar radio akan mengalami keterbatasan dalam menyerap informasi. Sebab informasi yang disampaikan penyiar radio tidak dapat diulang kembali.

c) Ketertarikan terhadap kedekatan emosional

Adanya ketertarikan terhadap cerita yang berkaitan dengan kehidupan pendengar secara langsung, seperti kehidupan tetangga, teman, atau bahkan kehidupan pribadi penyiar

d) Tidak terlalu cocok bagi masyarakat yang sadar literasi

Bagi pendengar yang memiliki kesadaran mental dan literasi, kemungkinan mereka untuk mematikan radio akan lebih besar. Sebab mereka akan lebih tertarik dengan bentuk informasi berupa tulisan

e) Pendengar yang misterius

Pendengar bersifat misterius. Sebab mereka tidak pernah benar-benar menampakkan diri. Sehingga akan sulit bagi pengelola radio untuk mengidentifikasi para pendengarnya. Apakah para pendengar itu cerdas,

kaya, miskin atau bagaimana. Pendengar akan tetap misterius dengan identitasnya masing-masing.

f) Tipologi Pendengar Radio

Dari sekian banyak pendengar radio, Masduki mengklasifikasikan pendengar radio ke dalam empat kategori. Seorang pendengar bisa saja termasuk dalam satu klasifikasi pada satu waktu dan beralih menjadi klasifikasi lain di waktu yang lain. Tipologi pendengar radio tersebut terdiri dari (Masduki, 2005: 20):

a) Pendengar Pasif

Pendengar tipe ini menjadikan radio sebagai "teman biasa". Pendengar tipe ini mendengarkan radio untuk mengisi waktu luang. Sebatas sebagai penghibur diri untuk melepas penat.

b) Pendengar Spontan

Pendengar ini tidak sebenarnya tidak memiliki niat untuk mendengarkan program siaran tertentu. Dengan demikian perhatian pendengar spontan akan sangat mudah teralihkan oleh aktivitas lain yang lebih menarik.

c) Pendengar aktif

Pendengar aktif memosisikan radio sebagai teman. Pendengar aktif selalu menyetel program siaran radio di manapun ia berada. Pendengar aktif juga senantiasa menjalin komunikasi melalui telepon, untuk menunjukkan eksistensinya. Sehingga tidak jarang, penyiar radio sudah hafal dan mengenal secara pribadi seorang pendengar aktif.

d) Pendengar Selektif

Pendengar ini cenderung pilih-pilih dalam mendengarkan program siaran radio. Ia hanya fanatik pada program siaran tertentu. Misalnya, program musik yang putar tiga jam penuh tanpa iklan yang dimulai pada tengah malam. Ketika program tersebut usai, pendengar selektif akan

meninggalkan kanal radio dan mencari program siaran serupa di kanal radio lain.

C. Dakwah Islam

a. Pengertian Dakwah

Jika ditinjau dari sisi bahasa dakwah bisa berarti seruan, panggilan, atau permintaan (Nuh, 2011: 7). Dakwah menjadi suatu aktivitas untuk menjalin komunikasi. Sebab dalam dakwah terjadi proses transmisi dan transfer informasi serta pengetahuan dari dai kepada masyarakat. Proses tersebut disampaikan melalui berbagai bentuk media seperti media cetak, radio, televisi, hingga internet (Syahputra, 2007:3).

Jika disarikan dan dicari sisi substansialnya, dapat disimpulkan bahwa filosofi dakwah ialah suatu upaya untuk mengubah segala bentuk penyembahan kepada Tuhan selain Allah kepada keyakinan Tauhid. Mengubah seluruh persepsi dan perilaku negatif masyarakat menjadi berubah haluan ke ranah yang lebih positif. Sehingga akan mencapai sebuah ketenangan batin dan kesejahteraan lahir berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam (Nanih, dkk, 2001: 189).

Selain definisi secara terminologis tersebut, terdapat pendapat dari para ahli di antaranya disampaikan oleh Muhammad Sulthon (2003: 13). Ia mendefinisikan dakwah sebagai panggilan dari Tuhan dan Nabi Muhammad kepada umat Islam, khususnya agar mereka percaya dan mengamalkan ajaran Islam dalam segala segi kehidupan. Sementara Abu Risman (1985: 12) mengartikan dakwah Islam sebagai upaya oleh seorang atau sekelompok muslim untuk merangsang orang lain untuk meyakini, memahami, dan menghayati ajaran Islam sebagai pedoman hidup hidup.

Sedangkan definisi yang sedikit berbeda dikemukakan oleh Asmuni Syukir (1982: 21). Menurutnya dakwah Islam ialah proses yang dilakukan dengan sadar dan terencana untuk mengajak manusia menuju ke jalan Allah. Ajakan tersebut diimplementasikan dalam bentuk perbaikan sikap menjadi

lebih baik (dakwah berbasis pada pengembangan dan pembinaan). Tujuannya untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian dakwah ialah usaha yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok muslim kepada orang lain di sekitarnya, agar mereka mau menjalankan ajaran Islam dengan lebih baik. Tujuannya untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

b. Unsur-unsur Dakwah

Suatu kegiatan dapat dikatakan sebagai dakwah apabila di dalamnya terdapat unsur-unsur dakwah sebagai berikut:

a) Subyek Dakwah (*Da'i*)

Dai menjadi subyek dakwah sebab ia yang menjadi pelaku dari kegiatan dakwah. Dai merupakan orang yang melaksanakan dakwah, baik dilakukan secara lisan maupun tulisan atau bahkan dalam bentuk tauladan atau perbuatan sekalipun. Bahkan dakwah dalam bentuk perbuatan sering kali lebih ampuh dibandingkan dengan metode ceramah.

Dakwah bisa dilakukan secara individu maupun kelompok. Umat muslim secara tidak langsung memiliki tanggung jawab dan peran sebagai seorang dai. Sebab ia mendapatkan kewajiban untuk menyebarkan ajaran Islam, dan mendapatkan hukum sebagai *fardhu kifayah* (Illahi, 2010: 11).

b) Obyek Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u merupakan masyarakat yang menjadi obyek sasaran dakwah, atau masyarakat yang menerima materi dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok. Baik manusia yang telah beragama Islam maupun masyarakat nonmuslim (Munir, dkk, 2006: 23). Wahyu Illahi mengutip Muhammad Abduh (Illahi, 2010: 12) mengklasifikasikan *Mad'u* menjadi tiga golongan.

Pertama, Golongan cendekiawan. Golongan ini cinta kebenaran, mereka dapat berpikir kritis, serta cenderung cepat menangkap persoalan atau materi dakwah yang disampaikan. *Kedua*, golongan awam. Kelompok ini kebanyakan terdiri dari orang yang belum dapat berpikir dengan kritis. Mereka belum mampu menangkap pemahaman dan materi dakwah dengan pembahasan yang tinggi. Sehingga seorang pendakwah perlu menyederhanakan bahasa yang digunakan agar golongan awam mampu memahaminya. Dengan demikian meminimalisir kesalahpahaman yang mungkin bisa terjadi. Golongan terakhir ialah kelompok yang senang membahas suatu permasalahan, namun hanya dalam waktu yang singkat dan dengan pemahaman yang masih di permukaan. Kelompok ini termasuk golongan *Mad'u* dengan tingkat pemahaman yang paling rendah dibandingkan dua kategori *Mad'u* sebelumnya.

c) Materi Dakwah

Dalam menjalankan tugas dakwah, seorang dai selalu menyampaikan materi tentang nilai-nilai ajaran agama Islam beserta contoh penerapannya. Secara garis besar materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori. *Pertama*, materi akidah yang meliputi aspek-aspek keimanan kepada Allah. materi ini menjadi landasan bagi dua materi lainnya. Sebab keimanan menjadi hal yang paling utama dalam ajaran Islam. *Kedua*, materi syariah. Materi ini mencakup tentang tata cara beribadah. *Ketiga*, materi akhlak. Materi ini berkaitan dengan kehidupan sosial. Berisi tentang tata cara menjalin hubungan antara manusia dengan manusia, maupun manusia dengan makhluk ciptaan Allah lainnya (Illahi, 2010: 12).

d) Metode Dakwah

Dalam pelaksanaan dakwah, seorang dai memiliki metode yang berbeda-beda. Dai menggunakan pendekatan dengan menyesuaikan masyarakat yang akan menerima materi dakwah. Metode dakwah yang biasanya diaplikasikan seorang dai biasanya berbentuk:

a. Pendekatan persuasif

Pendekatan ini mengajak masyarakat dengan memberi angin sejuk dan mendorong masyarakat dengan semangat tinggi. Dalam hal ini seorang dai memposisikan diri sebagai motivator ulung, inisiator cerdas, serta dinamisator terampil.

b. Pendekatan konsultatif

Dengan pendekatan ini, seorang dai menempatkan diri sebagai seseorang yang mampu memberikan solusi atas segala permasalahan yang tengah dihadapi masyarakat. Baik dalam permasalahan agama, sosial, bahkan ekonomi. Sebab masyarakat menempatkan seorang dai sebagai pihak yang memiliki ilmu tinggi dan menguasai segala macam aspek kehidupan masyarakat.

c. Pendekatan partisipatif

Tidak hanya memberikan materi dakwah secara lisan, seorang dai juga ikut andil dalam kegiatan masyarakat. Hal ini menjadi wujud dari pendekatan partisipatif seorang dai dalam menyebarkan ajaran Islam. (Kahatib, 2007: 53).

e) Media dakwah

Pada masa Nabi Muhammad media dakwah masih terbatas pada upaya dakwah secara lisan. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, media dakwah menjadi semakin bervariasi. Saat ini dakwah bisa dilakukan melalui berbagai media. Mulai dari media cetak, media broadcast seperti radio dan televisi, hingga media digital seperti media sosial. Media dakwah yang semakin bervariasi akan semakin memperluas jangkauan dakwah (Arifin, 2011: 99-100).

1. Program Siaran Dakwah

Program siaran menjadi nyawa dari stasiun radio. Mengudara atau tidaknya stasiun radio dapat dinilai dari kualitas dan kuantitas

program siaran. Sehingga pengelola radio harus mampu menentukan dan berinovasi dalam membuat program siaran. Berdasarkan waktu siarnya, program siaran dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori:

a. Acara pagi

Acara pagi biasanya disiarkan mulai pukul 05:00 hingga 10:00. Acara pagi menyiarkan siaran yang cenderung ceria. Sebab pengelola radio ingin memunculkan kesan yang ceria sebelum para pendengar mengawali rutinitas di pagi hari. Biasanya acara pagi berupa acara musik, baik pop maupun dangdut.

b. Acara siang

Acara siang berlangsung mulai dari pukul 10:00 hingga 15:00. Acara ini biasanya lebih banyak didengarkan oleh ibu-ibu yang telah usai mengerjakan pekerjaan rumah. Di waktu santai, ibu-ibu akan mendengar radio untuk memperoleh informasi dan hiburan. Biasanya siaran siang berupa talk show, tutorial, hingga acara gosip.

c. Acara petang

Siaran petang lebih menyasar kepada anak-anak, yang berlangsung pada pukul 15:00 hingga 18:00. Siaran sebaiknya diserahkan kepada para guru, sifatnya adalah sesuai dengan masyarakat anak-anak, kepramukaan, dongeng, nyanyian dan lain-lain.

d. Acara malam

Menjadi waktu prime time bagi pengelola radio. Sebab di waktu ini, jumlah pendengar mencapai angka tertinggi dan terdiri dari banyak kalangan usia. Sehingga program siaran di waktu ini lebih variatif. Ada yang menyiarkan musik, dongeng, atau pun talk show. Acara malam dimulai pukul 18:00 hingga 00:00 (Effendy, 1990: 121-122).

Kemudian, bagaimanakah peran radio dalam usaha dakwah Islam? Radio sebagai media dakwah pada masanya memegang peranan penting untuk menyebarkan dakwah Islam yang berisi nilai dan ajaran Islam. Pada masa sebelum internet mudah diakses, radio menjadi media dakwah yang paling cepat dan mencakup jangkauan yang sangat luas.

Namun seiring dengan perkembangan teknologi, radio sebagai media dakwah mulai ditinggalkan. Para pelaku dakwah mulai beralih ke media lain yang lebih kompleks. Sehingga mereka bisa mengemas materi dakwah dengan lebih variatif. Tidak hanya berupa suara yang ditawarkan oleh radio. Misalnya melalui media sosial dalam bentuk animasi atau pun video klip musik. Meskipun demikian tidak menutup kemungkinan masih adanya pengelola radio yang bertahan menyiarkan program siaran dakwah di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Tentunya mereka memiliki strategi tersendiri dalam upaya mempertahankan eksistensi program siaran dakwah.

BAB III

DESKRIPSI RADIO FAST FM, PROGRAM BAITY JANNATY DAN DATA PERSEPSI MASYARAKAT

A. Gambaran Umum dan Program Siaran Radio Fast FM

Radio Fast FM merupakan salah satu radio yang menyajikan program dakwah Islam yang berlokasi di Jln. KH. Asy'ari, Pagutan, Tegalrejo, Magelang dengan jalur frekuensi 90,1 FM. Radio Fast FM hadir di tengah-tengah masyarakat untuk menghibur dalam koridor kecerdasan dan keagamaan dengan penuh kepedulian terhadap masyarakat. Radio Fast FM hadir memberikan alternatif informasi dengan nuansa keagamaan. Selain itu pula Radio Fast FM Magelang terkenal di eks karisidenan Kedu sebagai radio yang berbasis Islam.

Radio Fast FM Magelang milik Pengasuh Pesantren Asrama Perguruan Islam (API) Tegalrejo, Magelang, Jawa Tengah yaitu Gus Yusuf Chudlori. Radio Fast FM 90.1 MHz Magelang didirikan di bawah manajemen PT Radio Fastabiq yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan dan informasi yang belum terakomodir oleh radio-radio yang sudah ada, baik radio swasta maupun radio pemerintah di kota Magelang.

Radio Fast FM Magelangs meskipun sebagai pendatang baru dalam dunia broadcast, Radio Fast FM menyadari penuh tantangan yang dihadapi termasuk merebut hati pendengar dengan mencoba menyajikan program siaran yang membumi. Akhirnya di tahun 2019, Radio Fast FM sukses meraih 3 Anugerah penyiaran berupa nominasi Lembaga Penyiaran Bidang Kelembagaan Radio Swasta Terbaik, nominasi Program *feature* Terbaik, dan nominasi Program Talkshow Terbaik di Jawa Tengah oleh KPID Provinsi Jawa Tengah.

Dalam sejarah berdirinya radio Fast FM Magelang yakni di tahun 2003, adalah bersamaan dengan kegelisahan masyarakat, khususnya warga pedesaan akan adanya hiburan radio yang berbeda dengan yang berkembang selama ini. Sebab dunia pop yang mewarnai radio-radio milik pemerintah maupun swasta pascareformasi justru terasa kurang di hati masyarakat.

"Hiburan-hiburan yang semata duniawi ternyata tidak memberikan kepuasan batin masyarakat. Maka, ketika masyarakat merasa kurang, Fast FM hadir untuk memberikan kesempurnaan atas keinginan mereka dengan tujuan utama demi mencerdaskan masyarakat dengan sentuhan duniawi-ukhrowi," Ungkap Station Manager Radio Fast FM, Emmy Purwanti di *NUonline*, 22/06/2019.

Di era modern seperti sekarang, Radio Fast FM Magelang juga telah menjamah dan ikut berpartisipasi ke arah yang lebih maju lagi agar tidak tertinggal dengan lembaga *broadcast* lain seperti memiliki Akun Fanspage Facebook, Twitter, dan Youtube, tentu siaran yang sifatnya online dan *streaming*.

Tabel 1
Data Radio FAST FM Magelang

Badan Pengelola	PT. Radio Fastabiq FM
Nama Radio/Positioning Statement	Fast FM/Family Radio
Frekuensi	90.1 MHz
Pimpinan	H. Muhammad Yusuf Chudlori
Akta Perusahaan	No. 02/3 Pebruari 2003
NPWP	02 258 631 7 524 000
Surat Rekomendasi Bupati	No. 482.2/63/05/III/2003
Nomor surat IMB	188.4/108/KEP/10/2003
Surat Ijin Gangguan/HO	No.504/58/HO/35/2003
Tanda Daftar Perusahaan	11.30.1.60.00133
Ijin Dinhubtel Jawa Tengah	No. 482/3156/2005 tanggal 19 Oktober 2005
Alamat Radio	Jl. Kiai Hasyim Asyari No.7 Pagutan Tegalrejo Magelang Jawa Tengah
Telepon	(0293) 314330, 3193029
SMS	081578709640, 08157909010
Email	Fastfm_magelang@yahoo.com
Streaming	www.radioFastfm.com

Sedangkan Visi dan Misi radio FAST 90.1 FM Magelang adalah sebagai berikut:

Visi: Mencerdaskan peradaban bangsa dalam bingkai religiusitas dan kepedulian

Misi:

- 1) Menyajikan informasi bagi masyarakat secara religius, obyektif, moderat, dan demokratis dengan mengembangkan wacana keagamaan pluralis tanpa membedakan kelompok sosial, politik, maupun kebudayaan.
- 2) Mengembangkan kebudayaan lokal berbasis religi dan nafas kerakyatan Islam pluralis.
- 3) Menggalang solidaritas sesama masyarakat pedesaan dengan mengutamakan kepentingan umum berdasar sikap religius, obyektif, moderat, dan demokratis.
- 4) Menjaga keseimbangan antar kepentingan masyarakat agar tidak tertokak-kotak oleh agama, suku, maupun afiliasi politik.
- 5) Menjembatani berbagai kepentingan masyarakat melalui penyajian informasi yang seimbang.

Selanjutnya adalah program siaran dan jadwal yang ada di Fast FM Magelang:

Tabel 2
Jadwal Program Siaran Radio FAST FM Magelang

1	WAKTU SIARAN HARIAN	
	a. Hari Kerja	Pukul 05.00 WIB s/d 23.30 WIB
	b. Hari Libur	Pukul 05.00 WIB s/d 23.30 WIB
	c. Durasi Siaran per hari (rata-rata)	18 jam

2.	SUMBER MATERI ACARA SIARAN	
	a. Inhouse production (alat, SDM, biaya di tanggung sendiri)	100%
	b. Akuisisi (membeli produk dari dalam maupun luar negeri)	0%
	c. Kerjasama (program, revenue, sharing, antar negara)	0%
	Jumlah	100%
3.	KHALAYAK SASARAN	
	a. Usia 2 – 6 tahun	2%
	b. Usia 7 – 12 tahun	12%
	c. Usia 13 – 17 tahun	15%
	d. Usia di atas 18 tahun	71%
	Jumlah	100%
4.	PRESENTASE MATA ACARA SIARAN KESELURUHAN (PER GENRE SIARAN)	
	<p>a. Siaran hiburan</p> <p>Adalah genre program siaran tentang (i) dunia hiburan dan orang-orangnya, mencakup profil selebriti, promosi, takshow, penghargaan, gala, penggalangan dana, serta pertunjukan magazine; (ii) program siaran human interest, yakni live atau taping tanpa analisis atau interpretasi mendalam berbagai kegiatan asarakat seperti karnaval, festival, parade, dan fashion show, (iii) produksi hiburan yang bersifat fiksi, termasuk dramatisasi dari kejadian nyata, mencakup: drama seri/sinema elektrinik; serial komedi (situasi komedi); mini-seri; film animasi; sketsa komedi, improvisasi, karya tanpa naskah, stand-up comedy; dan drama lainnya termasuk namuk tidak terbatas pada pembacaan,</p>	21,50%

	<p>narasi, improvisasi, film bioskop, klip video, atau panggung boneka; (iv) reality show, yakni program siaran yang menyajikan situasi dramatis atau lusu tanpa naskah, dokumen peristiwa actual dan biasanya melibatkan orang-orang biasa (bukan actor profesional)</p>	
	<p>b. Program siaran informasi</p> <p>Adalah genre program siaran berita, analisis, interpretasi, talkshow, review, news magazine, dokumenter, reporting, actually</p>	12,38%
	<p>c. Siaran Olahraga</p> <p>Adalah genre siaran live atau taping peristiwa dan kekompetisi olahraga, termasuk cakupan turnamen profesional dan amatir, serta mencakup program review atau analisis kegiatan serta kompetisi olahraga profesional atau amatir.</p>	0,75%
	<p>d. Siaran Musik</p> <p>Adalah genre program siaran pertunjukan live atau taping music dan/atau tari, termasuk opera, operet, balet, dan musical.</p>	42,26%
	<p>e. Siaran Pendidikan</p> <p>Adalah genre program siaran pendidikan formal dan pra-sekolah, menyajikan informasi rinci terkait berbagai topik dan digunakan oleh audiens terutama untuk memperoleh pengetahuan, serta pendidikan informal, yakni menyajikan informasi mengenai wisata, rekreasi, hobi, dan pengembangan keterampilan, olahraga rekreasi dan kegiatan luar ruangan, wisata, kesempatan kerja, serta talkshow informatif yang bersifat “how-to”</p>	19,22%
	<p>f. Siaran Agama</p>	3,25%

	Adalah genre program siaran berkenaan agama dan ajaran agama, serta diskusi mengenai kondisi rohani manusia.	
	g. Siaran permainan/kuis = Adalah genre program siaran yang menampilkan permainan keterampilan atau peluang/kesempatan, dan kuis.	0.63%
	h. Siaran ragam Pertunjukan Adalah genre program siaran campuran yang mengandung pertunjukan menyanyi, menari, pameran akrobatik, sketsa komedi, monolog, sulap, dan lain-lain.	0%
	Jumlah	100%
5.	PRESENTASE SIARAN MUSIK	
	a. Indonesia Populer	42%
	b. Dangdut	10,5%
	c. Barat	10,5%
	d. Tradisional/ daerah	16%
	e. Keroncong	5%
	f. Musik lainnya	16%
	Jumlah	100%
6.	DAYA SAING (Per Genre)	Keunggulan
	a. Siaran Hiburan	Hiburan yang mendidik
	b. Siaran Informasi	Lebih update dan beragam
	c. Siaran Olahraga
	d. Siaran Musik	Musik dengan lagu-lagu yang lebih sopan
	e. Siaran Pendidikan	Lebih variatif
	f. Siaran Agama	Islam sebagai <i>rahmatan lil alamin</i>
	g. Siaran Permainan/ Kuis	Kuis yang obyektif di momen-momen tertentu

	h. Siaran Ragam Pertunjukan
--	--------------------------------	----------------

Jadwal Acara Harian

05.00 – 05.30	Fajar Fast
05.30 – 06.00	Menapak Hidup Baru I
06.00 – 07.00	Relay El-Shinta Jakarta I
07.00 – 09.00	Langkah Kita
09.00 – 12.00	Fast Familia
12.00 – 13.00	Relai el-Shinta Jakarta II
13.00 – 15.00	Fast Golden memories
15.00 – 17.00	Fastavaganza
17.00 – 18.00	Menapak Hidup Baru II
18.00 – 19.00	Arabian Song
19.00 – 21.00	Dendang Klasik
21.00 – 23.00	Angkringan
23.00 – Selesai	Mujahaddah & Penutupan

Jadwal Acara Khusus Ahad

05.00 – 05.30	Fajar Fast
05.30 – 06.00	Menapak Hidup Baru I
06.00 – 07.00	Relay El-Shinta Jakarta I
07.00 – 10.00	Salam Pagi (Sapa)
11.00 – 12.00	Review Of The Week
12.00 – 13.00	Liputan Sepekan
13.00 – 15.00	Fast Show Rock
15.00 – 16.00	Jendela Indonesia
16.00 – 18.00	Menapak Hidup Baru II

18.00 – 19.00	Arabian Song
19.00 – 21.00	Senandung Orang Pinggiran
21.00 – 23.00	Legenda Fast
23.00 – Selesai	Mujahaddah

Jadwal Siaran Interaktif Radio

Senin, 19.00 – 20.00	Dialog Mitra Usaha Tani
Selasa, 10.00 – 11.00	Dialog Polres
Selasa, 20.00 – 21.00	Baity Jannaty
Rabu, 20.00 – 21.00	Bincang Agribisnis STPP
Rabu, 10.00 – 11.00	Dialog Kesehatan Balkesmas
Kamis, 10.00 – 11.00	Dialog Kesehatan & Jiwa (RSJ)

B. Gambaran Umum Program Siaran *Baity Jannaty*

Program siaran Baity Jannaty adalah salah satu program andalan yang ada di radio berbasis religi yaitu radio Fast FM. Baity Jannaty adalah program berbasis dialog interaktif yang khusus membahas keluhan atau permasalahan yang ada di dalam keluarga dan selanjutnya bisa didialogkan langsung kepada Gus Yusuf sebagai narasumber program siaran (Wawancara Emmy Purwanti, 17 Maret 2020).

Program Baity Jannaty ini mengudara di setiap hari Selasa malam pada pukul 20.00 WIB - 21.00 WIB. Menurut Emmy Purwanti, saat program yang lain yang ada di radio Fast FM belum ada, program siaran Baity Jannaty sudah ada dan masih berjalan hingga sekarang, sehingga usianya yaitu 15 tahunan bareng dengan usia radio Fast FM.

Baity Jannaty dalam praktiknya memang terfokus membahas secara tuntas permasalahan yang lagi in sekaligus yang terkait dengan keluarga, sehingga masyarakat bisa menyikapinya dan tidak melenceng, tetap di koridor jalan yang benar sesuai dengan ajaran Islam. Baiti Jannati sebagai siaran dialog interaktif

begitu mudah dimengerti oleh pendengar sehingga menurut direksi radio Fast FM, berdampak baik bagi masyarakat terutama membantu memberikan jalan keluar bagi permasalahan yang ada di tengah masyarakat.

Terkait kendala yang dihadapi di dalam program siaran Baity yang ada di radio Fast FM adalah kendala biaya karena pengiklan kurang melirik program yang sifatnya dialog konsultasi keluarga ini.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti mengenai pendengar dari program siaran dakwah Baity Jannaty, pihak radio Fast 90.1 FM tidak dapat menyebutkan secara rinci kepada peneliti. Akan tetapi, berdasarkan data dari divisi teknologi radio Fast FM sejak Januari hingga September 2021, jumlah pendengar secara konvensional menunjukkan angka 4.000 pendengar, sedangkan saat live dapat mencapai 2000 pendengar/penonton karena live melalui media sosial radio Fast FM untuk wilayah Magelang kota dan luar kota Magelang.

Terkait Baity Jannaty sendiri, sebagai program siaran interaktif, yang di dalamnya adalah program dengan genre yang berkenaan agama dan ajaran agama, serta diskusi mengenai kondisi rohani sebagai salah satu program andalan radio Fast FM dengan presentase 3,25% dari sasaran pendengar, menurut Station Manager Radio Fast FM, Emmy Purwanti, dapat mencapai ribuan pendengar dalam sekali siaran. Berdasarkan data yang dirangkum divisi teknologi, rata-rata pendengar Baity Jannaty secara online melalui Youtube adalah sekitar 200 pendengar, Facebook 450, dan Instagram 100, dengan presentase paling banyak adalah dari wilayah Magelang sendiri (Wawancara dengan Station Manager Emmy Purwati dan data dari Divisi Teknologi radio Fast Fm, 29 Juni 2020).

C. Persepsi Masyarakat

Tegalrejo sejak dulu terkenal dengan pesantren yaitu Pondok Pesantren Asrama Perguruan Islam Tegalrejo (API Tegalrejo). Alumni dari pesantren API Tegalrejo yang paling terkenal adalah Presiden ke-4 Republik Indonesia Abdurrahman Wahid (Gus Dur) yang pernah menjadi santri di Pondok ini di

masa asuhan K.H. Chudori. Pondok Pesantren Tegalrejo adalah salah satu Pondok Pesantren cukup berpengaruh di wilayah Kabupaten Magelang dan Jawa Tengah, selain Pondok Pesantren Watu Congol, Pondok Pesantren Pabelan, Pondok Pesantren Payaman, dan lain lain.

Masyarakat sebagian besar hidup bercocok tanam sebagai petani, namun ada juga yang menjadi pedagang, pegawai negeri, tentara, polisi, karyawan swasta, buruh dan lain-lain. Hasil buminya berupa padi, jagung, cabe, kacang tanah, dan sayur sayuran. Selain itu ada juga hasil perkebunan yaitu berupa buah-buahan seperti duku, durian, langsep, pepaya dan lain lain. Mata pencaharian lain dari masyarakat sekitar Pondok API Tegalrejo juga dikenal sebagai penghasil batu bata merah yang cukup bagus, pemasarannya bahkan sampai keluar daerah seperti Salatiga, Jogjakarta, Semarang, Temanggung, Purworejo, Boyolali, Solo, Sragen dan lain lain.

Salah satu event tahunan yang ada adalah "Khataman". Khataman adalah acara tahunan yang digelar oleh pesantren tatkala memasuki akhir pelajaran atau kenaikan kelas atau kenaikan tingkat para santri. Acara Khataman ini biasanya digelar sekitar seminggu penuh pada bulan Ruwah (kalender Jawa), atau sekitar sebulan sebelum memasuki bulan Ramadan. Pada acara khataman ini seni sering menampilkan pertunjukan kesenian rakyat seperti Jathilan, Kubro Siswo, Wayang kulit, Kethoprak, Soreng, Kuntulan, Badui hingga tontonan modern seperti dangdut, maupun band. Sedang acara utamanya adalah pengajian umum atau ceramah yang biasanya diisi oleh ulama-ulama besar di Jawa Tengah atau dari daerah lain.

Dalam pemerolehan data persepsi masyarakat, peneliti mengambil masyarakat yang berada di sekitar radio Fast FM dan pondok API Tegalrejo yakni masyarakat desa Pagutan dan masyarakat yang berada di sekitar pasar Tegalrejo dengan alasan setelah pengamatan dan pengembangan penelitian lebih lanjut, yakni selain lokasi yang terdekat dan lebih cepat sinyal dari radio Fast FM, masyarakat di sekitar juga begitu menghormati dan menuakan Gus Yusuf yang juga sebagai pengisi siaran interaktif Baity

Jannaty. Pengambilan sampel narasumber dilakukan dengan mengambil 20 narasumber dengan berbagai macam latar belakang masyarakat desa Pagutan dan sekitar pasar Tegalrejo kompleks pondok API dan radio Fast FM 90.1 Tegalrejo Magelang.

Setelah melakukan pengamatan dan wawancara, masyarakat dengan 20 informan dengan 10 pertanyaan yang peneliti ajukan, masyarakat cukup mengetahui tentang radio Fast FM dan program siaran yang diampu oleh Gus Yusuf yakni Baity Jannaty sebagai pengajian dalam penyelesaian masalah keluarga dan keislaman masyarakat. Dalam hal pengetahuan ini, peneliti mengajukan tiga pertanyaan; apakah informan tersebut sebagai salah satu pendengar atau tidak, seberapa sering mendengarkan, dan apakah mengetahui program Baity Jannaty? Beberapa orang menjawab:

“Iya tahu mas / Lumayan sering karena harus dukung yang baik-baik. Bagus programnya / Kalau sekarang seringnya nonton di Facebook.” Wawancara dengan Mahmud Zaman, Wirausaha di desa Pagutan (47 tahun).

“Ngertos ten radio / Nggeh mboten mesti sih, nggeh nak sempet kulo rungokke sih, paleng pas ngaose / Baiti jannati sing tanya jawab niko, paleng pas longgar wektune.” Wawancara dengan Hariyanto, Bengkel di desa Pagutan (45 tahun).

Namun tidak semua narasumber yang peneliti wawancarai mengetahui radio dan program Baity Jannaty untuk didapatkan persepsinya terkait program tersebut, namun ada juga beberapa narasumber yang tidak mengetahui siaran radio Fast Fm dan program tersebut.

“Gak tau aku / Aku pancen nek radio iku blas, kalah karo TV kok ya / Aku gak tau blas, tenan ok, pokok e radio ngendi wae aku blas.” Wawancara dengan Sukarman, Pedagang (45 tahun).

Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara peneliti terhadap narasumber, program Baity Jannaty dipersepsikan baik dan dapat menjadi siaran andalan dari radio Fast 90.1 FM Magelang karena ada sosok Gus Yusuf yang dijadikan tauladan bagi masyarakat, khususnya pendengar. Dalam hal ini, peneliti mengajukan empat pertanyaan terkait tanggapan mengenai Baity Jannaty, apakah mengingat materi Baity Jannaty, masukan,

dan apakah berpengaruh terhadap Islam dan iman? Beberapa narasumber menjawab:

"Jannaty ya bagus untuk keluarga bahagia / Masih ingat lumayan alhamdulillah / Temanya sudah update mungkin waktu aja sih ya / Sangat bisa mas apalagi Gus Yusuf sendiri yang menyampaikan" Wawancara dengan Muharisun, Damkar Kabupaten (37 Tahun) rumahnya di sekitar pasar Tegalrejo kompleks API dan radio Fast FM.

Selanjutnya, terkait perpepsinya tentang program Baity Jannaty sendiri sebagai program siaran dakwah Islam dengan tema rahmatan lil alamin dan keluarga islami dan bahagia, narasumber mempersepsikan "baik" atas program tersebut.

"Tanggapannya ya bagus / Ingat beberapa Alhamdulillah / Niku geh mpun sae tinggal kitane mawon / Insya Allah engkang disampaikan meningkatkan iman dan Islam mas" Wawancara dengan Sri rahayu, Pedagang Nasi (43 tahun).

Upgrade pengembangan siaran yang tidak hanya secara konvensional saja, melainkan sudah mengaktifkan media sosial seperti Youtube, Facebook, dan Instagram adalah salah satu alternatif yang dilakukan radio Fast FM agar dapat diterima oleh masyarakat atau pendengar.

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 garis besar dari hasil wawancara dengan informan yaitu pendengar radio (Masyarakat desa Pagutan kecamatan Tegalrejo dan sekitaran Pasar Tegalrejo). Pertama, dari garis besar kognitif (pengetahuan), Kedua, dari garis besar afektif (pemahaman), Ketiga, dari garis besar behavioral (kebiasaan). 3 Hal tersebut adalah sebagai proses dari pembentukan persepsi. Sebagaimana Jalaludin Rahmat (1990:64) di dalam mendefinisikan persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dalam pencarian data persepsi ini, peneliti memberikan presentase dari 3 garis besar persepsi masyarakat terkait persepsi masyarakat tentang program Baity Jannaty yang ada di radio Fast FM 90.1 Tegalrejo Magelang.

Tabel Persentase

a. Kognitif	Untuk mengetahui pengetahuan	40%
--------------------	------------------------------	-----

	masyarakat terkait radio, siaran radio, intensitas, dan siaran dakwah Baity Jannaty.	
b. Afektif	Untuk mengetahui efek dari Baity Jannaty, mulai dari tanggapan, pengaruh keislaman dan keimanan, dan masukan atas program dan penyelenggara.	50%
c. Behavioral	Untuk mengetahui isi dari materi dan efek atau pengaruhnya di dalam kehidupan sehari-hari masyarakat khususnya yang berhubungan dengan program Baity Jannaty.	10%

BAB IV
ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM SIARAN
DAKWAH “BAITY JANNATY” DI RADIO FAST FM 90.1 FM
MAGELANG

Persepsi adalah suatu tanggapan, pendapat, atau pemahaman individu terhadap suatu fenomena atau objek. Meskipun setiap individu mendapat stimulus yang sama, namun hanya stimulus yang menarik perhatian individu yang akan mendapat respon. Menurut Davidoff persepsi bersifat individual yaitu persepsi dapat dikemukakan karena perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman individu yang tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi akan berbeda antar individu satu dengan individu lain (Walgito, 2002 : 89).

Sebagaimana sudah peneliti jelaskan pada bab awal yakni di dalam menganalisis data penelitian, analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Miles and Huberman. Analisis Miles and Huberman digunakan untuk menganalisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2013: 334).

Pada model analisis Miles and Huberman dibagi menjadi tiga tahap yaitu reduksi data, display data, dan *conclusion drawing*/verifikasi. Setelah data terkumpul maka data dianalisis sebagai berikut:

1. Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data dari 20 informan yang ada di Masyarakat Tegalrejo Magelang (Pendengar radio di sekitar stasion radio Fast FM). Peneliti melakukan wawancara langsung kepada 20 informan tersebut. Informan karena dekat stasion radio diharapkan cukup memiliki pengetahuan tentang program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM, setelah itu diharapkan juga mampu memberikan informasi yang relevan dengan penelitian ini. Wawancara dilakukan untuk mengetahui persepsi atau tanggapan tentang program siaran konsultasi keluarga islami Baity Jannaty.

Di sini, peneliti mengambil data persepsi masyarakat Tegalrejo sebagai pendengar siaran radio Baity Jannaty Fast FM Magelang dengan menggabungkan dengan teori tentang faktor terjadinya persepsi masyarakat yakni; dari garis besar kognitif (pengetahuan), dari garis besar afektif (pemahaman), dan dari garis besar behavioral (kebiasaan). 3 Hal tersebut adalah sebagai proses dari pembentukan persepsi. Sebagaimana Jalaludin Rahmat (1990:64) di dalam mendefinisikan persepsi sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

a. Kognitif

Dalam pengumpulan data kognitif ini, peneliti melampirkan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai sehingga dapat mendeskripsikan kognisi atau pengetahuan masyarakat tentang obyek yang dipersepsikan masyarakat yaitu tentang radio Fast FM dan program siaran Baity Jannaty. Pertanyaan pertama yakni tentang apakah masyarakat sebagai salah satu pendengar Radio Fast 90.1 FM. Kemudian di pertanyaan apakah narasumber bagian dari pendengar, dari data kognitif ini, dan masyarakat menjawab:

“Iya tahu mas” Jawaban narasumber Mahmud Zaman, seorang wirausaha.

“Iya tahu kan radio API” Jawaban narasumber Fathur Rahman, pengurus API Tegalrejo.

“Ngertos mas” Jawaban narasumber Muharrisun, seorang Damkar Kabupaten.

Kemudian, para narasumber tidak serta merta mengetahui tentang radio Fast 90.1 FM, Adapula yang ragu tentang pengetahuannya tentang pertanyaan ini, yakni dengan menjawab seperti;

“Kadose Ngertos, Radio niku kan” Jawaban narasumber Parwiyah, seorang ibu Warung.

Di sini, ada pula masyarakat atau informan yang ragu tentang pengetahuannya dan ada pula yang benar-benar tidak mengetahui terkait radio Fast 90.1 FM, dengan jawaban narasumber Asrofi, seorang Tukang Ojek.

“Mboten ngertos”

Selain pertanyaan tentang pengetahuannya tentang radio, para narasumber yang mengetahui dan menjawab tahu dan masih ragu tentang radio Fast 90.1 FM kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan lanjutan yakni seberapa sering mendengarkan Radio Fast 90.1 FM dan apakah mengetahui program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast 90.1 FM.

Peneliti di pertanyaan kedua ingin mengetahui dan mengumpulkan data intensitas pendengar radio. Kemudian beberapa pendengar yang tahu menjawab:

“Enggih lumayan seng dipegang Gus Yusuf” Jawaban narasumber Widodo, seorang Pedagang.

“Lumayan mas sekarang kan juga ada Youtube dan Facebook juga malahan” Jawaban narasumber Sri Rahayu, Pedagang Nasi.

Selanjutnya di pertanyaan ketiga terkait pengetahuannya tentang program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast 90.1 FM, para narasumber menjawab:

“Baity jannati sing tanya jawab niko, paleng pas longgar wektune” Jawaban narasumber Haryanto, seorang Bengkel.

“Enggih, biasane kui sing jam sing dipegang Gus Yusuf” Jawaban narasumber Widodo.

b. Afektif

Untuk data afektif, peneliti membuat beberapa pertanyaan sehingga dapat mendeskripsikan efek yang dalam bentuk ingatan dan pemahaman masyarakat atau pendengar tentang obyek yang dipersepsikan masyarakat yaitu tentang radio Fast FM dan program siaran Baity Jannaty. Pertanyaan pertama dan kedua tentang afektif ini adalah terkait tanggapan tentang program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast 90.1 FM dan apakah pendengar mengingat materi dakwah Islam yang diberikan program Baity Jannaty di Radio Fast FM Magelang. Para narasumber menjawab:

“Insya allah sae niku wong kaleh Gus Yusuf kok” Tanggapan narasumber Haryanto, Bengkel.

“Jannaty ya bagus untuk keluarga bahagia” Tanggapan narasumber Muharrisun, Damkar.

“Jannaty bagus untuk belajar masalah keluarga mas” Tanggapan narasumber Purwati, Karyawan Swasta.

Sedangkan terkait ingatan materi Baity Jannaty, para narasumber menjawab:

“Lumayan mengingat mas” Jawaban narasumber Mahmud Zaman.
“Nggeh mboten sedoyo” Jawaban narasumber Widodo, pedagang.
“Insya Allah sedikit sedikit” Jawaban narasumber Fathur Rahman.
“Ingat geh buat pengiling (pengingat) kalau sudah dijelake Gus Yusuf” Jawaban narasumber Abdur Rahman.

Setelah dua pertanyaan tersebut, di garis pembahasan afektif ini terdapat dua pertanyaan lagi yang diajukan peneliti yakni terkait masukan tentang program Baity Jannaty dan apakah program tersebut berefek atau dapat mempengaruhi keislaman dan keimanan para pendengar radio. Para narasumber menjawab:

“Sukses untuk programnya dan mungkin jam siarannya bisa diperbanyak” Jawaban narasumber Fathur Rahman.
“Mboten wonten masukan” Jawaban narasumber Hariyanto.
“Lebih sering aja harusnya siarannya” Jawaban narasumber Zaidi.
“Niku geh mpun sae tinggal kitane mawon” Jawaban narasumber Sri Rahayu.

Terkait efek atau pengaruh, narasumber menjawab;

“Bisa dengan bimbingan Gus Yusuf” Jawaban narasumber Fathur Rahman.
“Sangat bisa mas apalagi Gus Yusuf sendiri yang menyampaikan” Jawaban narasumber Muharrisun
“Insya Allah tambah islam dan iman” Jawaban narasumber Suryadi, Tukang Las.

c. Behavioral

Dalam garis besar faktor persepsi yang ketiga yakni behavioral, peneliti membuat tiga pertanyaan apakah terjadi efek dalam kehidupan masyarakat tentang obyek yang dipersepsikan masyarakat yaitu tentang radio Fast FM dan program siaran Baity Jannaty dengan pertanyaan apakah terjadi mempengaruhi aktivitas sehari-hari setelah mendengarkan program Baity Jannaty. Narasumber menjawab:

“Nggeh ngefek mas” Jawaban narasumber Widodo
“Insya Allah ngaos gus Yusuf sae” Jawaban narasumber Najid
“Geh bisa belajar banyak memperbaiki masalah keluarga dengan Gus Yusuf” Jawaban narasumber Muharrisun
“Nambah Iman Islam niku wau” Jawaban narasumber Suryadi
“Geh nek wonten masalah keluarga atau anak saget dengar langsung dari Gus Yusuf” Jawaban narasumber Purwati.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah melakukan tindakan merangkum dan fokus hal-hal yang penting. Reduksi data adalah juga merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi. Cara mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan ke pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat menarik kesimpulan.

a. Kognitif

Pada reduksi data kognitif, para informan dengan 3 pertanyaan (1) Apakah bagian dari pendengar Fast Fm?, (2) Bagaimana intensitas mendengarkan? dan (3) Apakah mengetahui program Baity Jannaty?, dari prestase 40% dari seluruh pertanyaan dalam penelitian yang ditujukan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan tentang radio Fast FM sebagai lembaga penyiaran yang ada di wilayah masyarakat tersebut dengan dibuktikan melalui apakah dia pendengar dari radio tersebut atau sebaliknya dan untuk mengetahui seberapa sering mendengarkan siaran di radio Fast FM, dan tentang pengetahuan tentang program siaran Baity Jannaty sebagai obyek penelitian, mayoritas dari 20 informan menjawab mengetahui tentang hal ditanyakan. Sedangkan 3 informan lain ragu dan 3 informan lainnya tidak tahu sama sekali.

Bagi yang mengetahui, peran utama pondok pesantren API dan Gus Yusuf memiliki peranan penting sehingga mereka mengetahui tentang radio dan program baity jannaty, seperti jawaban narasumber Widodo:

"Enggih"

"Enggih lumayan seng dipegang Gus Yusuf"

"Enggih, biasane kui sing jam sing dipegang Gus Yusuf"

Jawaban narasumber Fathur Rahman:

"Iya tahu kan radio API"

"Sering kalau saya setiap Gus Yusuf siaran"

"Nggeh Baity Jannaty Gus Yusuf"

Jawaban narasumber nomer Abdul Rahman:

"Iya tahu, Pondok API"

"Lumayan mas"

"Kulo kan seneng denger diskusi, Nggeh dimirengke dialog kaleh Gus Yusuf niku "

b. Afektif

Pada reduksi data afektif, terdapat empat pertanyaan (1) Bagaimana tanggapan terkait Baity Jannaty? (2) Apakah mengingat materi Baity Jannaty? (3) Apa masukan terkait program? (4) Apakah Baity Jannaty mempengaruhi Islam dan Iman?, dengan prestase 50% dari seluruh pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana narasumber menangkap program siaran Baity Jannaty di radio Fast FM beserta masukan dan pengaruhnya terhadap keimanan dan keislaman. Mayoritas dari 20 informan menjawab tentang hal ditanyakan. Sedangkan 1 informan lain tidak intens dan 5 informan lainnya tidak mengingat dan menjawab terkait program baity jannaty, dengan jawaban yang mayoritas ingat, faham, dan berefek seperti jawaban narasumber Mahmud Zaman:

"Ya tadi bagus. Gus Yusuf panutan"

"Lumayan mengingat mas"

"Ya semoga makin lancar dan bisa terus mendidik masyakat"

"Insy Allah bisa mas. Pelan-pelan."

Jawaban narasumber Fathur Rahman:

"Alhamdulillah baik ya buat umat Islam di Tegalrejo"

"Insy Allah sedikit sedikit"

"Sukses untuk programnya dan mungkin jam siarannya bisa diperbanyak"

"Bisa dengan bimbingan Gus Yusuf"

c. Behavioral

Dalam reduksi data behavioral, peneliti membuat 1 pertanyaan (1) Apakah terjadi efek di dalam kehidupan sehari-hari setelah menjadi pendengar Baity Jannaty? sehingga dapat mendeskripsikan efek kebiasaan atau berefek pada kehidupan masyarakat tentang obyek yang dipersepsikan masyarakat yaitu tentang radio Fast FM dan program siaran Baity Jannaty. Mayoritas narasumber yakni 15 informan mengungkapkan

terdapat efek keyakinan/keagamaan, keluarga dan sosial, dan aktivitas lain di dalam kehidupannya setelah mendengarkan siaran dakwah Baity Jannaty.

Kesimpulan dari hasil reduksi data jawaban masyarakat Tegalrejo terhadap program siaran dakwah islami Baity Jannati di radio Fast 90.1 FM magelang adalah memberikan persepsi yang positif. Dilihat dari berbagai pengelompokan pertanyaan hasil jawaban informan penilaian dalam memutuskan bahwa mengetahui, menanggapi dan paham dengan baik, menyukai sekaligus positif dalam praktik kehidupan sehari-hari pada siaran acara Baity Jannaty.

3. *Display/*Penyajian Data

Display data atau penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Agar sajian data tidak menyimpang dari pokok permasalahan maka sajian data dapat diwujudkan dalam bentuk tabel atau bagan sebagai wadah panduan informasi tentang apa yang terjadi. Data yang disajikan sesuai dengan apa yang diteliti berdasarkan presentase.

Tabel Kognitif

Jawaban	Jumlah	Presentase
Tahu	14	70%
Kurang tahu	3	15%
Tidak tahu	3	15%

Tabel Afektif

Jawaban	Jumlah	Presentase
Mengingat dan berpengaruh	14	70%
Kadang-kadang	1	5%
Tidak Ingat dan tidak tahu	5, 6, 8, 18, 19	25%

Tabel Behavioral

Jawaban	Jumlah	Presentase
Memiliki efek	15	75%
Mungkin	1	5%
Tidak tahu	4	20%

Selain secara presentase persepsi tentang tanggapannya terkait radio dan siaran radio peranan penting Gus Yusuf dan pondok pesantren API Tegalrejo sebagai pembawa materi kajian dakwah Islam dan penyedia siaran dalam program Baity Jannaty yang akhirnya masih bisa diterima oleh masyarakat.

4. Conclusion Drawing (Penarikan kesimpulan)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Kesimpulan berdasarkan hasil reduksi data adalah hasil jawaban sesuai dengan pertanyaan dengan aspek persepsi. Selanjutnya dari reduksi data dikatakan bahwa 3 aspek persepsi yakni mayoritas informan berpersepsi bahwa radio Fast FM dengan siaran dakwah Baity Jannaty nya memiliki nilai dakwah keislaman atau ajaran yang tersalurkan kepada mereka. Sedangkan *display data* menunjukkan presentase yang positif oleh para pendengar dan aspek penting kenapa program ini dinilai bagus dan perlu ditingkatkan.

Hal ini sesuai dengan jawaban dari 14 informan yang di dalam persepsi mereka yakni tahu dan cukup mengerti, serta menyukai terhadap program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM, 3 informan sebatas mengetahui namun masih ragu dan 3 informan lainnya tidak tahu sama sekali serta tidak menyukai karena menganggap radio sudah kalah dari TV. Dari segi afektif, program Baity Jannaty (isi atau penyampaian materi), 14 informan menanggapi sekaligus mengintat isi materi dan pengaruhnya, 1 informan hanya mendengarkan namun ragu dan 5 informan tidak ingat dan tidak tahu tentang isi atau materi yang disajikan di dalam program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM. Selanjutnya beberapa dari informan menyampaikan agar intensitas dari program siaran agar ditingkatkan. Selanjutnya dari segi

pesan dakwah yang disampaikan sehingga memiliki efek behavioral, mayoritas informan menilai positif program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM dengan 14 informan menjawab memiliki efek, serta membantu meningkatkan keimanan dan menyelesaikan problematika yang ada di dalam kehidupan khususnya keluarga. Hanya 1 informan yang ragu dan 4 informan tidak tahu mengenai efek dari program Baity Jannaty.

Keseluruhan hasil dari program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM berdasarkan materi dari informan, persepsi mereka terhadap program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM adalah positif, karena program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM dapat menambah pengetahuan, keilmuan dan keislaman, serta menjadi ilmu yang dipraktikkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui analisis data maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Persepsi komunitas pendengar radio Fast FM yang berupa pengetahuan, pendapat dan pemahaman, serta efek yang didapatkan terhadap masyarakat terhadap program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM 90.1 Magelang adalah positif. Hal ini sesuai dengan jawaban dari 14 informan yang di dalam persepsi mereka yakni tahu dan cukup mengerti, serta menyukai terhadap program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM, 3 informan sebatas mengetahui namun masih ragu dan 3 informan lainnya tidak tahu sama sekali serta tidak menyukai karena menganggap radio sudah kalah dari TV. Dari segi afektif, program Baity Jannaty (isi atau penyampaian materi), 14 informan menanggapi sekaligus mengingat isi materi dan pengaruhnya, 1 informan hanya mendengarkan namun ragu dan 5 informan tidak ingat dan tidak tahu tentang isi atau materi yang disajikan di dalam program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM. Selanjutnya beberapa dari informan menyampaikan agar intensitas dari program siaran agar ditingkatkan. Selanjutnya dari segi pesan dakwah yang disampaikan sehingga memiliki efek behavioral, mayoritas informan menilai positif program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM dengan 14 informan menjawab memiliki efek, serta membantu meningkatkan keimanan dan menyelesaikan problematika yang ada di dalam kehidupan khususnya keluarga. Hanya 1 informan yang ragu dan 4 informan tidak tahu mengenai efek dari program Baity Jannaty.

Keseluruhan hasil dari program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM berdasarkan analisis dari informan, persepsi mereka terhadap program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM adalah positif, karena program siaran Baity Jannaty yang ada di Fast FM dapat menambah pengetahuan,

keilmuan dan keislaman, serta menjadi ilmu yang dipraktekkan sebagai solusi atas problem keluarga dan sosial di dalam kehidupan nyata.

B. Saran

Berdasarkan penelitian ini, ada beberapa saran yang penulis anggap penting adalah sebagai berikut:

1. Kepada pengelola radio Fast FM agar terus melakukan inovasi program dan siaran agar terus bisa diminati masyarakat di tengah kemajuan teknologi informasi seperti saat ini. Serta lebih banyak mendapatkan pendengar dari generasi milenial.
2. Kepada masyarakat agar dapat meluangkan waktu untuk terus mendapatkan siraman kerohanian seperti yang diperjuangkan Gus Yusuf agar tidak kesulitan dalam menghadapi permasalahan di dalam kehidupan khususnya masalah keluarga.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan kekuatan, hidayah dan taufiq-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari, meskipun dalam penulisan ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan skripsi ini tidak bisa lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal ini semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan. Akhirnya hanya kepada Allah SWT. penulis memohon petunjuk dan bimbingan dari segala kesalahan dan kekhilafan dalam penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A, 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Asrori, Mohammad. 2009. *Psikologi Pembelajaran*, Bandung: CV Wacana Prima
- Bimo, Walgito, 1990, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset
- Bungin, Burhan, 2000, *Sosiologi Komunikasi, Jakarta : Kencana Prenada Media Group*
- Effendy, O., U., 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, CV Mandar Maju, Bandung
- Fiske, J., 2012., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hanurawan, Fatah, 2010, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, Malang: Universitas Negeri Malang
- Illahi, W., 2010, *Komunikasi Dakwah*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Kertapati, Ton, 1996, *Dasar-dasar Publistik*, Jakarta: Soeroengan
- Kuntjojo, 2009, *Metodologi Penelitian*, Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Kusnawan, Aep, 2004, *Komunikasi dan Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh melalui Mimbar, MediaCetak, Radio PT Era Adicitra Intermedia, Solo*
- Mc. Quail, Denis, 1984, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy J.. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mulyana, Deddy, 2008, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Munir, M., dan Wahyu Illahi, 2006, *Manajemen Dakwah*, Kencana, Jakarta
- Munthe, Muryanto Ginting, 1996, *Media Komunikasi Radio*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

- Oramahi, H.A., 2012, *Jurnalistik Radio*, Jakarta: Erlangga
- Pareek, Undai, 1996, *Perilaku Keorganisasian*, Jakarta: Pustaka Binaman Presaindo
- Rahmat, Jalaludin. 1990. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya
- RI, Depdikbud, 1997, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Romli, A., S., M., 2009, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, Nuansa, Bandung
- Shihab, M. Quraish, 2002, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran*, Jakarta: Lentera Hati
- Surakhmad. Winarno, 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*, Bandung: Tarsito
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Syahputra, I., 2007, *Komunikasi Profetik, Simbiosis Rekatama Media*, Bandung
- Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady, 2002, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara

LAMPIRAN
Draft Panduan Wawancara

Jajaran Direksi dan pengelola Radio Fast FM Magelang

- 1) Bagaimana latarbelakang program Baity Jannaty?
- 2) Sejak kapan program ini dimulai?
- 3) Apa saja kendala yang dihadapi?
- 4) Bagaimana respon masyarakat menanggapi program Baity Jannaty ini?
- 5) Apakah akan ada inovasi lagi terkait program dakwah Islam?
- 6) Apa saja bentuk evaluasi dan inovasi yang akan dilakukan agar program ini tetap mengudara?
- 7) Sejauh ini, apakah program ini diminati masyarakat?

Pendengar program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast FM Magelang (Masyarakat Tegalrejo Magelang)

- 1) Apakah Anda salah satu pendengar Radio Fast 90.1 FM Magelang?
- 2) Seberapa sering Anda mendengarkan Radio Fast 90.1 FM Magelang?
- 3) Apakah Anda mengetahui program dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast 90.1 FM Magelang?
- 4) Apa tanggapan Anda tentang program tersebut?
- 5) Apakah program dakwah Islam melalui program Baity Jannaty dapat mempengaruhi keislaman dan keimanan Anda?
- 6) Apa saja masukan yang ingin Anda berikan terkait program Baity Jannaty?
- 7) Bagaimana kajian dan dialog yang diberikan di program Baity Jannaty tersebut menurut Anda?
- 8) Apakah Anda mengingat dakwah Islam yang diberikan program Baity Jannaty di Radio Fast FM Magelang?
- 9) Apakah program Baity Jannaty dapat membantu dan memberikan pengetahuan tentang keislaman Anda?

- 10) Apakah terjadi efek terhadap aktivitas sehari-hari Anda setelah mendengarkan program Baity Jannaty?
- a. Aktivitas keyakinan atau keagamaan
 - b. Aktivitas keluarga dan sosial?
 - c. Aktivitas lain-lain

Draf Narasumber

1. Mahmud Zaman, Wirausaha (47 tahun)
2. Widodo, Pedagang (48 tahun)
3. Fathur Rahman, Pengurus Api Tegalrejo (27 tahun)
4. Najid, Pengurus Api Tegalrejo (26 tahun)
5. Zulaikah, Ibu Rumah Tangga (50 tahun)
6. Sukarman, Pedagang (45 tahun)
7. Hariyanto, Bengkel (45 tahun)
8. Sarno, Pedagang (44 tahun)
9. Umi Kulsum, Ibu Rumah Tangga (43 tahun)
10. Zaidi, Pengrajin (44 tahun)
11. Pak Muharisun, Damkar Kabupaten (37)
12. Sri rahayu, Pedagang Nasi (43)
13. Mafsiyah, Nasi pecel (53)
14. Parwiyah, Warung (51)
15. Abdur Rohman, Santri (23)
16. Nasehah, Ibu Rumah Tangga (64)
17. Mustofa, Swasta (37)
18. Asrofi, Ojek Parangan (46)
19. Suryadi, Tulang Las (30)
20. Purwati, Karyawan Swasta (25)

Draft Pertanyaan dan Jawaban

d. Kognitif

a.	Apakah Anda salah satu pendengar Radio Fast 90.1 FM?
b.	Seberapa sering Anda mendengarkan Radio Fast 90.1 FM?
c.	Apakah Anda mengetahui program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast 90.1 FM?

Dari pertanyaan tersebut, narasumber menjawab:

1.	<i>a. Iya tahu mas b. Lumayan sering karena harus dukung yang baik-baik. c. Bagus programnya. Kalau sekarang seringnya nonton di Facebook.</i>
2.	<i>a. Enggih (Iya) b. Enggih lumayan seng dipegang Gus Yusuf (Iya lumayan yang dipegang Gus Yusuf) c. Enggih, biasane kui sing jam sing dipegang Gus Yusuf (Iya, biasanya itu yang dipegang Gus Yusuf)</i>
3.	<i>a. Iya tahu kan radio API b. Sering kalau saya setiap Gus Yusuf siaran c. Nggeh Baity Jannaty Gus Yusuf</i>
4.	<i>a. Tahu mas. b. Sangat sering. c. Iya Jannati.</i>
5.	<i>a. Nggeh (Iya) b. Nggeh (Iya) c. Mboten, Ngertose kulo Gus Dur (Tidak, taunya saya Gus Dur)</i>
6.	<i>a. Gak tau aku (Tidak tahu saya) b. Aku pancen nek radio iku blas, kalah karo TV kok ya (Saya kalau radio itu tidak sama sekali)</i>

	<i>c. Aku gak tau blas, tenan ok, pokok e radio ngendi wae aku blas. (Saya tidak tahu sama sekali, beneran, kalah sama TV kok ya)</i>
7.	<i>a. Ngertos ten radio b. Nggeh mboten mesti sih, nggeh nak sempet kulo rungokke sih, paleng pas ngaose (Ya belum tentu sih, ya kalo sempat, paling pas pengajiannya) c. Baiti jannati sing tanya jawab niko, paleng pas longgar wektune.</i>
8.	<i>a. Nggeh tahu Fast FM b. Jarang-jarang lebih sering TV c. Lupa mas kayake tahu</i>
9.	<i>a. Iya mas kan radio sini b. Jarang sih mas, kadang-kadang saja c. Pernah lihat mas di Facebook itu Gus Yusuf</i>
10.	<i>a. Radio Pondok itu ya b. Jarang-jarang mas c. Lupa, tapi kayake pernah mas</i>
11.	<i>a. Ngertos mas (Tahu mas) b. Dulu sering denger radio mas, sekarang kalau lagi santai aja c. Iya yang soal tanya jawab itu ya</i>
12.	<i>a. Oh nggeh mas (Oh iya mas) b. Lumayan mas sekarang kan juga ada Youtube dan Facebook juga malahan c. Ngertos mas, kalau mboten (tidak) salah yang konsultasi keluarga nggeh..</i>
13.	<i>a. Ngertos kulo mas (Tahu saya mas) b. Nggeh nek kadang pengen mawon mas (Iya kalau sedang pengen mas)</i>

	<i>c. Nggeh, engkang bahas Ngadepi Corona wingi nggeh (Iya yang kemaren bahas Corona juga kan)</i>
14.	<i>a. Kadosé Ngertos, Radio niku kan (Sepertinya tahu, radio itu kan) b. Nggeh didungokke mawon kadang (Ya didengarkan aja kadang) c. Kadosé nggeh ngertos (Sepertinya ya tahu)</i>
15.	<i>a. Iya tahu, Pondok API b. Lumayan mas c. Kulo kan seneng denger diskusi, Nggeh dimirengke dialog kaleh Gus Yusuf niku (Saya kan suka dengan diskusi, ya didengarkan itu dialog dengan Gus Yusuf)</i>
16.	<i>a. Nggeh tahu saya b. Lumayan c. Seng kaleh Gus Yusuf (Yang dengan Gus Yusuf)</i>
17.	<i>a. Ngertos mas b. Nggeh kadang mas nyambi kerja c. Jannati kaleh Gus Yusuf nggih</i>
18.	<i>a. Mboten ngertos (Tidak tahu) b. Mboten nate (Tidak pernah) c. Duko nggeh (Tidak tahu)</i>
19.	<i>a. Iya tahu saya b. Kadang-kadang mas c. Engkang kaleh Gus Yusuf nggeh (Yang dengan Gus Yusuf itu ya)</i>
20.	<i>a. Insya Allah ngertos mas b. Lumayan sih kalau denger radio kaleh pas ajeng tilem (saat mau tidur) c. Insya Allah ngertos mas, Jannaty tanya jawab keluarga kalehan Gus Yusuf niku kan..</i>

e. Afektif

Pertanyaan Afektif

d.	Bagaimana tanggapan Anda tentang program siaran dakwah "Baity Jannaty" di Radio Fast 90.1 FM?
e.	Apakah Anda mengingat materi dakwah Islam yang diberikan program Baity Jannaty di Radio Fast FM Magelang?
f.	Apa saja masukan yang ingin Anda berikan terkait siaran radio dan program Baity Jannaty?
g.	Apakah program dakwah Islam melalui program Baity Jannaty dapat mempengaruhi keislaman dan keimanan Anda?

Dari pertanyaan tersebut, narasumber menjawab:

1.	<i>d. Ya tadi bagus. Gus Yusuf panutan. e. Lumayan mengingat mas f. Ya semoga makin lancar dan bisa terus mendidik masyarakat. g. Insya Allah bisa mas. Pelan-pelan.</i>
2.	<i>d. Enggih sae alhamdulillah e. Nggeh mboten sedoyo (Ya tidak semua) f. Mugi Gus Yusuf sehat terus saget maringi ilmu terus (Semoga Gus Yusuf sehat selalu dan bisa memberikan ilmu terus juga) g. Nggeh saget (Iya bisa)</i>
3.	<i>d. Alhamdulillah baik ya buat umat Islam di Tegalrejo e. Insya Allah sedikit sedikit f. Sukses untuk programnya dan mungkin jam siarannya bisa diperbanyak g. Bisa dengan bimbingan Gus Yusuf</i>

4.	<p><i>d. Bagus mas</i></p> <p><i>e. Ingat tentang masalah rumah tangga dan mendidik anak jaman sekarang</i></p> <p><i>f. Apa ya, ya semoga semakin diminati</i></p> <p><i>g. Insya Allah</i></p>
5.	<p><i>d. Mboten ngertos</i></p> <p><i>e. Mbiten ngertos kulo (Tidak tahu saya)</i></p> <p><i>f. Mboten</i></p> <p><i>g. Mboten ngertos</i></p>
6.	<p><i>d. Gak tau</i></p> <p><i>e. Gak tau</i></p> <p><i>f. Gak tau</i></p> <p><i>g. Gak tau</i></p>
7.	<p><i>d. Insya allah sae niku wong kaleh Gus Yusuf kok</i></p> <p><i>e. Nggeh mboten eling kathah kan kulo pas sempet (Tidak ingat banyak kan saya pas sempat saja)</i></p> <p><i>f. Mboten wonten masukan</i></p> <p><i>g. Insya Allah sedikit sedikit</i></p>
8.	<p><i>d. Mungkin geh bagus</i></p> <p><i>e. Mboten ingat</i></p> <p><i>f. Tidak ada mas</i></p> <p><i>g. Lupa mas saya</i></p>
9.	<p><i>d. Bagus mas Gus Yusuf kalo pengajian</i></p> <p><i>e. Lupa mas</i></p> <p><i>f. Terus maju</i></p> <p><i>g. Insya Allah</i></p>
10.	<p><i>d. Ya bagus sih pengajian</i></p> <p><i>e. Sedikit-sedikit kadang ingat</i></p> <p><i>f. Lebih sering aja harusnya siarannya</i></p> <p><i>g. Insya Allah mempengaruhi</i></p>
11.	<p><i>d. Jannaty ya bagus untuk keluarga bahagia</i></p>

	<p><i>e. Masih ingat lumayan alhamdulillah</i></p> <p><i>f. Temanya sudah update mungkin waktu aja sih ya</i></p> <p><i>g. Sangat bisa mas apalagi Gus Yusuf sendiri yang menyampaikan</i></p>
12.	<p><i>d. Tanggapannya ya bagus</i></p> <p><i>e. Ingat beberapa Alhamdulillah</i></p> <p><i>f. Niku geh mpun sae tinggal kitane mawon</i></p> <p><i>g. Insya Allah engkang disampaikan meningkatkan iman dan islam mas</i></p>
13.	<p><i>d. Sae</i></p> <p><i>e. Ingat mas</i></p> <p><i>f. Sampun sae kok wingi niko bahas Corona-corona</i></p> <p><i>g. Saget mas</i></p>
14.	<p><i>d. Nggeh sae menawi</i></p> <p><i>e. Lumayan mas kadose</i></p> <p><i>f. Dereng wonten masukan mas</i></p> <p><i>g. Kadose saget</i></p>
15.	<p><i>d. Gus Yusuf sampun sae jelaske niku</i></p> <p><i>e. Ingat geh buat pengiling (pengingat) kalau sudah dijelake Gus Yusuf</i></p> <p><i>f. Ya sering-sering bikin dialog dan tanya jawab</i></p> <p><i>g. Insya Allah</i></p>
16.	<p><i>d. Sae-sae</i></p> <p><i>e. Lumayan</i></p> <p><i>f. Dereng wonten masukan</i></p> <p><i>g. Saget Insya Allah</i></p>
17.	<p><i>d. La kadang-kadang kok mas. Nggeh bagus lah..</i></p> <p><i>e. Niku soal mbangun keluarga</i></p> <p><i>f. Sampun bagus</i></p> <p><i>g. Saget mas</i></p>
18.	<p><i>d. Mboten ngertos kok mas (Tidak tahu kok)</i></p>

	<p><i>e. Mboten ngertos kulo (Tidak tahu saya)</i></p> <p><i>f. Tidak menjawab</i></p> <p><i>g. Tidak menjawab</i></p>
19.	<p><i>d. Bagus Gus Yusuf ceramahe</i></p> <p><i>e. Lupa kulo (Lupa saya)</i></p> <p><i>f. Dereng wonten (Belum ada)</i></p> <p><i>g. Insya Allah tambah islam dan iman</i></p>
20.	<p><i>d. Jannaty bagus untuk belajar masalah keluarga mas</i></p> <p><i>e. Tanya jawab soal masalah keluarga, kenakalan anak, dan lain-lain kathah (banyak)</i></p> <p><i>f. Sampun sae (sudah bagus)</i></p> <p><i>g. Sangat bisa mas</i></p>

f. Behavioral

Pertanyaan Behavioral

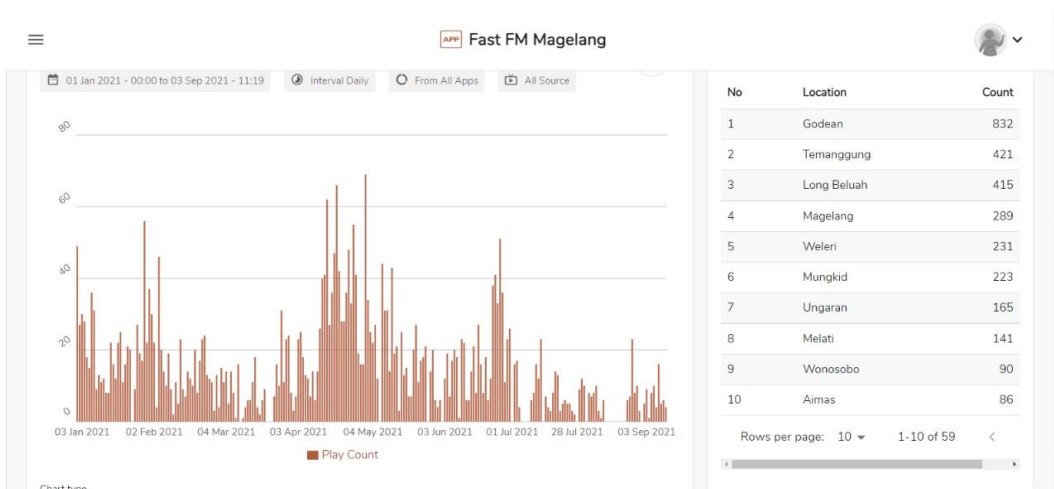
h.	<p>Apakah terjadi efek terhadap aktivitas sehari-hari Anda setelah mendengarkan program Baity Jannaty?</p> <p>a) Aktivitas keyakinan atau keagamaan</p> <p>b) Aktivitas keluarga dan sosial?</p> <p>c) Aktivitas lain-lain</p>
----	--

Jawaban behavioral

1.	<i>h. Iman dan Islam serta keluarga Insya Allah</i>
2.	<i>h. Nggeh ngefek mas</i>
3.	<i>h. Ngefek Insya Allah</i>
4.	<i>h. Insya Allah ngaos gus Yusuf sae</i>
5.	<i>h. Mboten ngertos</i>
6.	<i>h. Gak tau</i>
7.	<i>h. Nggeh ada efeknya tetep niku</i>
8.	<i>h. Mungkin geh wonten mas</i>

9.	<i>h. Insya Allah</i>
10.	<i>h. Bagus ngaji Gus Yusuf</i>
11.	<i>h. Geh bisa belajar banyak memperbaiki masalah keluarga dengan Gus Yusuf</i>
12.	<i>h. Ya niku tinggal kitane, kalau sanget dipraktikke ya bagus</i>
13.	<i>h. Geh wonten (Iya ada)</i>
14.	<i>h. Mboten ngertos, kadose geh saget (Tidak tahu, sepertinya bisa)</i>
15.	<i>h. Sangat bisa Insya Allah mas buat belajar agama Islam</i>
16.	<i>h. Insya Allah mas nek sering mirengke (bisa kalau sering mendengarkan)</i>
17.	<i>h. Saget mas</i>
18.	<i>h. Tidak menjawab</i>
19.	<i>h. Nambah Iman Islam niku wau</i>
20.	<i>h. Geh nek wonten masalah keluarga atau anak saget dengar langsung dari Gus Yusuf</i>

Data Pendengar Radio



Fast FM Magelang

Date range: This Year | Unique play count: Allow duplicate | Data collection sources: All apps | Stream type: All

RESET APPLY

Search Result (1 result)

01 Jan 2021 - 00:00 to 03 Sep 2021 - 11:19 | From All Apps | All Source

Rank	Radio name	Play count	Average TSL	Total TSL
1	Fast FM Magelang	4K	5m59s	20d23h47m0s

Show 1 - 100 from 1 results | Show per Page: 100 | 1 | GO TO

2021 Svava Dashboard Analytic

Dokumentasi



Dokumentasi di keamatan
Tegalrejo Magelang





Dokumentasi di radio Fast FM
Tegalrejo Magelang

















