

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO KOMUNITAS
(RADIO SHAHABAT MUSLIM 107.7 FM TEGAL DALAM
PROGRAM ACARA KAJIAN AD-DAA'U WAD DAWAA')**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Radio Dakwah

Oleh :
Susi Novia
1701026137

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2023**

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Susi Novia
NIM : 1701026137
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Radio Dakwah
Judul : Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal Dalam Program Acara Kajian *Ad Daa' Wad Dawaa'*

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 13 Juni 2023

Pembimbing,



Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP:198002022009012003

PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO KOMUNITAS (RADIO
SHAHABAT MUSLIM 107,7 FM TEGAL) DALAM PROGRAM ACARA
KAJIAN AD-DAA'U WAD AD-DAWAA'

Disusun Oleh:
Susi Novia
1701026137

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 27 Juni 2023 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang / Penguji I



H. M. Alfandi, M. Ag
NIP. 197108301997031003

Penguji III



Dr. Najahan Musyafak, M. A.
NIP. 197010201995031001

Sekretaris / Penguji II



Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP. 198002022009012003

Penguji IV



Silvia Riskha Fabriar, M.S.I
NIP. 198802292019032013

Mengetahui Dosen Pembimbing Skripsi,



Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP. 198002022009012003

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada Tanggal 17 Juli 2023



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 197204102001121003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Susi Novia

NIM : 1701026137

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja keras saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lainnya. Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada perguruan tinggi, sumber pengetahuan yang saya peroleh dari hasil penerbitan atau yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 24 Juni 2023

Penulis,



Susi Novia

NIM. 1701026137

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat-Nya. Diberikan kesehatan dan kekuatan melewati hari demi hari untuk merangkai kata demi kata, kalimat demi kalimat hingga paragraf sampai akhirnya terbentuk menjadi skripsi ini.

Shalawat dan salam senantiasa selalu tucurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat juga seluruh umat manusia yang mengikuti ajarannya. Dengan sepenuh hati, penulis ingin menyampaikan bahwa keberhasilan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107,7 FM Tegal dalam Program Acara Kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa*” tidaklah luput dari doa, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis sampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
2. H. M. Alfandi, M.Ag selaku Ketua Jurusan KPI
3. Nilnan Ni'mah M.S.I selaku pembimbing sekaligus wali studi yang selalu memberikan arahan dan semangat kepada penulis dari awal perkuliahan dimulai, serta senantiasa memberikan dan meluangkan banyak waktu, tenaga dan begitu sabar membimbing penulis dari awal hingga akhir terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, terutama para bapak dan ibu dosen yang telah memberikan segala ilmunya yang bermanfaat.
5. Ayahanda Drajat, dan Almarhumah Ibunda Rukijah yang tak pernah luput memberikan semangat dan doa. Memberikan segala kasih sayang bertaruhkan jiwa dan raganya.
6. Kakakku Nurokhmi, Edi Sukismo dan Heri Suryanto, terimakasih selalu memberikan dukungan dan semangatnya.

7. Teman hidupku Aghitsna Alfaiza Safitri dan Faiz Romadhona, yang selalu memotivasi, membantu dan memberi dukungan. Terimakasih selalu ada dalam suka maupun duka, menjadi tempatku bercerita, mendengarkan keluh kesah perjuangan selama penulis mengerjakan skripsi ini.
8. Teman seperjuanganku Nazimatul Mu'izza, Fatkhanatun Munawaroh, Ulil Amriyah, Dewi Sekar Asih, dan Gardawati Tata Utami yang telah melewati suka dan duka bersama penulis. Semoga tercapai segala cita-cita kita kedepannya.
9. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Kepada yang telah disebutkan, penulis tidak dapat membalas dengan apapun atas kebaikannya. Penulis hanya bisa mengucapkan syukur dan terimakasih yang tulus. Semoga kebaikan kalian akan dibalas dengan kebaikan kembali oleh Allah SWT.

Harapannya, skripsi ini akan berguna baik bagi penulis ataupun orang lain untuk kedepannya. Khususnya bermanfaat dalam bidang dakwah Islam. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, 24 Juni 2023

Penulis

Susi Novia

NIM : 1701026137

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

1. Keluarga terutama kedua orang tua penulis, Bapak Drajat dan Almarhumah Ibu Rukijah
2. Orang-orang yang selalu ada dibalik perjuangan penulis
3. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
4. Siapapun yang ingin menambah wawasan keilmuan

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain.”

(H.R. Ath Thabrani)

“Teruslah berbuat baik hingga kamu lupa berbuat selain itu.”

(Susi Novia)

ABSTRAK

Nama : Susi Novia (1701026137), **Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal dalam Program Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'***. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Dakwah melalui radio memiliki pengaruh yang kuat karena kemampuan penetrasi yang luas, biaya yang terjangkau, kemudahan operasional, keunggulan aktualitas, dan daya tarik auditif yang memikat pendengar. Oleh karena itu, radio menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang lebih luas.

Perkembangan teknologi informasi dan media memiliki dampak besar terhadap praktik dakwah di era globalisasi, terutama dalam konteks media massa radio. Bagi para dai, tantangan utama adalah bagaimana menyampaikan pesan dakwah secara efektif melalui media ini agar dapat mencapai khalayak yang lebih luas. Penggunaan radio sebagai media dakwah merupakan bagian dari aktualisasi dakwah dalam kehidupan kontemporer.

Dakwah melalui radio telah menjadi perhatian praktisi radio dalam beberapa tahun terakhir, oleh karena diperlukan strategi komunikasi dalam berdakwah diperlukan agar tujuan dakwah dapat dicapai secara efektif dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi dakwah oleh Radio Shahabat Muslim FM dalam program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Serta analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh radio Shahabat Muslim dalam program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* di radio Shahabat Muslim FM ini diminati oleh masyarakat. Mereka mendapatkan pemahaman terkait dengan penyakit hati dan obatnya sesuai dengan Al-Qur'an dan sunnah Nabi SAW. Dalam pelaksanaannya, program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* telah menjalankan strategi komunikasi dakwah pada 5 (lima) aspek, yaitu : pertama yaitu memilih **da'i / komunikator** yang kompeten dan kredibilitas dalam menyampaikan dakwah dapat mempengaruhi keberhasilan strategi komunikasi dakwah dalam program Acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Kedua, pengenalan **mad'u / khalayak** dengan memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat yang heterogen serta melakukan survei dan memiliki target khalayak yaitu seluruh masyarakat yang umumnya adalah masyarakat Islam karena radio ini adalah radio dakwah Islam. Dalam program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* target pendengar yaitu adalah seluruh masyarakat muslim (laki-laki dan perempuan) dengan usia kisaran 20 tahun sampai dengan 55 tahun. Ketiga, menyampaikan

pesan dakwah dengan gaya bahasa yang akrab dengan mad'u dan bermanfaat serta penting bagi mad'u. Keempat, penyusunan **materi / isi pesan** dari sumber yang valid, dalam program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* memberikan pengetahuan seputar masalah penyakit hati dan dosa besar serta cara menghindarinya sesuai isi kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* dan sumber lainnya yang menjadi rujukan. Kelima, pemilihan **media dakwah** dengan menggunakan gabungan media atau konvergensi media untuk menunjang program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* supaya lebih dikenal khalayak pendengar.

Kata kunci : Strategi, komunikasi Dakwah, Program

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan penelitian	5
2. Manfaat penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	8
1. Jenis penelitian dan pendekatan	8
2. Definisi konseptual.....	9
3. Sumber data	10
4. Teknik pengumpulan data	10
5. Teknik analisis data	11
F. Sistematika penulisan.....	13
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN PROGRAM RADIO	
KOMUNITAS.....	15
A. Strategi Komunikasi Dakwah	15
1. Strategi.....	15
2. Komunikasi	15
3. Dakwah.....	16
4. Strategi Komunikasi Dakwah.....	16
B. Radio Komunitas dan Program siaran.....	22
1. Radio Komunitas	22
2. Program Siaran	35

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO SHAHABAT MUSLIM 107.7 FM TEGAL DALAM PROGRAM ACARA KAJIAN AD-DAA'U WAD DAWAA'	37
A. Gambaran Umum Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal	37
1. Sejarah Berdirinya Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal	37
B. Profil Program Acara Kajian <i>Ad-Daa'u Wad Dawaa'</i>	46
C. Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal Dalam Program Acara Kajian <i>Ad-Daa'u Wad Dawaa'</i>	47
1. Da'i dalam Komunikasi Dakwah	47
2. Mad'u dalam Komunikasi Dakwah	48
3. Pesan Dakwah dalam Komunikasi Dakwah	48
4. Materi/Isi Pesan Dakwah	49
5. Media Dakwah dalam Komunikasi Dakwah	49
BAB IV ANALISIS TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO SHAHABAT MUSLIM 107.7 FM TEGAL DALAM PROGRAM ACARA KAJIAN AD-DAA'U WAD DAWAA'	52
1. Analisis Da'i dalam Komunikasi Dakwah	53
2. Analisis Mad'u dalam Komunikasi Dakwah	55
3. Analisis Pesan Dakwah dalam Komunikasi Dakwah	56
4. Analisis Materi/Isi Pesan Dakwah	58
5. Analisis Media Dakwah dalam Komunikasi Dakwah	58
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
C. Penutup	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	69

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1. Identitas Radio Shahabat Muslim FM Tegal

Tabel 2. Rundown Program Acara Siaran Radio Shahabat Muslim FM Tegal

Tabel 3. Data Penduduk Daerah Tahun 2018

Gambar 1. Logo Radio Shahabat Muslim FM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi disebabkan salah satunya karena perkembangan teknologi informasi yang pesat. Data dan informasi saat ini dapat disebar dan diterima hanya dalam hitungan detik berkat kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih. Keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi menyebabkan tersedianya berbagai bentuk media komunikasi yang mendorong manusia untuk lebih mudah melakukan interaksi dengan sosial lingkungannya. Selain sebagai media komunikasi, alat-alat teknologi juga dapat dimanfaatkan sebagai media penyebar informasi dan pesan-pesan dakwah islam. Media tersebut berupa surat kabar, televisi, internet dan radio.

Setiap media memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing seperti surat kabar yang memiliki kelebihan: harganya relatif terjangkau, dapat disimpan untuk dibaca kembali, memiliki informasi yang variatif, dan tidak ada batasan usia dalam menggunakan surat kabar. Namun surat kabar juga mempunyai kekurangan yakni medianya masih menggunakan kertas, informasi yang disampaikan tidak secara langsung, konten di dalamnya terbatas dalam bentuk gambar dan teks, serta jumlah pembaca yang terbatas. Untuk media televisi memiliki sejumlah keunggulan dan kelemahan dalam penyampaian informasi berdasarkan pernyataan Morissan (2008), keunggulan televisi: Jangkauan luas, Penayangan secara langsung, Gabungan gambar, suara, warna, dan efek demonstrasi, Penentuan waktu penayangan dan kontrol yang mudah. Sedangkan kelemahan televisi: Penayangan informasi cepat lewat, Frekuensi tinggi, Relatif mahal, dan Pesan harus pendek. Penting untuk diingat bahwa perkembangan teknologi dan tren media massa terus berubah seiring waktu.

Media internet memiliki sejumlah keunggulan dan kelemahan. Keunggulan media internet: Tidak terbatas ruang dan waktu, Dukungan teknologi terus berkembang, Sumber informasi besar dan mudah dalam penggunaannya. Sedangkan kelemahan media internet: Jangkauan internet bersifat umum, Tidak mengenal tempat, waktu, dan jalur birokrasi. Penting untuk diingat bahwa internet adalah medium yang dinamis, dan karakteristik

serta keunggulan serta kelemahan yang disebutkan di atas dapat terus berubah seiring perkembangan teknologi, regulasi, dan tren penggunaan internet.

Media radio memiliki kelebihan yakni tidak membutuhkan biaya dan sederhana, dapat diakses dengan mudah, siarannya bersifat live, lebih praktis dan fleksibel, menjangkau daerah dengan akses sinyal yang minim. Dari berbagai media komunikasi yang ada, radio dianggap sebagai media yang mudah dan praktis. Radio kini tersedia juga dalam perangkat telepon genggam, tidak seperti dulu harus membawa radio portable ketika ingin mendengarkan siaran radio.

Stasiun radio FM telah mengalami kemajuan dalam pertumbuhannya di kota-kota besar dan pusat distrik, selain mendistribusikan informasi ke komunitas tertentu, serta hiburan, iklan, dan dapat digunakan sebagai media dakwah. (Hafied, 2012: 156). Menurut KPID Jateng, per Januari 2021, berdasar database izin radio FM, terdapat 323 radio siaran di Jawa Tengah (KPID Jateng, <http://kpid.jatengprov.go.id/wpcontent/uploads/2021/01/Data-Base-LP-2021-web.pdf>, diakses 27 Agustus 2022 14:23). Sebagai salah satu kota di Jawa Tengah, Tegal merupakan kota yang memiliki radio siaran cukup banyak. Database stasiun radio siaran yang masih aktif di Tegal menurut Asiawave.net yang diperbarui pada November 2021 (<http://www.asiawaves.net/indonesia/tegal-radio.html>, diakses 28 Agustus 2022, 20:05) menunjukkan ada 19 stasiun radio di Tegal.

Melihat kondisi perkembangan media komunikasi yang saat ini sangat ketat, tentu media komunikasi mengalami banyak persaingan. Adanya persaingan membuat setiap media harus mempunyai strategi. Persaingan bukan saja antar media seperti misal televisi dengan radio, namun sesama media seperti antar radio pun tetap mengalami persaingan. Oleh karenanya supaya radio tetap eksis di era sekarang maka radio harus memiliki strategi dan kreativitas dalam penyampaian informasi sangat penting, terutama ketika menyangkut penyampaian informasi mengenai agama, seperti pengetahuan agama Islam. Radio sebagai media massa memiliki peran yang signifikan dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada masyarakat.

Meskipun ada kecenderungan radio lebih banyak menyiarkan hiburan daripada informasi, hal ini dapat menjadi peluang untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menyampaikan informasi agama, terutama informasi mengenai agama Islam. Berangkat dari hal itu, sebuah komunitas termotivasi untuk mendirikan sebuah radio dakwah yang kemudian terbentuklah Radio Shahabat Muslim 107,7 FM Tegal sebagai radio komunitas yang ada di Kota Tegal.

Dalam Islam, dakwah merupakan salah satu ajaran wajib yang dibebankan kepada pemeluknya. Di zaman yang modern seperti sekarang dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada saat ini. Oleh karenanya dakwah tidak hanya dilakukan di mimbar saja, akan tetapi seiring berkembangnya teknologi informasi kini dakwah dapat disebarkan keseluruh dunia dan kalangan melalui teknologi komunikasi.

Perkembangan radio dakwah di Indonesia semakin baik. Sudah banyak radio saluran AM maupun FM yang menyiarkan dakwah. Setiap stasiun radio punya keistimewaan. (Wijaya, A. 2015, Maret 17. Dakwah Melalui Radio Makin Marak. Halaman web. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/nlcihg/dakwah-melalui-radio-makin-marak>), Menurut hemat saya, kekuatan sebuah radio terletak pada program acaranya. Program dakwah yang disiarkan melalui stasiun radio dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat luas. Stasiun radio memiliki keunggulan dalam menjangkau pendengar secara luas dan dapat mencapai berbagai lapisan masyarakat. Dengan memaksimalkan peran dan potensi stasiun radio dalam menyampaikan pesan dakwah, diharapkan dapat memberikan dampak positif dan mengubah perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik, serta menyebarkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Radio Shahabat Muslim Tegal hadir sebagai radio komunitas yang bergerak di bidang dakwah Islamiyah ini sudah berdiri sejak tahun 2010 dan masih beroperasi hingga sekarang. Itu artinya Radio Shahabat Muslim sudah berusia 13 tahun, hal ini lantas menimbulkan rasa penasaran peneliti mengenai bagaimana radio ini mempertahankan eksistensinya hingga

sekarang. Latar belakang lahirnya radio “Shahabat Muslim Tegal” adalah sebagai sarana dakwah islamiyah dengan segmentasi khalayak masyarakat dan pemuda usia 15-50 tahun. Sebagai radio dakwah, semua program acara di Radio Sahabat Muslim Tegal berisi materi Islami. Program di radio ini dibedakan dengan berbagai materi dan bentuk penyajian, baik monolog maupun dialog interaktif. Pengisi materi disesuaikan dengan materi yang akan disampaikan sehingga ulasan materi yang dibahas dapat diulas secara mendalam karena dibawakan langsung oleh ahlinya. (Wahyudi, 2021)

Program acara di radio ini kebanyakan mengambil materi dari kitab, seperti kajian kitab Al Bukhori, kajian kitab Tauhid, kajian kitab Durusul Mar’ah, dan lain sebagainya. Salah satu yang menarik adalah pengkajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* karena program ini masih terasa asing bagi masyarakat umum, termasuk bagi peneliti. Tidak banyak program acara radio yang memuat materi tentang kajian kitab *Ad-Daa’u Wad Dawaa’*. Buku yang membahas penyakit hati dan pengobatannya ini merupakan karya Ibnu Qayyim al-Jauziyyah dalam bidang akhlak, tarbiyah dan tazqiyatun nufus. Program acara kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* diisi oleh Ustad Junaedi Abdillah, format acara program ini berbentuk dialog interaktif dengan menghadirkan mad’u di studio saat siaran radio berlangsung. Hal itu yang memungkinkan adanya interaksi secara langsung antara mad’u dengan da’i yang ada di studio sehingga terjadi dialog interaktif dalam program acara ini. Jadi siaran ini tidak hanya dinikmati secara langsung oleh pendengar radio tapi juga dapat dinikmati secara langsung oleh mad’u yang ada di stasiun radio tersebut. Dalam siaran program ini selalu hadir audiens (mad’u) di dalam studio, selain itu program ini memiliki jadwal dua kali siaran dalam seminggu yang mana tidak semua program mempunyai jadwal siaran hingga dua kali. (Wahyudi, 2021)

Adanya hal tersebut tidak terlepas dari da’i maupun tim produksi dari acara ini menyiapkan strategi program ini supaya dapat menarik pendengar maupun audiens sehingga selalu ramai hadir dalam program kajian ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimanakah strategi yang dilakukan oleh Radio Sahabat Muslim Fm ini terkhusus pada program acara

Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*, dan dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian pada Radio Sahabat Muslim Fm yang berfokus dikonsept strategi radio Sahabat Muslim Fm dalam Progam Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio Sahabat Muslim 107.7 FM Tegal dalam Progam Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang peneliti akan teliti adalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Radio Sahabat Muslim 107.7 FM Tegal dalam Progam Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mempelajari strategi komunikasi yang digunakan Radio Sahabat Muslim 107.7 FM Tegal ke dalam kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*.

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat teoretis

Sebagai salah satu nilai tambah khasanah ilmu dan dasar pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu dakwah sebagai disiplin ilmu, dan pengembangan media khususnya di bidang radio.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pendakwah, baik pengkhotbah maupun penyiar, menemukan strategi yang tepat untuk memproduksi dan menyiarkan progam radio.

D. Tinjauan Pustaka

Peneliti telah mencari dan meneliti berbagai sumber atau referensi yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai langkah awal penulis dalam menyusun karya ilmiah ini. Berikut adalah hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini:

1. Safaatun (2015), "*Strategi komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang on streaming.*" Rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana strategi komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang dalam penyiaran *streaming*. Metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini terdiri dari penerapan strategi komunikasi Radio Dais, terutama dengan mengenal audiens target (pendengar) melalui telepon dan pesan singkat, tetapi juga melalui penggunaan media sosial seperti Facebook dan Twitter. Mengetahui target audiens, saat menyusun materi pesan, Radio Dais menggunakan topik terkini. Selain itu, metode yang digunakan Radio Dais dalam menyiarkan program-programnya bersifat informatif, persuasif, dan mendidik. Kemudian, untuk menjangkau pendengar Radio Dais yang jauh dari jangkauannya, Radio Dais memilih media streaming dalam Windows Media Format dengan mengakses alamat web www.dais1079fm.com. Layanan yang diberikan disajikan dalam bentuk obrolan, pengunjung halaman dapat mengirim salam dan meninggalkan komentar.
2. Ali Abdurrahman (2018), "*Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Aswaja FM Dalam Penyebaran Islam Nusantara*". Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana merencanakan dan menyelenggarakan siaran Aswaja FM untuk menarik pendengar masyarakat Ponorogo; (2) Bagaimana strategi telepon radio Aswaja FM untuk menjangkau pendengar masyarakat Ponorogo. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Kesimpulan penelitian ini adalah strategi komunikasi dakwah dalam menyebarkan Islam Nusantara dengan beberapa cara, yaitu melalui kegiatan program (Bacaan Tabligh Akbar, Kajian Batsul Masail, Kajian Kitab Kuning, Sosial dan Acara Adat); penggunaan metode fallback; isi pesan yang informatif dan persuasif;

menggunakan jenis dakwah bil lisan. Persamaan penelitian ini adalah mempelajari strategi komunikasi radio. Namun bedanya, penelitian ini melihat strategi radio dalam menyebarkan Islam Nusantara.

3. Endang Rismawati (2018), *“Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97.6 FM LA Nugraha Lampung dalam Program Siraman Rohani.”* Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah Radio 97.6 FM La Nugraha Lampung dalam program Siraman Rohani menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang digunakan dalam acara Siraman Rohani “Segmen Mari Tanya Ustad” di radio 97.6 FM La Nugraha Lampung yaitu strategi penyampaian pesan dakwah dengan menggunakan tiga tahapan yaitu perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian. Penelitian ini menggunakan teori Lasswell. Kesamaan dari penelitian ini adalah mempelajari strategi komunikasi pesan radio dalam program radio.
4. Misbahul Munir (2018), *“Strategi komunikasi dalam acara “Mutiara Hikmah” di radio Rasika FM”*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dalam program Mutiara Hikmah di Radio Rasika FM. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini dapat dilihat pada analisis audiens yaitu survey partisipan, komposisi pesan menggunakan metode AIDDA, penentuan metode menggunakan metode redundansi dan channelisasi, dan pemilihan media komunikasi menggunakan berbagai jenis media untuk mendukung program Mutiara Hikmah agar lebih dikenal oleh audiens yang mendengarkan. Dalam hal strategi program, yaitu melalui proses perencanaan program siaran, proses produksi dan pembelian program, proses eksekusi program, dan proses monitoring dan evaluasi program, semua ini sangat penting dan diperlukan dalam proses persiapan salah satu program yaitu program acara Mutiara Hikmah. Kesamaan kajiannya adalah sama-sama mempelajari strategi komunikasi

radio dalam programnya. Dan perbedaannya terletak pada program yang disiarkan dan tempat penelitian.

5. Syayidatul Umroh (2018), "*Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Mozaik*". Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana strategi dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam program Mozaik. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi penamaan Radio Suara Muslim Surabaya dalam program Mozaik adalah dengan menggunakan strategi sentimental yang ditujukan kepada muslimah. Strategi dakwah ini juga menggunakan strategi komunikasi yang efektif, yaitu: (1) mengenal audiens dengan melakukan *Forum Group Discussion* dan lakukan survei (2) buat pesan dengan memilih masalah yang sedang tren dengan wanita dan narasumber dalam mengkomunikasikan pesan Mozaik adalah menggunakan gaya bahasa yang ringan dan lugas yang sesuai dengan target audiens dan juga menetapkan metode dalam program Mozaik, meyakinkan dan mencerahkan pendengar tentang pesan yang terkandung dalam program mozaik. Dengan model dakwah *talkshow* Wanita muslimah yang menggunakan sumber-sumber muslimah yang berilmu Muslim yang kreatif. Kesamaan dari penelitian ini adalah meneliti strategi dakwah radio dalam pemrograman. Dan perbedaannya terletak pada program yang disiarkan dan tempat penelitian.

Dari kelima judul skripsi di atas terlihat bahwa sama-sama meneliti strategi dakwah di radio. Sedangkan peneliti mengambil judul "Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal dalam Program Acara Kajian *Ad-daa' wa Al-dawaa*". Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada strategi, objek yang diteliti, program yang disiarkan, waktu dan tempat penelitian.

E. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian dan pendekatan

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang prosedur

pendeteksiannya tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantitatif (Salim, 2007: 41). Dalam konteks penelitian ini, penulis menyajikan data bukan dalam bentuk angka, melainkan menyajikannya dengan berbagai uraian dalam bentuk lisan dan tulisan. Penelitian kualitatif biasanya menggunakan metode seperti wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen. Data penelitian kualitatif biasanya disajikan dalam bentuk teks, foto, cerita, gambar, dan bukan dalam bentuk angka.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang lebih spesifik, data yang dikumpulkan cenderung berupa kata-kata, gambar daripada angka. Data yang diperiksa meliputi transkrip wawancara, catatan data lapangan, foto dokumen, dan catatan lainnya. Deskripsi atau narasi sangat penting dalam pendekatan kualitatif, baik dalam merekam data maupun dalam menyebarluaskan hasil penelitian. (Danim, 2002: 61)

2. Definisi konseptual

Untuk menghindari terjadinya salah penafsiran dan memperoleh hasil penelitian yang terfokus, maka penulis tegaskan makna dan batasan dari penelitian ini.

Strategi komunikasi dakwah harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Agar komunikasi dakwah dapat tersampaikan secara efektif maka komunikator perlu menentukan strategi komunikasi dakwah, antara lain : memilih da'i / komunikator, mengenal sasaran mad'u / khalayak, menyusun pesan dakwah, menyusun materi / isi pesan dakwah, pemilihan media dakwah.

Pada penelitian ini, menggunakan radio sebagai media komunikasi dakwah berarti menggunakan ajaran Islam sebagai pesan untuk disiarkan di radio sesuai fungsinya. Dalam konteks radio sebagai media dakwah, maka program siaran yang disampaikan berisi pesan ajaran Islam.

3. Sumber data

Pengumpulan sumber data dalam penelitian ini adalah pengumpulan sumber data berupa data primer saja. Sumber data penelitian diperoleh dengan pengambilan data langsung dari pihak radio Shahabat Muslim atau observasi langsung pada objek penelitian dan wawancara langsung serta dokumentasi. Data penelitian diambil dari hasil wawancara dengan Wahyudin selaku bagian penyelenggara siaran, produksi dan promosi. Serta wawancara dengan Ustaz Junaidi Abdillah selaku pengisi materi pada Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*.

4. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang melibatkan pengumpulan data langsung dari lapangan atau situasi nyata dengan cara mengamati fenomena yang terjadi. Penting untuk menjalankan observasi dengan cara yang sistematis, logis, objektif, dan rasional. Hal ini berarti mengikuti prosedur yang telah ditetapkan sebelumnya, menghindari bias pribadi atau penilaian subyektif, serta mencatat informasi dengan akurat dan jelas. Dengan menggunakan pendekatan ini, observasi dapat memberikan data yang dapat digunakan dalam analisis, penelitian, atau pemahaman lebih lanjut tentang fenomena yang diamati.

Dalam hal ini peneliti langsung mengunjungi tempat penelitian yaitu studio Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal yang menjadi tujuan peneliti melakukan observasi. Peneliti mengamati proses siaran pada program Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* sebagai pelengkap data. Peneliti melakukan observasi dengan mengamati dan mengikuti program siaran Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* pada tanggal 14 maret 2021.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti atau pewawancara dengan responden atau sumber data. Dalam wawancara, peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dan mendapatkan jawaban secara lisan.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pemateri dan narasumber Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal tentang kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Peneliti melakukan wawancara di studio Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal pada 31 Januari 2022.

3. Dokumentasi

Selain observasi dan wawancara, pengumpulan data juga dapat dilakukan melalui sumber dokumen. Dokumen dapat mencakup berbagai bentuk, seperti surat, catatan harian, laporan, arsip foto, hasil pertemuan, souvenir, log aktivitas, dan sebagainya.

Metode pengumpulan data ini memungkinkan peneliti untuk mengakses informasi yang terkandung dalam dokumen-dokumen tersebut. Data dari dokumen dapat memberikan gambaran umum atau informasi yang relevan tentang objek kajian atau masa lalu dan dokumentasi yang akan diperoleh adalah sejarah pembuatannya, data profil, struktur organisasi, dll. Radio Sahabat Muslim 107.7 FM Tegal.

Peneliti melakukan pengambilan dokumentasi dari beberapa gambar atau foto serta catatan penting agar dapat dijadikan bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan penelitian pada Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal.

5. Teknik analisis data

Menurut Bogdan, analisis data adalah proses yang melibatkan pencarian, pengorganisasian, dan pemeriksaan sistematis terhadap berbagai sumber data yang telah dikumpulkan, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya. Tujuan dari analisis data adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang fenomena yang diteliti dan membantu dalam menyusun kesimpulan yang dapat disajikan kepada orang lain. (Effendi, 2003: 66)

Analisis data bertujuan untuk menggali makna dan informasi yang terkandung dalam data yang dikumpulkan, serta untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau temuan penting yang dapat menginformasikan kesimpulan penelitian. Selain itu, analisis data juga dapat membantu dalam mengidentifikasi kelemahan atau kekuatan penelitian, mengembangkan teori baru, atau mengajukan pertanyaan penelitian lanjutan.

Analisis data yang sistematis dan cermat sangat penting untuk memastikan keandalan, keabsahan, dan interpretasi yang tepat terhadap data yang telah dikumpulkan. Analisis data yang akan peneliti gunakan adalah analisis data *deskriptif*. Peneliti akan mendeskripsikan fakta dari hasil penelitian di lapangan lalu menganalisa datanya. Analisa data yang peneliti gunakan yaitu analisis *deskriptif kualitatif*. Penggunaan analisis ini dengan menghimpun data yang kemudian diolah secara koherensif. Menurut Miles dan Huberman, analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. (Miles, Huberman, 2014: 16)

Langkah-langkah analisis:

1. Mengumpulkan data yang telah diperoleh: Langkah pertama adalah mengumpulkan semua data yang telah diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. Mengedit data: Setelah mengumpulkan data, langkah selanjutnya adalah mengeditnya. Ini termasuk membersihkan data dari

kesalahan atau ketidakakuratan yang mungkin terjadi selama pengumpulan data.

3. Menyusun data sesuai dengan sistematika pembahasan: Selanjutnya, peneliti perlu menyusun data yang telah dikumpulkan sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan sebelumnya.
4. Melakukan analisis data: Setelah data terorganisir dengan baik, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Hal ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah atau tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penting untuk mencatat bahwa langkah-langkah analisis data dapat bervariasi tergantung pada metode penelitian dan tujuan penelitian yang peneliti gunakan. Selalu penting untuk merencanakan dan melaksanakan analisis data dengan cermat untuk memastikan bahwa proses analisis dilakukan secara objektif, sistematis, dan sesuai dengan pertanyaan penelitian yang diajukan.

F. Sistematika penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, peneliti melakukan pembahasan secara sistematis yang terdiri dari tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian utama meliputi halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, dan daftar lampiran.

Bagian utama skripsi terdiri dari lima bab, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian (jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data) serta sistematika penelitian.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi kerangka teori yang memuat kajian strategi komunikasi dakwah radio dan program acara radio. Tinjauan strategi dakwah meliputi kajian strategi komunikasi dakwah dan penyiaran radio.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Bab tiga ini menjelaskan mengenai gambaran umum Radio Shahabat Muslim 107,7 FM Tegal yang meliputi sejarah berdirinya, visi misi, program Radio Shahabat Muslim 107,7 FM, program acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*, segmen pendengar, format siaran dan strategi dakwah Radio Shahabat Muslim 107,7 FM Tegal pada Program Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*.

BAB IV : ANALISIS DATA

Dalam bab ini merupakan penyajian dan analisa data, membahas dan menganalisis strategi dakwah Radio Shahabat Muslim 107,7 FM Tegal pada Program Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*.

BAB V : PENUTUP

Bab lima ini berisikan kesimpulan dan saran.

Bagian akhir skripsi berisi daftar pustaka, daftar lampiran dan daftar riwayat hidup peneliti.

BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN PROGRAM RADIO KOMUNITAS

A. Strategi Komunikasi Dakwah

1. Strategi

Strategi juga bisa disebut "taktik". Strategi dapat dipahami sebagai suatu kekuatan dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu dalam kondisi tertentu, agar hasil yang diperoleh maksimal dan sesuai dengan harapan. (Arifin, 2003: 39)

Sehubungan dengan beberapa ahli yang turut memberikan pendapatnya mengenai strategi, sebagai berikut:

- a. Martin-Anderson mengemukakan strategi sebagai suatu seni, yang melibatkan kemampuan pikiran untuk menggunakan segala sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan guna memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. (Kania, 2018: 18)
- b. Ahmad S. Adnan Putra menyatakan bahwa strategi pada hakekatnya adalah pengelolaan dan perencanaan untuk mencapai tujuan tertentu. (Ruslan, 2000: 31)

Pada dasarnya definisi-definisi di atas memiliki pokok bahasan yang sama, yaitu strategi adalah cara suatu badan atau organisasi menetapkan tujuan jangka panjang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi diperlukan oleh semua perusahaan atau organisasi bahkan individu untuk mencapai tujuan.

2. Komunikasi

Colin Ceri (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai salah satu cara di mana unit sosial dibentuk melalui bahasa dan tanda. Selain itu, komunikasi memainkan peran kunci dalam proses sosial dan merupakan kekuatan pendorong di mana interaksi antara manusia terjadi. Komunikasi memungkinkan manusia untuk berbagi informasi, pemikiran, ide, perasaan, dan pandangan dengan orang lain. Sedangkan menurut Carl I. Hovland, komunikasi diartikan sebagai usaha yang terorganisir untuk menyatakan dengan jelas dasar penyampaian informasi dan pendapat. (Effendi, 2003: 10)

Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995) mengartikan komunikasi sebagai ”pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami”. Dari uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan, baik informasi, gagasan, maupun gagasan dari satu pihak ke pihak lain.

Kajian ini berkaitan dengan komunikasi massa. Dalam menyampaikan pesan hendaknya digunakan bahasa yang mudah dipahami agar komunikan mengerti apa yang disampaikannya. Komunikasi massa ditunjukkan untuk semua orang, bukan untuk kelompok orang tertentu. Oleh karena itu, komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Dibandingkan dengan komunikasi lainnya, dalam komunikasi massa jumlah khalayak sasaran atau komunikan yang dapat dijangkau relatif banyak dan tidak terbatas, meskipun banyak komunikan yang menerima pesan yang sama dalam waktu yang bersamaan.

3. Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab *da'a, yad'u*, yang dalam bentuk mashdar *da'watan* berarti ajakan, ajaran, atau permohonan. Sedangkan menurut istilah, dakwah adalah segala usaha dan perbuatan yang direncanakan secara sadar dalam bentuk sikap, perkataan dan perbuatan, langsung atau tidak langsung yang berisi ajakan dan himbauan yang ditujukan kepada individu, masyarakat atau kelompok orang agar terjamah jiwanya, tersentuh hatinya ketika mendengarkan petunjuk dan pengingat ajaran Islam, yang kemudian dihayati, dan dipelajari untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah dalam Islam adalah usaha untuk meningkatkan pemahaman agama dan mengubah pandangan hidup, sikap batin, dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam agar sesuai dengan tuntutan syariat. Tujuan dari dakwah adalah agar umat dapat mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. (Pirol, 2017: 21)

4. Strategi Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah retorika (persuasi) yang dilakukan oleh para pendakwah (da'i) untuk menyebarkan pesan-pesan yang mengandung nilai-nilai agama, baik secara verbal maupun non verbal, agar komunikan (mad'u) mencapai kebaikan di dunia dan di akhirat. (Maarif, 2010: 34). Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai "proses penyampaian dan informasi Islam untuk memengaruhi komunikan (objek dakwah, mad'u) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam". (Romli, 2013: 12). Komunikasi dakwah dirancang untuk memberikan arah yang lebih jelas dan fokus pada tujuan yang terkandung dalam pesan dakwah. Dakwah dapat berjalan dengan baik jika semua komponen terpenuhi.

Strategi komunikasi dakwah merupakan rencana yang efektif untuk menyalurkan ajaran agama Islam atau pesan-pesan ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif dengan harapan agar komunikan dapat bersikap dan berbuat amal shaleh sesuai dengan ajaran Islam tersebut. (Tasmara, 1986: 38). Strategi komunikasi da'i mencakup pengalaman, metode, pendekatan, dan ciri dasar yang dapat diidentifikasi. Strategi tersebut haruslah tidak bersifat apologetik, yaitu tidak defensif atau mempertahankan diri.

Dalam implementasi strategi komunikasi dakwah, terdapat komponen-komponen yang perlu diperhatikan, seperti yang disebutkan oleh Wahyu Ilaihi (2010):

1. Dai dalam Komunikasi Dakwah

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Termasuk dalam komunikasi dakwah. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber ini bisa disebut komunikator, pengirim atau dalam bahasa lain source, sender, dan encoder. Sementara dalam komunikasi dakwah, sumber tersebut biasa disebut dengan dai. Dalam bentuk komunikasi antarmanusia,

komunikator bisa terdiri dari satu orang, bisa juga dalam bentuk kelompok.

Pada dasarnya, semua pribadi Muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah. Siapa saja yang dapat dikenal sebagai dai atau komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Secara umum adalah setiap Muslim atau Muslimah yang mukallaf (dewasa) di mana kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah; "Sampaikan walau satu ayat"
- 2) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.

Keefektifan komunikasi dakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi, tetapi juga oleh diri komunikator. Fungsi komunikator (dai) dalam pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu dan berubah sikap, pendapat, dan perilakunya. Komunikan yang akan mengkaji siapa komunikator yang akan menyampaikan pesan tersebut. Jika ternyata informasi yang diutarakan tidak sesuai dengan diri komunikator- betapapun tingginya teknik komunikasi yang digunakan maka hasilnya tidak akan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk itu, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh komunikator dakwah di antaranya adalah "etos komunikator dakwah" dan "sikap komunikator dakwah". (Ilaihi, 2010: 77)

2. Mad'u dalam Komunikasi Dakwah

Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Dalam bahasa komunikasi dakwah, "mad'u" bisa disebut dengan komunikan, penerima pesan, khalayak, audience, receiver. Penerima atau mad'u adalah elemen yang paling penting dalam proses

komunikasi, karena dialah yang akan menjadi sasaran dari komunikasi dakwah. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran/mitra pesan yang dikirim oleh sumber. Jika pesan dakwah tidak diterima oleh mad'u, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah ada sumber pesan atau saluran. Penerima dalam bentuknya dalam komunikasi dakwah bisa terdiri dari satu orang atau lebih bisa dalam bentuk kelompok, dan massa. (Ilaihi, 2010: 87)

3. Pesan Dakwah dalam Komunikasi Dakwah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Dan pesan di sini merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan dai kepada mad'u. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan message, content, atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau dengan menggunakan sarana media. (Ilaihi, 2010: 97-98)

Pesan komunikasi dakwah memiliki tujuan tertentu. Hal ini akan menentukan teknik yang akan diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Betapapun juga teknik pertama yang harus dimengerti dalam proses komunikasi dakwah adalah pesan dari komunikasi tersebut. (Ilaihi, 2010: 98) Komunikasi dakwah terdiri atas isi pesan, akan tetapi lambang yang digunakan bisa bermacam-macam. Sementara itu, lambang yang biasa digunakan dalam komunikasi dawah ialah bahasa, gambar, visual, dan sebagainya.

Dalam kehidupan sehari-hari, pesan komunikasi dakwah yang disampaikan kepada mad'u dengan menggunakan gabungan/kolaborasi lambang, seperti pesan komunikasi melalui, retorika, surat kabar, film, atau televisi. Karena bagaimanapun juga komunikasi dakwah adalah komunikasi yang menggambarkan bagaimana seorang komunikator dakwah menyampaikan dakwah lewat bahasa atau

simbol-simbol tertentu kepada mad'u yang menggunakan media. Lambang yang banyak digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. (Ilaihi, 2010: 98)

4. Materi/Isi Pesan Dakwah

Yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam dapat dijadikan pesan dakwah. Materi dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari prinsip Al-Qur'an dan hadist, yang disampaikan da'i kepada mad'u sebagai salah satu pedoman hidup yang harus ditaati dan dipatuhi umat manusia dalam menuju keselamatan hidup di dunia dan akhirat. (Muhaemin, 1994: 435).

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa materi yang disiarkan dalam radio komunitas dakwah antara lain:

- a) Aqidah, menyebarkan dan menanamkan pengertian aqidah Islamiyyah berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segala perinciannya.
- b) Akhlak, menerangkan mengenai akhlaq mahmudah dan akhlaq madzmumah dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah pernah berlaku dalam sejarah.
- c) Akhkam, menjelaskan aneka hukum meliputi soal-soal: ibadah, alahwal as-syahsiyah, muamalat yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.
- d) Ukhuwah, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antar penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain.
- e) Pendidikan, melukiskan sistem pendidikan model Islam yang telah dipraktekkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam di masa sekarang.

- f) Sosial, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al Quran dan Hadits.
- g) Kebudayaan, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu.
- h) Kemasyarakatan, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama.
- i) Amar ma'ruf, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh sa'adah fi ad-darain (kebahagiaan di dunia dan akhirat).
- j) Nahi munkar, melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan akhirat. (Samsul M, 2009: 89)

5. Media Dakwah dalam Komunikasi Dakwah

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

Untuk mendapatkan sasaran dalam komunikasi dakwah, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan dakwah yang akan disampaikan serta teknik dakwah yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian media komunikasi dakwah itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Sebagai contoh media cetak atau tulisan dan media visual dapat dikaji secara berulang-ulang dan dapat disimpan sebagai dokumentasi. Melalui media oral dapat digunakan saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengindra hal-hal yang lain, umpamanya mendengarkan pesan dakwah di radio saat kita mengendarai mobil, mengerjakan hal lainnya dan sebagainya. Sedangkan pesan melalui audio visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dirasa dan dilihat, sekaligus didengarkan. (Ilaihi, 2010: 105)

Dengan memperhatikan unsur-unsur tersebut, pengembangan strategi komunikasi dakwah dapat dilakukan secara lebih terarah dan efektif. Strategi komunikasi membantu da'i dalam merencanakan dan melaksanakan tindakan dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan dakwah yang ditetapkan.

B. Radio Komunitas dan Program siaran

1. Radio Komunitas

Radio merupakan media yang sangat penting karena lebih banyak orang yang dapat menerima atau mendengarkannya dibandingkan dengan media lainnya. Selain itu, siaran menjangkau pendengarnya lebih cepat, terlepas dari perbedaan geografis, dibandingkan misalnya berita di surat kabar menjangkau pembacanya. (Widjaja, 2008: 79)

Radio komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitas. (Rachmiatie, 2007: 79) Terdapat perbedaan antara lembaga penyiaran publik, komersial, dan komunitas. Lembaga penyiaran publik dan komersial termasuk kategori memperlakukan pendengar sebagai objek, sedangkan radio komunitas memperlakukan pendengar sebagai subjek dan pesertanya terlibat dalam penyelenggaraannya.

Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) merupakan panduan yang mengatur batasan-batasan tentang apa

yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam proses pembuatan dan penayangan program siaran. Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) dirancang dengan memperhatikan berbagai bentuk Kode Etik dan Standar Program yang telah dikembangkan oleh komunitas profesional dalam dunia penyiaran dan media massa di Indonesia selama ini, seperti Kode Etik Wartawan Indonesia, Standar Profesional Radio Siaran serta Pedoman Program Penyiaran. (Komisi Penyiaran Indonesia, 2002: 18)

Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) ini dikeluarkan dengan harapan agar tujuan penyiaran sebagaimana dinyatakan dalam pasal 3 UU Penyiaran 2002, dapat diwujudkan, yakni: “...memperkokuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera...” (Komisi Penyiaran Indonesia, 2002: 4)

Perencanaan dan pelaksanaan strategi program siaran yang efektif membutuhkan pemahaman yang baik tentang audiens, konten yang kuat, dan manajemen yang efisien. Dengan pendekatan yang tepat, stasiun penyiaran dapat membangun program-program yang sukses dan menarik bagi audiens mereka.

Selanjutnya sebagaimana diamanatkan dalam pasal 48 (4) UU Penyiaran, dinyatakan pula bahwa Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan:

- a) Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan
- b) Rasa hormat terhadap hal pribadi
- c) Kesopanan dan kesusilaan
- d) Perlindungan terhadap anak-anak, remaja dan perempuan
- e) Penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak
- f) Penyiaran program dalam bahasa asing

- g) Ketepatan dan kenetralan program berita
- h) Siaran langsung
- i) Siaran iklan

1) Karakteristik radio

Media Audio, misalnya, adalah radio yang antara lain memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Elemen reproduksi utama adalah suara (audio);
- b) Relatif bisa dibawa kemana-mana (portable), meski tidak semudah media cetak;
- c) Tidak dapat diperbanyak, dengan kata lain tidak dapat didengarkan kembali (didengarkan sekali) kecuali direkam dan didengarkan kembali;
- d) Pesan bersifat paralel (laporan langsung);
- e) Dalam proses komunikasi digunakan unsur umpan balik, baik verbal maupun nonverbal; dan
- f) Hidupnya juga didukung terutama oleh periklanan, bukan penjualan. (Soyomukti, 2016: 201)

Radio siaran sebagai media memiliki karakteristik yang unik dan khas, yang tentunya juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Menurut Effendi, corak penyiaran bisa bergantung pada dua faktor, yakni sifat siaran dan sifat pendengar radio. Sifat penyiaran, gaya radio biasanya meliputi (Masduki, 2004: 32-33.):

- a) Imajinasi: Karena siaran radio hanya dapat didengar ketika penyiar berbicara ke mikrofon, pendengar hanya dapat membayangkan suaranya tanpa mengetahui seperti apa bentuknya. Imajinasi pendengar dapat bervariasi dalam persepsi. Radio dapat menciptakan teater pikiran. Pendengar bisa terbawa suasana saat mendengarkan siaran program radio.
- b) Auditory: Radio adalah suara atau suara yang hanya bisa dirasakan oleh telinga. Jadi apa yang didengar telinga sangat terbatas. Ada istilah yang mengatakan; Lebih baik memiliki satu catatan daripada

seribu kenangan. Demikian pula telinga memiliki keterbatasan dalam mengingat pesan yang didengarnya. Untuk melakukan ini, pesan radio harus jelas, ringkas, dan mengalir.

- c) Akrab: Sarana media komunikasi radio bersifat intim karena penyiar mengirimkan pesan secara pribadi / individu, meskipun banyak orang mendengarkan radio. Sapaan khas penyiar seolah hanya ditujukan kepada pendengar sehingga menimbulkan kesan bahwa penyiar ada di samping mereka. Sehingga radio bisa menjadi “teman” saat seseorang sedang sedih atau senang. Ini adalah sifat akrab dari radio.
- d) Gaya percakapan: bukan bahasa tulisan yang digunakan, melainkan gaya percakapan sehari-hari. Tak heran, banyak ucapan atau bahasa lisan yang unik bermunculan dari dunia radio yang direpresentasikan oleh para penyiar menjadi sesuatu yang sedang menjadi tren.

Sedangkan karakteristik pendengar radio meliputi: kesukaan, hobi, kebiasaan, minat dan keinginan.

2) Kelebihan dan Kekurangan Radio

Setiap media memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, tidak ada media yang dapat memuaskan khalayak yang heterogen dengan segala keinginan dan kebutuhannya. Radio sebagai media massa memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut: (Masduki, 2004: 35-39.):

a. Kelebihan Radio Siaran

Radio memiliki sejumlah kelebihan sebagai media komunikasi. Berikut adalah beberapa kelebihan radio:

- a) Jangkauan Luas: Radio dapat mencapai audiens yang sangat luas dalam jangkauan geografis yang besar. Sinyal radio dapat menjangkau wilayah yang sulit diakses oleh media lain, terutama di daerah pedesaan atau terpencil.
- b) Portabilitas: Radio adalah media portabel yang dapat diakses hampir di mana saja, baik di rumah, mobil, tempat kerja, atau saat beraktivitas. Pendengar dapat mendengarkan radio sambil melakukan kegiatan sehari-hari.

- c) Keterjangkauan: Radio masih menjadi salah satu media yang terjangkau secara ekonomi. Pembelian perangkat radio relatif terjangkau, dan biaya langganan stasiun radio biasanya rendah atau bahkan gratis.
- d) Kesederhanaan Penggunaan: Mendengarkan radio tidak memerlukan pengetahuan atau keterampilan khusus. Siapapun dengan perangkat radio yang sesuai dapat menyalakannya dan menikmati siaran tanpa kesulitan teknis.
- e) Kecepatan dan Real-Time: Radio memungkinkan penyiaran informasi secara langsung dan real-time. Berita terkini, laporan cuaca, dan acara siaran langsung dapat disampaikan kepada pendengar dengan cepat dan aktual.
- f) Keanekaragaman Konten: Radio menyediakan beragam jenis konten, mulai dari musik, berita, cerita, hiburan, diskusi, dan banyak lagi. Pendengar dapat memilih dari berbagai stasiun radio dengan format yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka.
- g) Pendekatan Audio: Suara dan musik memiliki kekuatan emosional yang kuat. Radio mengandalkan penggunaan audio untuk menyampaikan pesan, yang dapat menciptakan pengalaman mendengarkan yang mendalam dan membantu pendengar terhubung dengan konten dan penyiar.
- h) Penyiaran Bersifat Non-visual: Tidak memerlukan perhatian visual, radio dapat dinikmati ketika pendengar sedang melakukan kegiatan lain, seperti mengemudi, bekerja, atau beristirahat. Ini membuat radio menjadi media yang fleksibel dan dapat diintegrasikan dengan aktivitas sehari-hari.
- i) Kesetiaan Pendengar: Banyak pendengar radio memiliki loyalitas yang kuat terhadap stasiun radio favorit mereka. Mereka sering mengembangkan ikatan emosional dengan penyiar dan merasa terhubung dengan komunitas pendengar radio.

Meskipun teknologi media terus berkembang, radio tetap menjadi media yang relevan dengan kelebihan-kelebihan tersebut. Radio memiliki kekuatan untuk menciptakan ikatan dengan pendengarnya dan menyampaikan pesan-pesan dengan cara yang mudah diakses dan menghibur.

b. Kekurangan Radio Siaran

Meskipun radio memiliki banyak keunggulan sebagai media komunikasi, ada beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Beberapa kekurangan radio antara lain:

- a) Keterbatasan Visual: Radio merupakan media audio, sehingga tidak dapat menyajikan informasi secara visual seperti televisi atau internet. Ini dapat menjadi kekurangan karena beberapa konten, seperti visualisasi data atau demonstrasi visual, sulit disampaikan melalui suara saja.
- b) Terbatasnya Interaktivitas: Radio adalah media satu arah yang tidak memungkinkan interaksi langsung antara penyiar dan pendengar. Sementara beberapa program radio menyediakan panggilan telepon atau pesan pendengar, tetapi tidak secepat dan seinteraktif media lain seperti platform sosial media.
- c) Keterbatasan Penyebaran Informasi: Radio dapat mencapai pendengar dalam jangkauan geografis yang luas, tetapi keterbatasan dalam penyebaran informasi secara real-time mungkin terjadi. Misalnya, berita terbaru mungkin tidak langsung tersedia di radio karena waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan, merekam, dan menyiarkan berita.
- d) Gangguan Sinyal: Kualitas penerimaan sinyal radio dapat terpengaruh oleh berbagai faktor, seperti jarak dari pemancar, kekuatan sinyal, atau gangguan frekuensi. Hal ini dapat mengakibatkan gangguan atau ketidakjelasan dalam mendengarkan siaran radio.
- e) Kontrol Terbatas atas Konsumsi Konten: Dalam radio tradisional, pendengar tidak memiliki kontrol penuh atas konten

yang disiarkan. Mereka tidak dapat memilih program secara spesifik atau mengulang siaran yang telah lewat, kecuali stasiun radio menyediakan layanan tersebut.

Meskipun memiliki kekurangan, radio tetap menjadi media yang populer dan berpengaruh. Kekurangan-kekurangan tersebut dapat diatasi atau dikurangi dengan perubahan dalam teknologi siaran dan integrasi dengan platform digital yang lebih interaktif.

Berbagai kelebihan dan kekurangan radio dibahas. Karena kebutuhan dan tanggung jawab berdakwah, penyiar harus mengembangkan strategi dakwah, mengoptimalkan keunggulan media dan menghilangkan kekurangan. Padahal, terlepas dari isi dan format radio, jenis program atau program, tujuan dan segmentasinya, semuanya bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pengelolanya. Kuncinya terletak pada pemahaman daya tarik, kemasan, frekuensi, durasi, dan waktu dari setiap produk radio.

3) Konsep format radio

Format radio mengacu pada bentuk umum konten siaran yang ada di stasiun radio. Format ini memainkan peran penting dalam menentukan jenis program yang disiarkan, gaya penyiaran, serta kepribadian stasiun radio itu sendiri. Berikut adalah beberapa contoh format radio yang umum:

- a) Radio Musik: Format ini fokus pada pemutaran musik, baik dalam genre tertentu (seperti pop, rock, jazz, atau klasik) maupun campuran beragam genre. Stasiun radio musik sering menyertakan informasi tentang artis, lagu, dan berita musik terkini.
- b) Radio Berita: Stasiun radio berformat berita menyiarkan laporan berita terkini, wawancara, komentar, dan analisis mengenai peristiwa terbaru dari berbagai bidang seperti politik, ekonomi, olahraga, dan hiburan. Mereka juga dapat menyediakan bacaan berita dan laporan langsung.
- c) Radio Olahraga: Format ini menyajikan liputan olahraga, termasuk siaran langsung pertandingan, analisis, wawancara dengan atlet,

diskusi tentang berita olahraga terkini, serta pemutaran lagu atau jingle yang terkait dengan olahraga.

- d) Radio Bincang-bincang: Stasiun radio dengan format bincang-bincang memiliki program yang menampilkan pembicaraan interaktif antara penyiar dan pendengar, serta tamu spesialis dalam berbagai topik seperti politik, budaya, gaya hidup, dan lain sebagainya.
- e) Radio Cuaca: Format radio ini menyiarkan informasi cuaca lokal, peringatan dini, ramalan cuaca, kondisi lalu lintas, dan informasi seputar lingkungan. Beberapa stasiun cuaca juga dapat menyediakan tips dan saran terkait cuaca.

Tentu saja, format-format ini dapat dikombinasikan atau dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi stasiun radio tertentu. Penentuan format radio umumnya dipengaruhi oleh visi dan misi pemilik stasiun radio, riset kebutuhan pendengar, serta perbandingan dengan format radio yang ada. Hal ini bertujuan untuk mencapai target audiens yang diinginkan dan menyampaikan konten yang relevan dan menarik.

1. Jenis format radio

- a) Berita, Diskusi, format Olahraga
- b) Format musik country
- c) Format musik Radio Hits Kontemporer
- d) Format musik kontemporer dewasa
- e) Format musik rock dan alternatif
- f) Format musik perkotaan
- g) Format musik jazz dan klasik
- h) Oldies, hit dewasa, dan format musik nostalgia
- i) Format musik Spanyol dan Amerika Latin
- j) Format Musik Dunia
- k) Format musik dari program keagamaan
- l) Format radio publik, pemerintah, komunitas

- m) Perguruan tinggi, Format siswa
- n) Format lain (anak-anak, kebangsaan, broker)

2. Fungsi format radio

- a) penargetan: khusus ditargetkan pada audiens target
- b) Persaingan dengan stasiun radio pesaing
- c) Penentuan posisi: berbeda dari stasiun radio lainnya
- d) Tautan ke format pemrograman atau pengaturan radio per jam
- e) Pembentukan "kepribadian penyiaran" penyiar: cara berbicara, pilihan musik/lagu, serta iklan atau komersial, jingle dan bentuk promosi program radio lainnya.

3. Proses pemformatan (pemformatan radio)

- a) Visi dan misi radio
- b) Periksa kebutuhan dan perilaku sosiologis dan psikologis pendengar
- c) Bandingkan dengan radio pesaing
- d) Pengamatan atau penampakan radio lainnya
- e) Kontrol media pesaing, apakah disiapkan dengan cara yang sama atau berbeda.
- f) Berdasarkan trend yang ada di masyarakat
- g) Peluang dan sumber daya yang dimiliki oleh media

4. Jenis format siaran

- a) Format Musik: Kontemporer Dewasa, Album Rock, Musik Indah, Klasik, Radio Hits Kontemporer, Rock Klasik, Country, Jazz, Middle of the Road, Nostalgia atau Vintage, Musik Urban Kontemporer.
- b) Format Informasi: All news, all talk, news talk/news talk atau news release merupakan sajian utama dan dominan.
- c) Format khusus: etnis, agama (radio dakwah) dan campuran radio.

5. Jenis dan gaya siaran

Secara garis besar, siaran terbagi dalam tiga kategori, yaitu:

- a) Artistik (seni atau hiburan): program musik atau lagu, acara radio, kuis, bercerita, humor, dan infotainment.
- b) Siaran Jurnalistik (Informasi): Program berita seperti berita terbaru, pertemuan berita, atau paket (biasanya pagi-pagi sekali), dengan radio, majalah siaran, dokumenter, dan acara bincang-bincang.
- c) Variety Show biasanya dirancang untuk memberikan hiburan yang beragam kepada penonton dengan menggabungkan berbagai segmen menarik dalam satu program. Selain itu, format acara ini juga memberikan kesempatan kepada penonton untuk berpartisipasi, berinteraksi, dan terlibat dalam acara tersebut.

Dalam proses siaran dakwah melalui radio, kepala radio harus memiliki referensi format untuk kelangsungan siaran dakwah. Format ini meliputi:

- a) Monolog

Format ini dirancang untuk ceramah oleh seorang mubaligh yang menggunakan sumber dalam ceramahnya, yaitu Al-Qur'an dan Hadits, dengan setting tema sesuai dengan pusat agama.

- a) Baca artikel atau tips
- b) Ceramah atau pidato dari sumber sepihak

- b) Dialog

Skema siaran ini adalah mengundang narasumber atau penceramah yang dipimpin oleh seorang moderator yang membahas tentang Islam dengan model dialog langsung dengan narasumber.

- a) Wawancara interaktif dua arah atau diskusi antara pakar dan pewawancara
- b) Dialog langsung antara pendengar dan pakar melalui telepon atau dalam kehadiran khusus di studio.

- c) Dialog Interaktif

Format segmen ini melibatkan interaksi antara pembawa acara dengan penonton baik melalui telepon, pesan teks, atau media sosial. Penonton dapat mengirimkan pertanyaan, komentar, atau masukan yang akan direspon atau dibahas oleh pembawa acara.

d) Pengajian Akbar

Tujuan format ini bukan hanya pendidikan, terutama di bidang spiritual, tetapi juga pengembangan dan penanaman perasaan sosial di masyarakat.

e) Musik Islami

Yakni, membawakan lagu-lagu bernuansa Islami (qashidah, nasyid atau lagu yang isinya terkait dengan syair Islami).

f) Motivasi

Format ini dikemas secara khusus, menyediakan "Kata Mutiara Hikmah" yang diambil dari hadits-hadits tentang wahyu para nabi.

Format adalah bentuk penyajian yang dirancang agar sesuai dengan karakteristik stasiun radio. Ketika kesalahan keputusan terjadi, seringkali mengakibatkan perubahan pada program yang ada.

4) Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah

Radio komunitas dakwah adalah radio yang didirikan oleh komunitas tertentu untuk memenuhi kebutuhan komunitasnya dengan visi misinya untuk amar ma'ruf nahi munkar (mengajarkan kebaikan dan mencegah kemunkaran) baik dalam pribadi maupun masyarakat. Hal lain yang dapat diambil dari pengertian radio komunitas sebagai media dakwah adalah tujuan radio komunitas dakwah yaitu: memberikan pelayanan informasi, isu-isu dan problem seputar agama Islam, penguatan eksistensi radio komunitas dakwah dalam masyarakat, dan memfasilitasi masyarakat akan kebutuhan pengetahuan seputar agama Islam.

Dalam konteks dakwah radio, pesan yang disampaikan seharusnya mengikuti nilai-nilai ajaran Islam. Dakwah radio memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan pesan-pesan amar ma'ruf nahi munkar, yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam, radio dakwah perlu memperhatikan beberapa hal:

- 1) Kredibilitas dan keakuratan informasi: Radio dakwah harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan ajaran agama Islam dan didasarkan pada sumber yang dapat dipercaya. Keakuratan dan keandalan informasi adalah penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan pendengar.
- 2) Kesesuaian konten dengan nilai-nilai Islam: Setiap konten yang disiarkan harus sejalan dengan ajaran Islam dan tidak melanggar prinsip-prinsip agama. Pesan-pesan yang disampaikan harus mengajak kepada kebaikan, keadilan, kejujuran, toleransi, kasih sayang, dan moralitas Islam.
- 3) Bahasa yang tepat: Dalam menyampaikan pesan dakwah, radio perlu menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan sesuai dengan pendengar target. Pesan harus disampaikan dengan gaya yang jelas, lugas, dan menginspirasi agar dapat mencapai pendengar dengan baik.
- 4) Kehadiran ulama dan tokoh agama: Menghadirkan ulama dan tokoh agama yang kompeten dan berpengalaman dalam program radio dakwah dapat memberikan otoritas dan kekuatan pada pesan-pesan yang disampaikan. Mereka dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang ajaran Islam dan memberikan nasihat yang relevan.
- 5) Penyampaian yang inklusif: Meskipun pesan dakwah radio berlandaskan Islam, penyampaian pesan harus dilakukan dengan pendekatan yang inklusif, menghormati keragaman dan keberagaman pendengar. Radio harus mampu menjangkau dan

mengakomodasi pendengar dari berbagai latar belakang agama dan budaya.

- 6) Menyediakan nasihat dan solusi: Selain menyampaikan pesan dakwah, radio juga dapat memberikan nasihat dan solusi bagi masalah-masalah sehari-hari yang dihadapi oleh pendengar. Hal ini dapat memperkuat dampak positif dakwah radio dalam kehidupan sehari-hari pendengar.

Dengan memperhatikan nilai-nilai ajaran Islam dan prinsip-prinsip dakwah dalam konteks radio, radio dakwah dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan mempengaruhi perilaku manusia menuju kebaikan.

Meskipun radio memiliki kecenderungan lebih banyak menyiarkan hiburan daripada informasi, hal ini dapat menjadi peluang untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menyampaikan informasi agama, terutama informasi mengenai agama Islam. Berikut beberapa strategi yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi agama:

- 1) Program Khusus Agama: Radio dapat mengembangkan program khusus yang fokus pada pengetahuan agama Islam. Ini dapat berupa acara talk show, diskusi agama, ceramah, tanya jawab agama, atau pengajaran agama Islam yang membahas berbagai aspek kehidupan agama secara mendalam.
- 2) Kolaborasi dengan Ustadz/Ulama: Radio dapat berkolaborasi dengan para ahli agama, ustadz, atau ulama untuk menyampaikan ceramah, kajian, atau jawaban atas pertanyaan-pertanyaan keagamaan dari pendengar. Hal ini dapat memberikan kepercayaan dan keandalan informasi agama kepada pendengar.
- 3) Segmen Berita Agama: Radio dapat menyediakan segmen berita yang berfokus pada perkembangan terkini di dunia Islam, seperti isu-isu keagamaan, peristiwa keagamaan, kutipan dari kitab suci, atau tips dan nasihat berdasarkan ajaran Islam.

- 4) Program Pendidikan Islam: Radio dapat menghadirkan program pendidikan Islam yang mengajarkan nilai-nilai, prinsip-prinsip, dan praktik-praktik dalam agama Islam. Ini dapat meliputi pembelajaran tentang doa, shalat, puasa, zakat, haji, etika Islam, dan lain sebagainya.
- 5) Konten Islami yang Menarik: Radio dapat menyajikan konten agama Islam dengan pendekatan yang menarik dan kreatif, seperti cerita Islami, kisah-kisah Nabi, atau nasihat agama dalam bentuk yang menarik dan mudah dipahami.

Selain itu, dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, radio juga dapat memanfaatkan platform online dan media sosial untuk menyampaikan informasi agama secara lebih luas dan interaktif.

Dengan strategi yang tepat, radio dapat menjadi media yang memberikan pengajaran dan informasi yang lebih banyak mengenai Islam kepada masyarakat. Penting bagi stasiun radio untuk memahami kebutuhan pendengar dan berinovasi dalam menyajikan konten yang relevan dan bermanfaat secara keagamaan.

2. Program Siaran

Kata "program" dalam konteks penyiaran Indonesia lebih umum digunakan daripada kata "siaran". Meskipun istilah resmi yang digunakan dalam Undang-Undang Penyiaran adalah "siaran", masyarakat umum sering kali menggunakan kata "program" untuk merujuk pada acara-acara yang ditayangkan di televisi, radio, atau platform digital.

Dalam konteks ini, "program" dapat diartikan sebagai suatu pesan atau rangkaian pesan yang disusun dan dikemas dengan tujuan memberikan informasi, hiburan, atau tujuan lainnya kepada khalayak. Program-program ini dapat memiliki berbagai bentuk, seperti acara talk show, berita, drama, komedi, dokumenter, atau jenis-jenis lainnya.

Program yang disajikan menjadi faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mendengarkan stasiun penyiaran. Program

dapat disamakan dengan produk, barang, atau jasa yang dijual kepada pemirsa dan pengiklan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa program merupakan produk yang dibutuhkan masyarakat agar siap mengikutinya. Sehingga dapat dirumuskan sebagai sebuah produk atau komoditas: semakin baik acara yang disajikan, semakin diminati pendengar.

Dalam konteks penyiaran, program yang baik biasanya memiliki beberapa faktor yang menarik bagi audiens, seperti konten yang relevan, penyajian yang menarik, produksi yang baik, dan nilai hiburan atau informasi yang disampaikan. Ketika program-program ini memenuhi harapan dan kebutuhan audiens, kemungkinan besar mereka akan lebih banyak ditonton atau didengarkan.

Materi program siaran dakwah di radio komunitas, tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits aqidah sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syari'ah dan akhlak dengan diperoleh darinya. (Bachtiar, 1997: 33-34).

Di Indonesia, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang disusun oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memuat ketentuan-ketentuan terkait standar program siaran. Stasiun penyiaran wajib mematuhi P3SPS dan melakukan sosialisasi kepada semua pihak yang terlibat dalam proses produksi dan penayangan program. Pelanggaran terhadap P3SPS dapat dikenai sanksi yang bervariasi sesuai dengan tingkat pelanggaran.

BAB III
STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO SHAHABAT MUSLIM
107.7 FM TEGAL DALAM PROGRAM ACARA KAJIAN AD-DAA'U WAD
DAWAA'

A. Gambaran Umum Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

1. Sejarah Berdirinya Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

Radio Shahabat Muslim Fm merupakan stasiun radio dakwah yang berada di Desa Kademangan, Kecamatan Dukuhturi, Kabupaten Tegal. Radio Shahabat Muslim merupakan lembaga penyiaran komunitas atau radio komunitas. Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim didirikan dengan tujuan utama untuk mengedukasi, menghibur, dan memberikan pengaruh positif kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Pendidikan dan perhatian terhadap generasi muda adalah landasan penting dalam pendirian lembaga ini.

Salah satu faktor pendirian lembaga ini adalah kesadaran akan rentannya generasi muda terhadap pengaruh negatif yang dapat dipengaruhi oleh tokoh-tokoh idola mereka, baik secara langsung maupun melalui media massa. Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim ingin memberikan alternatif yang positif dan memberdayakan kaum muda untuk menggunakan waktu mereka dengan maksimal dalam suasana yang santai, serius, namun tetap menghibur.

Dengan menyediakan program-program yang didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan dan minat, lembaga ini berusaha menjadi wadah bagi mereka untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat, pemahaman yang lebih baik tentang agama, budaya, dan masyarakat, serta mengembangkan potensi mereka secara positif.

Melalui pendekatan yang santai namun serius, Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim ingin menciptakan suasana yang menghibur namun tetap mendidik. Dengan demikian, lembaga ini berharap dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi generasi muda, membantu mereka tumbuh dan berkembang menjadi individu yang berkontribusi positif bagi masyarakat dan bangsa di masa depan.

Komitmen terhadap kepedulian terhadap masyarakat dan generasi muda adalah inti dari pendirian Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim. Melalui program-program yang ditawarkan, lembaga ini berharap dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan positif, memberikan pengetahuan yang bermanfaat, serta mendorong pemikiran kritis dan sikap toleransi dalam masyarakat.

Segegap anggota Komunitas Shahabat Muslim Tegal mengadakan rapat bersama dan diputuskan untuk membentuk sarana Dakwah Islamiyah di Desa Kademangaran Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal dalam bentuk Lembaga Penyiaran Komunitas. Menindaklanjuti hasil diskusi bersama, akhirnya dibentuklah sebuah Badan Hukum resmi yang akan menaungi Radio Shahabat Muslim di hadapan Notaris Mohamad Taufik, S.H. dengan nama Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim.

Setelah mendapatkan surat persetujuan dari warga sekitar, Pemerintah Desa, dan Kecamatan, selanjutnya adalah mendapatkan rekomendasi dari instansi terkait seperti Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB). Porsi utama yang selalu menjadi unggulan dan dikedepankan Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim adalah keagamaan (dakwah islamiyah), sisi moral dan akhlak yang mulia, pendidikan, dialog interaktif, dan info aktual. (Arsip Profil Radio Shahabat Muslim Tegal)

Adapun untuk mengetahui Radio Shahabat Muslim Fm lebih jelas dengan paparan berikut ini:

a. Identitas Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm

Tabel 1. Identitas Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

1.	Nama Badan Hukum	Lembaga Penyiaran Komunitas Shahabat Muslim
2.	Nama Sebutan di Udara	Radio Shahabat Muslim FM
3.	Jenis Lembaga Penyiaran	Lembaga Penyiaran Komunitas
4.	Jenis Jasa Penyiaran	Radio
5.	Tag Line	Jalin Ukhuwah Di Atas Sunnah

6.	Format Siaran	Dakwah
7.	Frekuensi	FM 107.7 MHz
8.	Alamat Kantor	Jalan : H. Mughni no 5 Kelurahan / Desa : Kademangaran Kecamatan : Dukuhturi Kota / Kab : Tegal Kode Pos : 52192 Provinsi: Jawa Tengah Nomor telepon / Whatsapp : 0857-4166-0856 Email : shahabatmuslim@gmail.com Website : www.radioshahabat.net
9.	Alamat Studio	Jalan : H. Mughni no 5 Kelurahan / Desa : Kademangaran Kecamatan : Dukuhturi Kota / Kab : Tegal Kode Pos : 52192 Provinsi: Jawa Tengah
10.	Alamat Pemancar	Jalan : H. Mughni no 5 Kelurahan / Desa : Kademangaran Kecamatan : Dukuhturi Kota / Kab : Tegal Kode Pos : 52192 Provinsi: Jawa Tengah
11.	Wilayah Layanan Siaran	Radius Maksimum 2,5 km dari lokasi pemancar dengan daya pancar maksimal 30 watt dan tinggi antena 10 meter di atas permukaan tanah
12.	Ketua	Ir. H. Abdul Azis Ahmad
13.	Akta Pendirian / Perubahan Terakhir	No. 1 Tanggal : 8 Februari 2010 Notaris : Muhammad Taufik, SH.

14.	Tanggal IPP	596/RF.03.03/2020
15.	Waktu Siaran Setiap Hari	a. Pada Hari Kerja : pukul 04.00 s/d 22.00 b. Pada Hari Libur : pukul 04.00 s/d 22.00
16.	Penggolongan dan Presentase Mata Acara Siaran	a. Berita / Informasi : 10% b. Pendidikan / Kebudayaan : 5% c. Agama : 80% d. Acara Penunjang / Layanan Masyarakat : 5%

b. Legalitas Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm

1) Dukungan Masyarakat

Dalam rangka pendirian Radio Shahabat Muslim, himpunan komunitas Shahabat Muslim mengumpulkan dukungan dari masyarakat dengan mengumpulkan sejumlah 260 fotokopi KTP sebagai bukti.

2) Dukungan Pemerintah

Adapun dukungan dari pemerintah adalah berupa disetujuinya perizinan dari pemerintah desa, kecamatan dan kabupaten. Selain itu pengakuan dari Dinas Komunikasi dan Informasi.

- 3) Akta Pendirian-Akta Perubahan Nomor 1 tanggal 8 Februari 2010
 - 4) Pengesahan Kemenkumham Nomor W12-
V34/39/LPK/AT.02/VII/2010 Tanggal 5 Juli 2010
 - 5) Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) Nomor 596/RF.03.03/2020
1. Visi dan Misi Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

Adapun Visi dan Misi Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal adalah sebagai berikut :

 - a. Visi Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal antara lain :
Menjadi media dakwah islamiyah yang profesional, amanah dan diterima masyarakat luas.
 - b. Misi Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal antara lain :
 - a) Mendakwahkan islam kepada seluruh pemeluknya sesuai ahlussunah wal jama'ah.
 - b) Membantu pemerintah dalam pembangunan mental spiritual di bidang informasi positif.
 - c) Membantu pemerintah dalam informasi dan bantuan sosial.

Gambar 1. Logo Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal



2. Struktur Organisasi Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

Susunan pendiri dan anggota pengurus Radio Shahabat Muslim adalah sebagai berikut:

 - a. Dewan Penyiaran Komunitas
 1. Ketua : Fathur Rohman
 2. Anggota : 1). Mohamad Tubagus Hamdani, ST
2). Ir. H. Abdul Azis Ahmad
3). Ragil Mukti Handoyo
4). Junaidi Abdillah
 - b. Badan Pelaksana Penyiaran Komunitas
 1. Ketua : Ir. H. Abdul Azis Ahmad

2. Bidang administrasi dan keuangan : Devid Devri
 3. Bidang penyelenggara siaran, produksi dan promosi : Danang Aji Wirawan
 4. Bidang teknik : Irawan Pudja Hardjana
 5. Bidang umum dan usaha (devisi sarpras) : Yanto
 6. Bidang umum dan usaha (devisi umum dan usaha) : Abdul Basir
3. Program Acara Siaran Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

Adapun jadwal Program Siaran Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Rundown Program Acara Siaran Radio Shahabat Muslim

No.	Waktu	Program Acara Siaran
1.	04.00 - 05.30	Lagu Indonesia Raya - Pembukaan Acara Shahabat - Adzan Subuh - Dzikir Pagi
2.	05.30 - 07.00	Senin : Kajian Tafsir (Ust. Abdullah Zaen) Selasa : Kajian Subuh Tematik Rabu : Fiqh Asmaul Husna (Ust. Abdullah Zaen) Kamis : Kajian Subuh Tematik Jumat : Kajian Tafsir (Ust. Abdullah Zaen) Sabtu : Kajian <i>Ad-Daa'u Wad Dawaa'</i> (Ust. Junaedi) Ahad : Kajian Shahih Al-Bukhari (Ust. Junaedi)
3.	07.00 - 08.00	Bacaan Al-Qur'an Surat Pendek dan Ceramah Pendek
4.	08.00 - 10.00	Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Ahad : Murotal Jumat : Faedah Sejarah Islam (Ust. Dr. Ali Musri, MA/STDI Jember) Sabtu : Fiqh Al-Usrah (Ust. Kholid Syamhadi/Radio Rodja)
5.	10.00 - 11.30	Senin : Fiqh Doa Dzikir/Pendidikan Anak (Live Selasa : Kajian Tematik Rabu : Sehat Alamiah, (Ust. Abu Muhammad / Rodja) Kamis : Kajian Kitab Durussul Mar'ah (Ust. Aspri R.

		/ RSTV Youtube) Jumat, Sabtu : Murotal Ahad : Kajian Ahad Pagi (Langsung dari studio Radio Shahabat Muslim)
6.	11.30 - 12.30	Murotal - Adzan Dzuhur
7.	12.30 - 13.00	Bacaan Al-Qur'an Surat Pendek dan Ceramah Pendek
8.	13.00 - 14.30	Kajian Siang
9.	14.30 - 15.00	Bacaan Al-Qur'an Surat Pendek dan Ceramah Pendek
10.	15.00 - 16.00	Adzan Ashar – Murotal
11.	16.00 - 17.30	Senin : Kajian Riyadush Shalihin (Live Ust. Fathurrahman) Selasa : Kajian <i>Ad-Daa'u Wad Dawaa'</i> (Live Ust. Junaedi) Kamis : Kajian Kitab Tauhid (Live Ust. Sigit A. W, Lc.)
12.	17.30 - 18.00	Senin, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu, Ahad : Mutiara Nasehat - Adzan Maghrib Selasa : Lanjutan Kajian dan Adzan Magrib
13.	18.00 - 19.00	Senin, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu, Ahad : Bacaan Al-Qur'an Surat Pendek dan Ceramah Pendek Selasa : Kajian Al-Bukhari (Live Ust. Junaedi)
14.	19.00 - 20.00	Jeda Nasehat - Adzan Isya
15.	20.00 - 21.30	Senin : Pendidikan Karakter Nabawiyah (Ust. Abdul Kholiq / Youtube) Selasa, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu, Ahad : Kajian Tematik Malam

16.	21.30 - 22.00	Penutup Acara Shahabat - Indonesia Pusaka
-----	------------------	---

Unsur pola acara siaran pada Radio Shahabat Muslim memperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam pola siaran. Unsur-unsur yang terkandung dalam program siaran ini terdiri dari :

- a) Unsur Dakwah seperti kajian adab / akhlak, fikir doa dan dzikir, kajian tafsir al-qur'an, ilmu hadits dan ilmu tauhid.
- b) Unsur Pendidikan seperti yang terdapat pada program pendidikan anak / fiqih pendidikan anak, faedah sejarah islam, dan pendidikan karakter nabawiyah.
- c) Unsur Informasi seperti yang terdapat pada program konsultasi keluarga dan konsultasi kesehatan.

Program acara Radio Shahabat Muslim diawali dengan muqodimah, adzan, doa - doa pagi, murottal, ceramah keagamaan diselingi informasi tentang masalah keluarga dan pendidikan anak, hingga diakhiri doa menjelang tidur, adab - adab tidur, dan penutup. (Sumber buku profil Radio Shahabat Muslim)

4. Segmentasi Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal

- a) Berdasarkan Usia :
 - Usia di bawah 15 tahun: 5%
 - Usia 15 hingga 19 tahun: 15%
 - Usia 20 hingga 24 tahun: 15%
 - Usia 25 hingga 29 tahun: 15%
 - Usia 30 hingga 34 tahun: 15%
 - Usia 35 hingga 39 tahun: 15%
 - Usia 40 hingga 50 tahun: 10%
 - Usia di atas 50 tahun: 10%

Dengan memahami profil usia pendengar, stasiun radio dapat mengarahkan format program mereka dan memilih konten yang lebih relevan untuk masing-masing kelompok usia.

- b) Berdasarkan Status Ekonomi Sosial (SES) adalah masyarakat kelas menengah ke atas (simbol A) sebanyak 30%, masyarakat kelas menengah (B) sebanyak 35% dan masyarakat kelas menengah ke bawah (C1) sebanyak 35%.
- c) Berdasarkan Pekerjaan meliputi PNS/POLRI/TNI sebanyak 10%, pegawai swasta sebanyak 10%, wiraswasta sebanyak 10%, pensiunan sebanyak 10%, pelajar sebanyak 5%, mahasiswa sebanyak 20%, ibu rumah tangga sebanyak 25%, lainnya sebanyak 5% dan yang tidak bekerja sebanyak 5%.

Gambaran umum segmentasi yang dipilih Radio Shahabat Muslim adalah usia 15 tahun hingga 50 tahun dengan rincian sebagai berikut :

Pendidikan : tidak tamat SD, SD, SLTP, SLTA, Perguruan Tinggi

SES : A, B, C1

Pekerjaan : PNS/POLRI/TNI, pegawai swasta, wiraswasta, pensiunan, pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga dan yang tidak bekerja.

Proyeksi pertumbuhan segmen berdasarkan penelitian dan studi yang telah dilaksanakan Perhimpunan dengan merujuk pada pertumbuhan penduduk dan perkembangan budaya ilmiah dalam kehidupan keagamaan masyarakat Desa Kademangan dan sekitarnya, maka ditargetkan proyeksi pertumbuhan segmen adalah sebagai berikut :

- Tahun 2010 : 7,5%

- Tahun 2011 : 9,2%

- Tahun 2012 : 11%

Jumlah pendengar berdasarkan data jumlah penduduk Kecamatan Dukuhturi yang ada di BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2000 yang diasumsikan sebagai potensi pendengar yang dapat tercakup oleh transmisi Radio Shahabat Muslim adalah penduduk Desa Kademangan, Desa Karanganyar, Desa Pengabean dan Desa Bandasari.

Tabel 3. data penduduk daerah tercakup, tahun 2018

DESA	Jiwa
Karanganyar	4.151
Bandasari	4.750
Kademangaran	6.121
Pengabean	6.067

B. Profil Program Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*

Program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* adalah program yang materi utamanya berisi kajian dari kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* dengan menyertakan sumber rujukan lainnya sebagai penunjang jika diperlukan dalam penyampaian materi. Ustaz Junaidi Abdillah adalah pengisi materi atau narasumber pada program ini, sudah ahli dalam bidang ini karena program ini berisi kajian kitab sehingga diperlukan kemampuan untuk dapat membaca tulisan arab gundul. Adapun biodata narasumber dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* yang peneliti dapatkan yaitu sebagai berikut :

Nama : Ustaz Junaidi Abdillah

Jabatan saat ini : anggota Dewan Penyiaran Komunitas

Program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* disiarkan dua kali dalam seminggu yaitu setiap Selasa pukul 16.00 – 17.30 WIB dan Sabtu pukul 05.30 – 07.00 WIB. Dimana jadwal pada hari Selasa, program ini disiarkan secara *on air* dari kajian langsung yang diadakan di stasiun radio saat itu. Sedangkan pada jadwal hari Sabtu, program ini disiarkan dari rekaman kajian yang sudah pernah . Dalam program ini ada beberapa hal yang dibahas sesuai isi pada kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Kitab karya Imam al-'Allamah Ibnu Qayyim al-Jauziyyah ini membahas seputar akhlak, tarbiyah, dan penyucian jiwa. Dalam kitab tersebut, disampaikan berbagai permasalahan terkait ketiga konsep tersebut secara mendalam dan terperinci sehingga pembahasan berlanjut setiap pekannya.

Beberapa permasalahan yang dibahas mungkin termasuk hal-hal yang bersifat halus dan tersirat, serta hal-hal yang tampak dan tersurat dalam ilmu. Dalam paparan yang panjang dan terperinci, kitab ini mungkin menyajikan

penjelasan, pemikiran, dan nasehat mengenai berbagai masalah yang relevan dengan akhlak, tarbiyah, dan penyucian jiwa. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hakikat ilmu dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari

Sejak awal mula program ini disiarkan, program acara kajian juga dihadiri langsung oleh mad'u di studio radio. Selain itu siaran radio terhubung juga dengan ARTVISI (Asosiasi Radio dan Televisi Islam Indonesia) dan pada saat pemateri sedang menyampaikan materi biasanya pihak radio merekam dalam bentuk audio video yang mana setelah itu video akan diunggah ke media Youtube. Program kajian kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* yang disampaikan narasumber / pemateri sumbernya langsung dari kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* ini artinya pemateri sudah tidak diragukan lagi keahliannya karena untuk membaca apalagi memahami isi kitab diperlukan pengetahuan dan kemampuan yang mumpuni dalam bidang ini. Kaitannya dengan hal itu pemateri dalam menyampaikan materi selalu membuat kesimpulan diakhir materi supaya isi pesan lebih mudah dipahami dan diingat. Pembahasan materi dijelaskan secara detail sesuai sumbernya oleh karena itu apabila satu pembahasan belum selesai maka akan dilanjutkan pada pekan berikutnya. (Wahyudin, 16 Mei 2023).

C. Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal Dalam Program Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*

Radio Shahabat Muslim dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* telah menjalankan beberapa strategi komunikasi dakwah melalui siaran di radio, yaitu sebagai berikut :

1. Da'i dalam Komunikasi Dakwah

Komunikator dalam komunikasi dakwah biasa disebut dengan dai. Peran komunikator dalam strategi komunikasi dakwah juga tidak kalah pentingnya dalam keberhasilannya. Dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* Ustaz Junaidi Abdillah merupakan narasumber atau sebagai seorang komunikator. Sebagai komunikator, Ustaz Junaidi Abdillah sudah menguasai kitab-kitab yang menjadi acuan berdakwah

dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. "Ustaz Junaidi Abdullah pernah menempuh pendidikan di Mekah.." (Wahyudi, 16 Mei 2023)

2. Mad'u dalam Komunikasi Dakwah

Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Dalam bahasa komunikasi dakwah, "mad'u" bisa disebut dengan komunikator, penerima pesan, khalayak, audience, receiver. (Ilaihi, 2010: 87). Dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* mad'u yang dituju adalah secara khusus untuk anggota komunitas radio Shahabat Muslim karena radio ini merupakan radio komunitas dan secara umum untuk seluruh masyarakat yang beragama Islam karena radio ini adalah radio dakwah Islam.

Mengingat radio Shahabat Muslim adalah radio komunitas dengan daya pancar 16,99 dBW yang mana siaran radio hanya dapat menjangkau radius 2,5 KM dari stasiun pemancar maka mad'u radio Shahabat Muslim adalah warga sekitar stasiun radio yaitu warga desa Kademangan dan sekitarnya. Namun dengan terhubungnya radio Shahabat Muslim dengan ARTVISI (Asosiasi Radio dan Televisi Islam Indonesia) maka siaran radio dapat dinikmati secara *streaming* maka mad'u tidak terbatas baik itu di desa Kademangan dan sekitarnya maupun pendengar yang ada di luar wilayah cakupan radio. (Wahyudin, 16 Mei 2023)

3. Pesan Dakwah dalam Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah terdiri atas isi pesan, akan tetapi lambang yang digunakan bisa bermacam-macam. Sementara itu, lambang yang biasa digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa, gambar, visual, dan sebagainya. Lambang yang banyak digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. (Ilaihi, 2010: 98). Dalam penyampaian pesannya, Ustaz

Junaedi sebagai da'i / komunikator menyampaikan dengan multi bahasa yaitu bahasa Indonesia dengan campuran bahasa ngapak yang khas kota Tegal.

Menyusun pesan yang bermanfaat dan penting bagi mad'u tak kalah penting dalam memengaruhi pendengar dan membangkitkan perhatian mereka. Dalam konteks radio Shahabat Muslim yang memiliki tujuan untuk mensyiarkan Islam, pesan-pesan yang disampaikan harus mencerminkan nilai-nilai Islam yang berkualitas dan mendapatkan feedback yang baik dari pendengar karena kualitas materi yang disampaikan.

4. Materi/Isi Pesan Dakwah

Materi dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari prinsip Al-Qur'an dan hadist, yang disampaikan da'i kepada mad'u sebagai salah satu pedoman hidup yang harus ditaati dan dipatuhi umat manusia dalam menuju keselamatan hidup di dunia dan akhirat. (Muhaemin, 1994: 435).

Isi pesan dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* yaitu membahas seputar penyakit hati dan obat yang mujarab berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah. Sumber pesan atau isi materi program ini berasal dari kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Kitab ini membahas beberapa hal antara lain : penyakit hati, tarbiyah, doa, maupun takdir, Seputar maksiat, syirik, dosa besar (kezhalian, pembunuhan, dan zina), liwath dan menyetubuhi binatang, dan masalah lainnya. (Ustaz Junaidi Abdullah, 16 Mei 2023).

5. Media Dakwah dalam Komunikasi Dakwah

Aktivitas dakwah Islam saat ini tidak hanya dilakukan di mimbar saja seperti ceramah di masjid dan tempat-tempat pengajian, namun sudah merambah ke alternatif lain dengan memanfaatkan sarana teknologi komunikasi yang semakin canggih.

Beberapa pertimbangan penting dalam menggabungkan media komunikasi modern: menyesuaikan dengan perkembangan daya pikir manusia, pemilihan media yang sesuai, memahami kelemahan masing-masing medium, konsistensi pesan, evaluasi dan adaptasi. Dalam

menggabungkan media komunikasi modern, penting untuk menjaga kesesuaian dengan nilai-nilai Islam dan tetap berfokus pada tujuan dakwah. Dengan pemilihan media yang tepat, penggabungan media yang efektif, dan evaluasi yang terus menerus, kita dapat meningkatkan efektivitas dakwah dan memengaruhi sasaran komunikasi dengan lebih baik.

Radio Shahabat Muslim memanfaatkan media radio sebagai sarana dakwahnya yaitu melalui siaran-siaran radio yang mengandung materi atau pengetahuan seputar Islam. Dalam beberapa programnya, radio Shahabat Muslim menghubungkan siaran radio ke media lainnya seperti *live facebook* dan *streaming ARTVISI* (Asosiasi Radio dan Televisi Islam Indonesia).

“Radio Shahabat Muslim merupakan radio yang diprakarsai oleh sebuah komunitas, yang mana komunitas kami terhubung ke grup *whatsapp* dan anggotanya tidak hanya dari Tegal saja namun berasal dari berbagai daerah di Indonesia maka saat akan diadakan program kajian, kami selaku admin akan menginformasikan kepada anggota sehingga anggota dapat mengikuti kajian atau menikmati siaran melalui *streaming* yang dapat diakses melalui live.artvisi.or.id/mobile/radio/radioshahabatmuslim. Selain itu untuk warga sekitar, kebanyakan mereka sudah mengetahui adanya jadwal kajian di studio sehingga bagi yang berkesempatan akan datang untuk mengikuti kajian”. (Wahyudin, 16 Mei 2023).

“Pendengar radio Shahabat Muslim khususnya pada program acara kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* terbilang cukup banyak, hal ini bisa dilihat dari antusias audiens yang hadir di dalam studio. Selain itu, audiens / pendengar juga antusias dalam memberikan *feedback* seperti bertanya kepada narasumber mengenai materi yang kurang dipahami dan mengusulkan tema materi kajian untuk dibahas selanjutnya”. (Ustaz Junaidi Abdillah, 16 Mei 2023).

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa program Kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut

dibuktikan dengan adanya masyarakat / pendengar yang rutin memberikan donasi untuk keperluan operasional radio Shahabat Muslim serta antusias datang ke studio untuk mengikuti kajian. Selain menjadi narasumber / pemateri dalam program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* di radio Shahabat Muslim, selesai kajian di studio biasanya Ustaz Junaidi Abdillah menjadi Imam untuk sholat Isya pada salah satu mushola di dekat studio dan selesai sholat mengisi tausiyah di mushola tersebut sehingga masyarakat pun mengenal sosok Ustaz Junaidi Abdillah secara langsung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah radio Shahabat Muslim 107,7 FM dalam program acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Seperti media radio lainnya, radio Shahabat Muslim 107,7 FM pun memiliki suatu strategi komunikasi dakwah agar dakwahnya dapat berjalan sesuai dengan rencana dan dapat diterima dengan baik oleh pendengarnya. Strategi yang dilakukan yaitu berupa : 1) Memilih narasumber atau pemateri yang ahli dalam bidangnya. 2) Memberikan materi yang bermanfaat dengan berlandaskan Al-qur'an dan hadits sesuai ajaran Nabi Muhammad SAW. 3) Apabila narasumber pada program acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* sedang berhalangan hadir maka radio Shahabat Muslim akan tetap memberikan dan memenuhi kebutuhan pendengar dengan cara menyiarkan kembali rekaman dari kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* yang sudah pernah dilaksanakan. 4) Radio Shahabat Muslim memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu dengan konvergensi media, menggunakan media sosial *Facebook Fanspage* sebagai sarana promosi dan siaran langsung kajian, media sosial *Instagram* dan *Website* sebagai sarana pengenalan profil radio Shahabat Muslim, lalu media sosial *Whatsapp* digunakan untuk terhubung atau komunikasi dengan pendengar yang ingin menyampaikan atensi dan untuk penyebaran informasi kepada pendengar, dan media *Youtube* untuk menyiarkan ulang siaran dalam bentuk video, serta radio Shahabat Muslim juga tergabung dalam platform radio *streaming* ARTVISI. 5) Menyelenggarakan kajian secara *off air* sekaligus *on air* sehingga memungkinkan pendengar punya pilihan untuk hadir ke studio atau mendengarkan melalui media radio.

BAB IV
ANALISIS TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH RADIO
SHAHABAT MUSLIM 107.7 FM TEGAL DALAM PROGRAM ACARA
KAJIAN *AD-DAA'U WAD DAWAA'*

Dakwah dalam era modernisasi dapat memanfaatkan berbagai media dan teknologi yang ada untuk mencapai khalayak yang lebih luas. Salah satu media yang efektif dalam melakukan dakwah adalah radio. Dalam prakteknya, dakwah melalui media radio dapat melibatkan tidak hanya para da'i atau muballigh/muballighah, tetapi juga umat Islam secara umum. Siapa pun dapat berkontribusi dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media radio, baik sebagai narasumber, pembawa acara, atau pendukung dalam produksi konten dakwah.

Keputusan pendiri radio Shahabat Muslim untuk menggunakan radio sebagai sarana berdakwah memiliki alasan yang kuat. Radio merupakan media yang dapat menjangkau audiens secara luas dan efektif, terutama karena kemampuannya untuk menyebarluaskan pesan kepada pendengar di berbagai lokasi dan dalam berbagai latar belakang sosial. Dengan menggunakan radio, Shahabat Muslim dapat mencapai masyarakat yang lebih banyak dan lebih luas daripada metode berdakwah yang terbatas pada lokasi atau kelompok tertentu. Hal ini memungkinkan pesan-pesan dakwah Al-Qur'an dan Sunnah untuk sampai kepada umat Islam di berbagai wilayah, bahkan di tempat yang sulit dijangkau.

Tujuan Shahabat Muslim untuk mengajak umat Islam kepada Al-Qur'an dan Sunnah melalui radio adalah sangat mulia. Melalui program-program yang disiarkan, mereka dapat memberikan pemahaman, nasihat, dan bimbingan berdasarkan ajaran-ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dengan demikian, radio Shahabat Muslim dapat berkontribusi dalam memberikan pengetahuan, inspirasi, dan dorongan spiritual kepada pendengar mereka.

Dalam menjalankan dakwah melalui radio, penting bagi Shahabat Muslim untuk memastikan bahwa konten yang disiarkan sesuai dengan nilai-nilai Islam yang benar dan dapat memberikan manfaat bagi pendengar. Hal ini termasuk pemilihan topik yang relevan, penyampaian yang jelas dan tepat, serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengar. Dengan menggunakan

medium radio sebagai sarana berdakwah, Shahabat Muslim memiliki potensi yang besar untuk mencapai target audiens mereka dan menyebarkan pesan-pesan kebaikan yang dapat membantu umat Islam dalam meningkatkan pemahaman agama dan spiritualitas mereka.

Program acara “kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* “ pada Radio Shahabat Muslim di Tegal memilih narasumber atau pengisi materi yang mumpuni dalam bidangnya. Selain itu isi kajian yang sangat bermanfaat dan syarat pengetahuan Islam terutama tentang penyakit hati dan obatnya membuat acara ini selalu dinantikan. Hal ini dapat dilihat secara langsung bahwa mad’u yang datang selalu memenuhi ruang studio Radio Shahabat Muslim saat program acara berlangsung. Dapat dilihat juga dari jumlah penonton video saat kajian yang diunggah ke akun youtube milik radio Shahabat Muslim.

Dalam konteks menyusun strategi komunikasi dakwah ada empat faktor yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Analisis Da’i dalam Komunikasi Dakwah

Hal utama dan pertama yang harus ada dalam komunikasi yaitu komunikator. Dalam komunikasi dakwah erat kaitannya dengan penyampai pesan atau dalam hal ini da’i sebagai narasumber / pengisi materi. Saat menyampaikan pesan melalui media radio, sangat penting untuk memastikan pesan tersebut bersifat umum, informatif, dan dapat dipahami oleh semua pendengar. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman atau kebingungan di kalangan pendengar. Untuk memastikan keberhasilan dalam menyampaikan pesan yang efektif, diperlukan seorang da’i yang memiliki kredibilitas dan kompetensi yang tinggi. Berikut adalah beberapa alasan mengapa hal tersebut penting:

- 1) Kredibilitas: Seorang da’i yang memiliki kredibilitas tinggi telah memperoleh pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat karena pengetahuan, integritas, dan kejujuran mereka. Hal ini membantu dalam membangun hubungan yang kuat antara da’i dan pendengar, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan dipercaya. (Ilaihi, 2010: 83)
- 2) Kompetensi: Da’i yang kompeten memiliki pengetahuan yang luas dan pemahaman yang mendalam tentang isu-isu yang akan mereka sampaikan.

Mereka mampu menyusun pesan dengan baik, menggunakan bahasa yang jelas dan dapat dipahami oleh pendengar. Kemampuan mereka dalam mengkomunikasikan pesan dengan efektif akan membantu menghindari kesalahpahaman atau kebingungan di kalangan pendengar. (Ilaihi, 2010: 84)

- 3) Pemahaman tentang Audiens: Seorang da'i yang kompeten juga harus memiliki pemahaman yang baik tentang audiens mereka. Mereka perlu memahami karakteristik dan kebutuhan pendengar untuk menyesuaikan pesan yang disampaikan agar sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi. Dengan memahami audiens mereka, da'i dapat menghindari penggunaan bahasa teknis atau istilah yang sulit dipahami oleh pendengar umum. (Ilaihi, 2010: 86)
- 4) Etika Komunikasi: Seorang da'i yang kompeten juga harus memiliki pemahaman tentang etika komunikasi yang baik. Mereka harus menjaga sikap yang santun, menghormati pendapat orang lain, dan menghindari menyampaikan pesan yang kontroversial atau merugikan pihak lain. Etika komunikasi yang baik akan membantu membangun hubungan yang positif antara da'i dan pendengar, serta menjaga integritas dan reputasi mereka. (Ilaihi, 2010: 77)

Dengan memiliki da'i yang memiliki kredibilitas dan kompetensi, pesan yang disampaikan melalui media radio dapat menjadi lebih efektif, mudah dipahami, dan menghindari kesalahpahaman di kalangan pendengar. Hal ini akan membantu menciptakan komunikasi yang jelas, informatif, dan bermanfaat bagi khalayak pendengar.

Program acara Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'* dibawakan oleh narasumber bernama Ustaz Junaidi Abdillah. Narasumber tersebut pernah menempuh pendidikan di Mekah. Narasumber merupakan Ustaz yang sudah paham dan khatam dengan kitab yang menjadi panduan dalam melakukan siaran program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* di radio Shahabat Muslim. Artinya pengisi materi dalam program ini sudah memenuhi kualifikasi. Selain itu narasumber juga menjadi Imam pada salah satu mushola di dekat studio dan selesai sholat mengisi tausiyah di mushola tersebut sehingga masyarakat pun mengenal sosok Ustaz Junaidi Abdillah secara langsung.

Sebagai narasumber, Ustaz Junaidi Abdillah berdakwah dengan cara menyampaikan materi secara rinci sesuai isi kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* kemudian Ustaz menyimpulkan isi materi supaya materi lebih mudah dipahami dan diingat oleh mad'u. Serta memberi kesempatan pada mad'u untuk menentukan / meminta (*request*) materi yang diinginkan mad'u.

2. Analisis Mad'u dalam Komunikasi Dakwah

Upaya menciptakan komunikasi yang efektif adalah dengan mengenal khalayak / mad'u. Dai harus benar-benar mengetahui heterogenitas manusia penerima dakwah dalam segi latar belakang ekonominya, budaya, tingkat pengetahuan kualitas keagamaannya, serta heterogen dalam bentuk komunikasi kelompoknya. Kesemuanya tersebut, harus dicermati oleh komunikator dakwah agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih pendekatan, metode, teknik serta media dakwah yang akan digunakan. Dalam hal ini, jika dilihat secara sosiologis kelompok mad'u itu terpancar atau terkumpul pada bentuk-bentuk kelompok manusia yang disebut: (Ilaihi, 2010: 87)

- 1) Crowd: Kelompok orang yang berkumpul pada suatu tempat atau ruangan tertentu yang terlibat dalam suatu persoalan atau kepentingan bersama secara tatap muka (*direct communication*). Dalam hal ini, keanggotaannya biasanya bersifat permanen atau temporal. Mad'u dalam suatu pengajian dapat dikatakan sebagai crowd. (Ilaihi, 2010: 87)
- 2) Publik: Kelompok yang abstrak dari orang-orang yang menaruh perhatian pada suatu persoalan atau kepentingan yang sama karena mereka terlibat dalam suatu pertukaran pemikiran melalui komunikasi tidak langsung untuk mencari penyelesaian atau kepuasan atas persoalan atau kepentingan mereka. Untuk itu, publik bukanlah kelompok yang nyata dan tetap, tetapi bersifat elementer dan tidak memiliki tradisi, disiplin, dan peraturan tertentu yang mengikat. (Ilaihi, 2010: 88)
- 3) Massa: Orang banyak yang sangat heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang, demikian masalah yang mereka hadapi masing-masing masih terpecah-pecah. Untuk itu, cakupan massa lebih luas daripada publik, audience ataupun crowd. Hubungan ikatannya lebih longgar, belum ada kesatuan persoalan atau stimulus yang nyata dan sama.

Ada perhatian, tetapi masih samar-samar dan individual sebab belum terjadi komunikasi. (Ilaihi, 2010: 88)

Dalam strategi komunikasi dakwah, da'i / khalayak atau komunikan memang merupakan komponen yang sangat penting dan harus diperhatikan dengan baik oleh komunikator. Mengetahui siapa saja yang akan menjadi sasaran atau target komunikasi merupakan langkah awal yang penting sebelum melakukan komunikasi. Dalam hal ini mad'u dapat dikategorikan berdasarkan macam-macam segmentasi pendengar.

Khalayak pendengar radio Shahabat Muslim khususnya pada program acara kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa'* jika dilihat dari segi geografis maka segmentasi pendengar secara khusus berada di wilayah Desa Kademangaran dan sekitarnya, dan secara umum pendengar di seluruh wilayah karena pendengar dapat mengakses siaran melalui media *streaming* artinya wilayah cakupannya lebih luas dan tidak terbatas. Sedangkan dari segi demografis / sosiografis, segmentasi pendengar terdiri dari pendengar berjenis kelamin laki-laki 55% dan untuk jenis kelamin perempuan 45% usia 20 tahun sampai 55 tahun dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan dari semua kalangan.

Sasaran mad'u pada radio Shahabat Muslim secara umum ditujukan kepada masyarakat pemeluk agama Islam karena tujuan utama siarannya yaitu untuk berdakwah, itu artinya siaran radio Shahabat Muslim ditujukan untuk semua masyarakat / umat muslim. Selain itu dalam mengenali mad'u, radio Shahabat Muslim pernah melakukan survei terhadap masyarakat sekitar. Dengan begitu artinya radio Shahabat Muslim tetap memperhatikan mad'u dari masyarakat sekitar yang sifatnya heterogen, dimana masyarakat mempunyai situasi dan kondisi yang berbeda satu sama lain. Dengan adanya survei pendengar, hal ini dapat membantu radio dalam membuat perencanaan suatu program dari apa yang menjadi minat serta kebutuhan pendengar.

3. Analisis Pesan Dakwah dalam Komunikasi Dakwah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Dan pesan di sini merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Komunikasi dakwah terdiri atas isi pesan, akan tetapi lambang yang digunakan bisa

bermacam-macam. Lambang yang banyak digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. (Ilaihi, 2010: 98)

Dalam penyampaian pesannya, Ustaz Junaedi sebagai da'i / komunikator menyampaikan dengan multi bahasa yaitu bahasa Indonesia dengan campuran bahasa ngapak yang khas kota Tegal. Pesan komunikasi dakwah memiliki tujuan tertentu. Hal ini akan menentukan teknik yang akan diambil, apakah itu teknik informasi teknik persuasi, atau teknik instruksi. (Ilaihi, 2010: 98). Menurut bentuk tekniknya Radio Shahabat Muslim FM menggunakan beberapa teknik komunikasi dakwah yang digunakan dalam program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'*:

- 1) Teknik Informatif: Teknik ini digunakan untuk memberikan informasi terkait dengan materi atau pesan Islami kepada pendengar. Tujuannya adalah menyampaikan pengetahuan dan pemahaman yang benar mengenai agama Islam. Dalam konteks program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'*, metode ini digunakan untuk menyampaikan materi-materi kajian dan mengedukasi pendengar tentang ajaran Islam yang terkandung dalam kitab *Ad-daa'u wad dawaa'*.
- 2) Teknik Persuasif: Teknik ini bertujuan untuk mempengaruhi pendengar agar mengadopsi sikap atau pandangan tertentu yang diinginkan oleh komunikator. Dalam program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'*, Teknik ini digunakan untuk mengajak pendengar untuk mendekatkan diri kepada Tuhan dan menghindari perilaku yang buruk atau sifat-sifat tercela yang dapat merusak hati.
- 3) Teknik Instruksi: Dalam program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'* mad'u dipersilakan untuk hadir ke studio radio secara langsung karena program ini dibuka juga untuk umum, dengan begitu maka teknik ini digunakan untuk menyuruh mad'u mengikuti kajian di studio radio.

Dengan menggunakan beberapa teknik tersebut, program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'* di Radio Shahabat Muslim FM berusaha menyampaikan pesan-pesan Islami secara informatif, persuasif, dan instruktif untuk

mengarahkan pendengar ke arah yang lebih baik dalam agama dan kehidupan mereka.

4. Analisis Materi/Isi Pesan Dakwah

Penyusunan pesan yang tepat dan relevan terhadap mad'u merupakan langkah penting dalam mencapai komunikasi yang efektif. Dalam menyusun pesan komunikasi dakwah, syarat utama adalah pesan harus bersumber dari al Qur'an dan Sunnah. Penyusunan pesan komunikasi dakwah pada program acara Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'* bersumber dari kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Kitab ini merupakan karya Imam al-'Allamah Ibnu Qayyim al-Jauziyyah yang membahas seputar akhlak, tarbiyah, dan penyucian jiwa. Selain materi berasal dari kitab *Ad-daa'u wad dawaa'* sebagai sumber utama, pesan dalam program ini juga tetap merujuk pada kitab lainnya maupun al Qur'an dan hadits sebagai penunjang dalam penyampaian pesan.

Dari segi sumber pesan, program acara Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'* sudah memenuhi syarat normatif dalam komunikasi dakwah. Namun dalam penyusunan pesan erat kaitannya dengan penyampaian pesan. Dalam penyampaian pesan, sangat diperlukannya sebuah strategi supaya dapat menarik minat dan perhatian mad'u. Pesan yang disampaikan secara normatif, cenderung menimbulkan kebosanan pada pendengar. Oleh karena itu, da'i dalam program acara ini mengemas dengan caranya sendiri yaitu menyampaikan pesan dengan bahasa yang mudah dipahami dengan perpaduan bahasa lokal dan bahasa Indonesia serta memberikan contoh / gambaran dari materi yang relevan dengan masyarakat.

5. Analisis Media Dakwah dalam Komunikasi Dakwah

Dalam era yang serba digital ini, penggunaan media komunikasi modern sangat penting dalam dakwah dan komunikasi efektif dengan khalayak. Media tradisional seperti radio tetap relevan, tetapi perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan preferensi audiens. Dalam melancarkan komunikasi yang bermedia, komunikator harus lebih matang dalam merencanakan dan dalam persiapan sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya tersebut akan berhasil. Untuk itu, ia harus memperhatikan beberapa faktor. Komunikator

harus mengetahui sifat-sifat komunikasi yang akan dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan. (Ilaihi, 2010: 104)

Untuk mendapatkan sasaran dalam komunikasi dakwah, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada yang akan disampaikan serta tujuan yang akan dicapai, pesan dakwah, teknik dakwah yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian media komunikasi dakwah itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. (Ilaihi, 2010: 105) Penggunaan media komunikasi modern dalam dakwah dapat melibatkan beberapa strategi, seperti: (Ilaihi, 2010: 109-112)

- 1) Radio frekuensi: Radio tradisional masih menjadi media yang efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas. Penggunaan siaran radio tradisional untuk menyampaikan pesan dakwah kepada pendengar di wilayah tertentu. Pemilihan waktu siaran yang tepat dan program-program yang menarik perhatian akan membantu mencapai audiens yang lebih luas.
- 2) Radio internet: Dalam era digital, radio internet juga menjadi media yang populer. Dapat memanfaatkan stasiun radio internet atau podcast untuk menyiarkan program dakwah. Keuntungan dari radio internet adalah fleksibilitas dalam akses dan dapat menjangkau audiens di seluruh dunia. Dapat membuat konten audio yang relevan dan berkualitas untuk menarik minat pendengar.
- 3) Media sosial: Platform media sosial seperti Facebook` dan YouTube dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah. Radio dapat membuat konten menarik seperti video ceramah, klip audio, atau kutipan inspiratif dan membagikannya melalui platform ini. Interaksi dengan audiens melalui komentar dan pesan pribadi juga dapat meningkatkan keterlibatan dan dampak pesan dakwah.
- 4) Aplikasi seluler: Mengembangkan aplikasi seluler khusus untuk dakwah dapat menjadi cara yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih terarah. Aplikasi tersebut dapat menyediakan konten dakwah yang bervariasi, termasuk rekaman ceramah, artikel, atau panduan ibadah.

Penggunaan notifikasi atau pemberitahuan push dalam aplikasi juga dapat membantu mengingatkan audiens tentang konten baru atau acara khusus.

- 5) Media visual: Selain media audio, memanfaatkan media visual seperti video atau animasi dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman pesan dakwah. Radio dapat membuat konten visual yang menarik dan informatif untuk dibagikan melalui platform media sosial atau kanal YouTube.

Dalam pemilihan media komunikasi, penting untuk memahami audiens target dan memilih media yang paling relevan dan efektif untuk mencapai mereka. Kombinasi berbagai media juga dapat memberikan dampak yang lebih luas dan menyeluruh. Dalam pemilihan media komunikasi masyarakat Indonesia sangat bervariasi, hal itu tentunya dilatar belakangi oleh berbagai faktor salah satunya karena faktor usia. Untuk itu dalam menyiarkan program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'*, radio Shahabat Muslim menggunakan konvergensi media atau menggabungkan media. Secara konvensional, radio Shahabat Muslim FM hanya memiliki jangkauan 2,5 km hal ini tentunya terbatas untuk menjangkau pendengar dan mengenalkan lebih dekat mengenai program Kajian *Ad-daa'u wad dawaa'*.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi seperti radio streaming dan media sosial merupakan langkah yang sangat positif dalam memperluas jangkauan siaran Radio Shahabat Muslim FM. Beberapa media yang digunakan Radio Shahabat Muslim FM yaitu Radio Streaming: Dengan menyediakan layanan radio streaming melalui aplikasi ARTVISI, Media Sosial: Penggunaan media sosial seperti Facebook, YouTube, email, dan web resmi. Dengan berada di platform yang populer dan diakses oleh banyak orang, pesan-pesan dakwah dapat mencapai audiens yang lebih diversifikasi dan terkoneksi dengan tren komunikasi saat ini.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, Radio Shahabat Muslim FM dapat melampaui batasan jangkauan siaran konvensional dan mencapai pendengar yang lebih luas, termasuk mereka yang berada di luar wilayah pemancar radio. Penggunaan media sosial juga memungkinkan interaksi yang lebih aktif dengan pendengar dan memperkuat kehadiran lembaga radio dalam era digital ini.

Jika melihat dari segmentasi pendengar program ini yang mana usianya 20-55 tahun maka adanya konvergensi media yang digunakan oleh radio Shahabat Muslim adalah cara yang bagus karena masing-masing generasi punya kecenderungan yang berbeda dalam menggunakan jenis media komunikasi. Pemanfaatan media sosial dan penggunaan radio *streaming* mungkin akan punya kecenderungan diakses / digunakan oleh pendengar usia 20 tahun sampai 29 tahun atau generasi milenial. Kemudian untuk pendengar dengan usia di atas itu kemungkinan akan memilih media radio secara konvensional atau hadir langsung ke studio untuk mengikuti kajian.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis pada penelitian yang telah dilakukan, maka skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Radio Komunitas (Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal Dalam Program Acara Kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’*)” dapat disimpulkan bahwa radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal menggunakan strategi komunikasi dakwah pada program acara kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’*. Berdasarkan analisis, strategi komunikasi dakwah yang digunakan yaitu memilih da’i/komunikator yang kompeten dan kredibilitas dalam menyampaikan dakwah, pengenalan mad’u / khalayak dengan memperhatikan situasi dan kondisi masyarakat yang heterogen dengan menggunakan survei, menyampaikan pesan dengan gaya bahasa yang akrab dengan mad’u, penyusunan isi pesan dari sumber yang valid, dan pemilihan media komunikasi dengan menggunakan gabungan media atau konvergensi media untuk menunjang program acara kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* supaya lebih dikenal khalayak pendengar.

B. Saran

Melihat data yang diperoleh dari hasil penelitian tentang “Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal Dalam Program Acara Kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’*” maka peneliti memiliki beberapa saran untuk Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal yang diharapkan dapat menjadikan program acara kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* lebih baik lagi, antara lain :

1. Perlu adanya pengembangan dalam strategi menyampaikan pesan oleh da’i supaya tidak monoton dan lebih menarik untuk didengar.
2. Berkaitan dengan proses evaluasi program, akan lebih baik jika antar tim termasuk narasumber dapat melakukan evaluasi bersama secara rutin untuk meninjau bagaimana jalannya program acara kajian *Ad-Daa’u Wad Dawaa’* sehingga kekurangan pada program dapat teratasi dan menjadi pedoman bagi program acara lainnya pada radio Shahabat Muslim Tegal.

3. Berkaitan dengan pengenalan khalayak, diperlukannya survei rutin kepada pendengar atau khalayak masyarakat supaya pengemasan program di radio Shahabat Muslim dapat mengikuti perkembangan zaman yang ada.
4. Dari segi sumber daya manusia (SDM) perlunya menggandeng generasi yang lebih muda sebagai penerus dan daya tarik bagi generasi muda lainnya untuk berkontribusi.

C. Penutup

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Penelitian skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim 107.7 FM Tegal dalam Program Acara Kajian *Ad-Daa'u Wad Dawaa*" dapat diselesaikan dengan baik dan lancar tanpa kendala. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, namun peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti di masa depan. Peneliti dengan tulus menerima kritik dan saran dari siapa pun yang dapat membangun semangat peneliti untuk pengembangan yang lebih baik di masa mendatang.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita semua. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Dari Buku :

- Amin, Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Arifin, M. (2003). *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bachtiar, Wardi. (1997). *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos.
- Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Danim, Sudarwan. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Effendi, O.U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Huberman, A. Michael. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kania, I. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: UMMIPress.
- Maarif, Bambang S. (2010). *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Pirol, Abdul. (2017). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Sleman: Deepublish.
- Radio Shahabat Muslim FM. (2023). *Dokumentasi dan Arsip Profil Radio Shahabat Muslim*. Tegal: Studio Shahabat Muslim FM.
- Rachmiate, Atie. (2007). *Radio Komunitas*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, R. (2000). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Salim, S. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Ciptapustaka media.

Slamet Muhaemin, Abda. (1994). *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas.

Soyomukti, N. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Arruz Media.

Tasmara, Toto. (1986). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Widjaja, H.A.W. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sumber Dari Website :

<http://www.asiawaves.net/indonesia/tegal-radio.html>

<http://kpid.jatengprov.go.id/wp-content/uploads/2021/01/Data-Base-LP-2021-web.pdf>

<https://www.republika.co.id/berita/nlcihg/dakwah-melalui-radio-makin-marak>

www.romeltea.com (M. Romli, Asep Syamsul. (2013). E-book Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis) `

Sumber Dari Wawancara :

Wahyudin. *Wawancara Profil Radio Shahabat Muslim Tegal dan Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim Tegal dalam Program Acara Kajian Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Tegal: Studio Shahabat Muslim FM Tegal, tanggal 14 Maret 2021 dan 31 Januari 2022.

Wahyudin dan Junaidi Abdillah. *Wawancara Profil Radio Shahabat Muslim Tegal dan Strategi Komunikasi Dakwah Radio Shahabat Muslim Tegal dalam Program Acara Kajian Ad-Daa'u Wad Dawaa'*. Tegal: Studio Shahabat Muslim FM Tegal, tanggal 16 Mei 2023.

LAMPIRAN



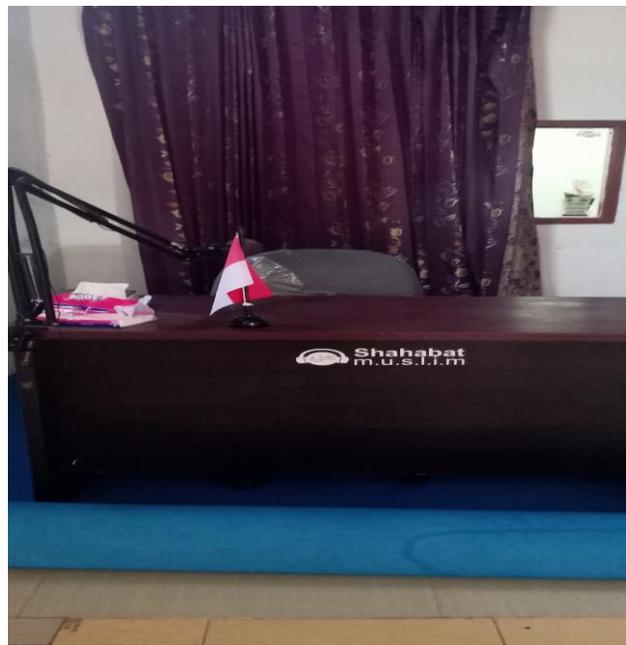
Logo Radio Shahabat Muslim 107.7 Fm Tegal



Wawancara dengan Bapak Wahyudin



Audien (Ikhwan) Kajian Kitab *Ad-Daa'u Wad Dawaa'*



Ruang Kajian Radio Shahabat Muslim Tegal



Ruang Studio Siaran / Operator Radio Shahabat Muslim Tegal



Acara Buka Puasa Bersama Di Studio Radio Shahabat Muslim Tegal

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Susi Novia

TTL : Brebes, 11 November 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Dukuh Sipugur Desa Banjaratma RT 02 RW 10
Kecamatan Bulakamba Kabupaten Brebes Provinsi Jawa
Tengah

Riwayat Pendidikan : 1. TK Pertiwi (2005)
2. SD N Banjaratma 04 (Lulus tahun 2011)
3. SMP N 1 Bulakamba (Lulus tahun 2014)
4. SMK N 1 Brebes (Lulus tahun 2017)

Pengalaman Organisasi : 1. UKMU Racana UIN Walisongo Semarang
2. Organisasi Daerah KPMDB UIN Walisongo Semarang