

**HUBUNGAN ANTARA PROGRAM SIARAN NADA DAN
TAQWA RADIO DAIS 107.9 FM DENGAN KEBUTUHAN
MUSIK RELIGI ISLAM PADA KOMUNITAS MONITOR DAIS
(MODIS)**



SKRIPSI

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

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

Oleh:
Fidaa Mustaghfiroh
1901026112

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN WALISONGO SEMARANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. :-
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 : Fidaa Mustaghfiroh
NIM : 1901026112
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Radio Dakwah
Judul : Hubungan Antara Program Siaran Nada dan Taqwa Radio
Dais 107.9 FM dengan Kebutuhan Musik Religi Islam pada
Komunitas Monitor Dais (MODIS)

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 September 2023

Dosen Pembimbing



Fitri, M.Sos

NIP. 198905072019032021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI


HUBUNGAN ANTARA PROGRAM SIARAN NADA DAN TAQWA RADIO DAIS 107.9 FM DENGAN KEBUTUHAN MUSIK RELIGI ISLAM PADA KOMUNITAS MONITOR DAIS (MODIS)

Disusun Oleh:
Fidaa Mustaghfiroh
1901026112

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 26 September 2023 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji :

Ketua Sidang


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

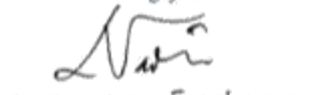
Sekretaris Sidang


Hj. Maya Rini Handayani, M.Kom.
NIP. 19760505201101 2 007

Penguji I


Ibnu Fikri, M.Si, P.h.D.
NIP. 19780621 200801 1 005


Penguji II


Nadiatus Salama, M.Si, P.h.D.
NIP. 19780611 200801 2 016

Mengetahui, Pembimbing


Fitri, M.Sos.
NIP. 19890507 201903 2 021

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 3 Oktober 2023


Prof. Dr. Ilwas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1 003

HALAMAN PERNYATAAN

PERNYATAAN

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

Semarang, 1 September 2023



Fidaa Mustaghfiroh

1901026112

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat serta pertolongan-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajarannya.
3. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Fitri, M.Sos. selaku wali dosen sekaligus dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Siti Sholihati, M.A., selaku dosen penguji I ujian kompre yang dengan pernyataannya dapat menyadarkan kesalahan saat penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Nadiatus Salama, Ph.D., selaku dosen penguji III ujian kompre yang telah memberikan saran pengambilan sampel pada penelitian skripsi ini.
7. Ibu Farida Rachmawati, M.Sos., selaku dosen penguji IV ujian kompre yang memberikan saran untuk penyusunan profil Radio Dais.
8. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terutama dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu dan memberikan ilmunya kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan studi di UIN Walisongo Semarang.
9. Kru Radio Dais yang telah bersedia memberikan penjelasan yang dibutuhkan dalam pengumpulan data pada penyusunan skripsi ini.

10. Anggota komunitas monitor Radio Dais (MODIS) yang telah bersedia membantu pengumpulan data pada penyusunan skripsi ini.
11. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, kasih sayang dan segala yang terbaik untuk penulis, sehingga penulis bisa mendapat gelar sarjana ini.
12. Teman-teman KPIC 2019.

Skripsi ini dibuat dengan usaha dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

Tiada yang dapat penulis berikan selain doa semoga Allah SWT dapat meringankan urusan mereka, mendapat pahala yang berlipat ganda dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengembangan khazanah keilmuan khususnya Dakwah melalui media radio.

Semarang, 1 September 2023

Fidaa Mustaghfiroh

1901026112

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang tiada hentinya memberikan doa serta dukungannya kepada penulis:

1. Ibu dan Bapak yang telah memberikan doa serta dukungan baik moral dan material. Terimakasih telah mengarahkan penulis untuk berkuliah di UIN Walisongo dan selalu mengajarkan makna semangat dalam menjalani kehidupan.
2. Kakak laki-lakiku yang telah mendukung kebutuhan elektronik selama berkuliah.
3. Kakak perempuanku yang telah memberikan nasihat berkuliah di UIN Walisongo.

MOTTO

“No Challenge No Change”

karena

”وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى“

Dan sesungguhnya seorang manusia tidak akan memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. (QS. An-Najm : 39)

ABSTRAK

Fidaa Mustaghfiroh (1901026112), Hubungan Antara Program Siaran Nada dan Taqwa Radio Dais 107.9 FM Dengan Kebutuhan Musik Religi Islam Pada Komunitas Monitor Dais (Modis)

Radio menjadi salah satu cara untuk mendengarkan musik, termasuk juga Radio Dais yang memutar musik religi Islam. Survei yang ditujukan kepada komunitas Monitor Dais (MODIS) menunjukkan perbedaan frekuensi mendengarkan radio. Rata-rata anggota MODIS mendengarkan lebih dari 1 jam, sedangkan siaran musik yaitu Nada dan Taqwa hanya berdurasi 1 jam. Padahal kebutuhan musik tidak termasuk dalam *kebutuhan* utama. Kebutuhan musik tidak harus terpenuhi, namun jika sanggup memenuhinya maka akan muncul kepuasan terhadap media yang dapat memenuhinya, dalam hal ini adalah radio. Kepuasan pendengar atas program siaran radio menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan sebuah radio.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara program musik radio dan kebutuhan musik pendengar. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan komunikasi massa sebagai kajian keilmuan mengenai penggunaan media massa untuk khalayak luas dan difokuskan pada media massa sebagai pemenuhan kebutuhan. Untuk mendapatkan data penelitian dilakukan pada komunitas Monitor Dais (MODIS) yang tergabung dalam grup WhatsApp dengan mengisi kuesioner. Selanjutnya untuk analisis data menggunakan korelasi *product moment*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam pada komunitas Monitor Dais (MODIS). Hubungan ini didasarkan pada hasil nilai signifikansi sebesar 0 yang artinya $< 0,05$. Sedangkan hubungan keduanya bersifat kuat berdasarkan dari hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,654.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat	6
D. Tinjauan Pustaka	6

BAB II : PROGRAM SIARAN DAN KEBUTUHAN MUSIK RELIGI ISLAM

A. Kerangka Teori	11
1. Program Siaran	11
2. Radio Dakwah	13
3. Kebutuhan Musik	18
4. Musik Religi Islam	20
5. Hubungan Program Siaran Radio Dakwah dengan Kebutuhan Musik Religi Islam	23
B. Hipotesis	24

BAB III : METODE PENELITIAN KUANTITATIF

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	25
B. Definisi Konseptual	25
C. Definisi Operasional.....	26
D. Sumber dan Jenis Data	27
E. Populasi dan Sampel	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Validitas dan Reliabilitas Data	30
H. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV : RADIO DAIS 107.9 FM DAN PROGRAM SIARAN NADA TAQWA

A. Profil Radio Dais	35
B. Sejarah berdirinya Radio Dais	36
C. Visi, misi, dan tujuan Radio Dais	37
D. Jadwal program siaran Radio Dais	38
E. Deskripsi program siaran Nada dan Taqwa.....	39
F. Deskripsi komunitas monitor Radio Dais (MODIS).....	40

BAB V : HASIL ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data	41
B. Uji Prasyarat	45
C. Uji Hipotesis.....	47

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	49
B. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	50
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	53
----------------------	-----------

BIODATA	70
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Skor Item Setiap Butir Pernyataan.....	29
Tabel 2 : Kisi-kisi instrumen kuesioner penelitian	29
Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian	31
Tabel 4 : Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan PSPP	32
Tabel 5 : Jadwal program harian Radio Dais	38
Tabel 6 : Jadwal program akhir pekan (hari Minggu) Radio Dais.....	39
Tabel 7 : Hasil uji linearitas	45
Tabel 8 : Hasil uji korelasi product moment variabel X dan Y	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Persentase subjek penelitian pra-riset dalam 1 bulan terakhir yang mendengarkan Radio Dais dan program siaran Nada dan Taqwa	4
Gambar 2 : Persentase frekuensi subjek penelitian pra-riset mendengarkan Radio Dais ...	5
Gambar 3 : Kerangka berfikir	24
Gambar 4 : Diagram batang frekuensi umur.....	41
Gambar 5 : Diagram batang frekuensi jenis kelamin.....	41
Gambar 6 : Diagram batang frekuensi jenis kelamin dan umur.....	42
Gambar 7 : Diagram batang frekuensi jenis kelamin dan mendengar	42
Gambar 8 : Diagram batang frekuensi mendengar Radio Dais.....	43
Gambar 9 : Diagram batang frekuensi mendengar dan umur	43
Gambar 10 : Diagram batang sebaran wilayah pendengar.....	44
Gambar 11 : Diagram scatter plot hubungan variabel X dan Y	46
Gambar 12 : Diagram histogram garis normalitas var X	46
Gambar 13 : Diagram histogram garis normalitas var Y	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil survei 20 anggota untuk uji validitas dan uji reliabilitas.....	53
Lampiran 2 : Uji validitas	54
Lampiran 3 : Uji reliabilitas	61
Lampiran 4 : Hasil survei 50 anggota setelah kuesioner valid dan reliabel	62
Lampiran 5 : Uji linear.....	64
Lampiran 6 : Uji normalitas	65
Lampiran 7 : Uji korelasi	65
Lampiran 8 : Angket	66
Lampiran 9 : Surat ijin penelitian dari MAJT	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Radio adalah salah satu bentuk media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia sebagai sarana hiburan dan memberikan informasi. Ciri khas radio yang dekat dengan pendengar membuat mereka merasa bahwa hiburan dan informasi yang diberikan lebih khusus. Radio memiliki keunggulan pada sisi audio, sehingga pendengar dapat menikmati acara radio hanya dengan menggunakan indera pendengaran. Selain itu, radio dapat didengarkan sembari melakukan aktivitas lainnya.

Pendengar radio dikelompokkan berdasarkan waktu ketika kemungkinan paling banyak seseorang mendengarkan radio. Asumsinya adalah kelompok yang berbeda mendengarkan di waktu yang berbeda di hari yang sama. Acara radio biasanya dibagi menjadi lima segmen yang disebut *dayparts*, yaitu waktu berkendara pagi pukul 06.00-10.00, waktu tengah hari pukul 10.00-15.00, waktu berkendara sore pukul 15.00-17.00, waktu malam pukul 19.00-00.00 (tengah malam), dan waktu larut malam dari tengah malam 00.00-06.00 (Moriarty, Mitchell & Wells, 2015: 314).

Segmen dengan pendengar paling banyak atau disebut juga dengan jam tayang utama radio adalah pada saat waktu berkendara. Pada jam tersebut pendengar biasanya sedang memulai aktifitas dengan menyiapkan sarapan dan berjalan menuju kantor menggunakan mobil, memasak untuk makan malam, bersih-bersih rumah, bersantai setelah jam kerja selesai. Untuk itu, radio menjadi medium terbaik yang bisa menemani aktivitas tanpa harus meluangkan waktu (Aisyah et al., 2021: 96).

Penentuan segmentasi, targeting dan positioning setiap radio mempengaruhi program dan isi konten radio yang akan disiarkan. Sehingga setiap radio memiliki ciri khas yang berbeda-beda dan dapat menarik audien sesuai dengan ketertarikan terhadap sesuatu (Morissan, 2011: 201).

Radio dengan target pendengar umat muslim biasa disebut radio dakwah yang menitik beratkan isi kontennya untuk menyiarkan ajaran Islam. Media radio sangat penting dijadikan media dakwah karena sifatnya yang langsung, tanpa jarak dan hambatan, daya tariknya tinggi, biayanya relatif murah, jangkauan jauh, dan tidak perlu kemampuan baca dan tulis (Silvia, Pewirawati & Simbolon, 2021: 118).

Efektifitas dan efisiensi radio sebagai sarana dakwah dipandang perlu diperhatikan dengan perencanaan program siaran yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Program keislaman di radio dimaksudkan untuk menyiarkan ajaran-ajaran Islam sehingga bisa memenuhi kebutuhan umat muslim. Termasuk juga kebutuhan hiburan umat muslim yang seharusnya bisa terpenuhi melalui radio dakwah.

Radio Dais (Dakwah Islam) menjadi salah satu radio komunitas Kota Semarang yang mengusung tagline “terdepan dalam dakwah dan nada”. Radio ini menyajikan konten interaktif agama sekaligus hiburan bernuansa Islam. Stasiun Radio Dais berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah Kota Semarang dan bisa ditemukan pada gelombang 107.9 MHz.

Stasiun radio di Kota Semarang yang berizin pada tahun 2021 berjumlah 38 dan tiga diantaranya berjenis radio komunitas dengan tujuan dakwah yaitu Radio MBS, Radio Dais, dan Radio Aska. Pada tahun 2019, Radio Dais meraih penghargaan dalam acara Anugerah Penyiaran Jawa Tengah oleh KPID sebagai lembaga penyiaran radio komunitas terbaik. Hal ini menunjukkan bahwa Radio Dais memiliki kelembagaan yang sehat yang berarti infrastruktur, manajemen, program siaran sesuai dengan fungsi media penyiaran. Karena itu, Radio Dais bisa disebut radio komunitas dengan tujuan dakwah terbaik di Kota Semarang.

Radio Dais didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan bagi yang mendengarkannya. Terdapat enam program siaran pada Radio Dais diantaranya Salam Pagi, Makna, Oase, Nada dan Taqwa, Kajian Sore, dan Silaturahmi. Berdasarkan acuan jam tayang utama radio yaitu pada

saat waktu berkendara, maka program Salam Pagi, Makna, Nada dan Taqwa, dan Kajian Sore berada pada jam tayang utama radio.

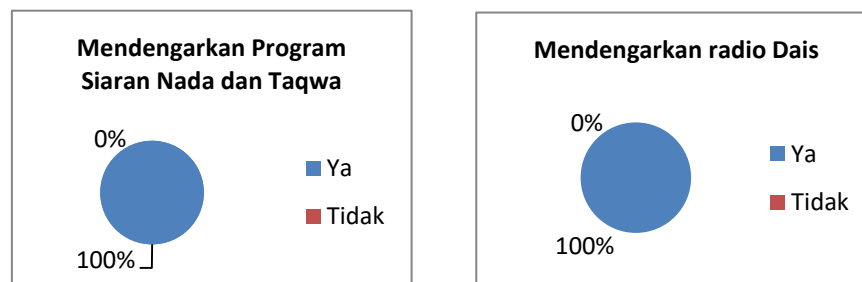
Radio erat kaitannya dengan musik, maka program musik menjadi tulang punggung radio. Mendengarkan radio menjadi alasan utama seseorang sebagai hiburan dengan mendengar musik (Effendy, 2003: 81). Menurut survei yang dilakukan Jakpat (2022: 5) diketahui bahwa mendengarkan musik menjadi urutan kedua kegiatan yang dilakukan disaat waktu senggang. Sementara itu, pada laporan *International Federation of the Phonographic Industry* disingkat IFPI yang berjudul *Engaging With Music 2022* menyebutkan bahwa radio menempati posisi ketiga setelah video streaming dan audio streaming sebagai media yang banyak digunakan untuk mendengarkan musik. Pada laporan IFPI juga menyebutkan bahwa genre musik populer kelima di Indonesia adalah musik Islam (IFPI, 2022: 7).

Musik Islam termasuk dalam musik religi yang bermakna ajaran agama Islam atau bisa disebut musik religi Islam. Genre musik ini memiliki makna pada lirik atau syair yang mendalam. Hal ini menjadikan musik religi memiliki kekuatan magis yang bisa menyejukan hati dan membangkitkan semangat pendengarnya untuk meningkatkan keimanan kepada Tuhan (Dani & Guli, 2010: 14). Termasuk juga dengan musik religi Islam yang menjadi sarana dakwah dalam menyebarkan syariat Islam sekaligus mengajak pendengar untuk mengagungkan Allah Swt.

Kegiatan dakwah melalui musik religi Islam yang dilakukan Radio Dais pada jam tayang utama terdapat pada program siaran Nada dan Taqwa. Program siaran ini memutar lagu kasidah dan rebana. Lagu kasidah dan rebana mirip dengan musik timur tengah yang memiliki lirik bahasa arab. Penikmat kasidah tidak banyak, hanya pada lingkungan pesantren, madrasah dan pengikut Islam tradisional (Zulkarnaen, 2021: 35). Seiring berkembangnya waktu, lagu kasidah dan rebana menyesuaikan budaya lokal dengan memakai lirik berbahasa indonesia atau bahasa daerah sehingga membuat pendengar kasidah semakin luas.

Seseorang yang mendengarkan Radio Dais tentu memiliki tujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya yang selaras dengan apa yang disiarkan. Pendengar setia Radio Dais dikenal sebagai MODIS (Monitor Dais) yang tergabung dalam beberapa grup di media sosial, salah satunya grup WhatsApp MODIS. Grup tersebut dibuat berdasarkan keinginan dari para pendengar untuk bersilaturahmi dan ingin mendapatkan informasi terbaru mengenai Radio Dais. Salah satu anggota dalam grup tersebut, Luthfiatul Azizah menjelaskan bahwa menjadi anggota grup WhatsApp MODIS adalah keinginannya sendiri tanpa ada paksaan. Azizah menjelaskan awalnya dirinya sering berkirim pesan kepada nomor WhatsApp resmi Radio Dais, kemudian dirinya meminta untuk bergabung di grup WhatsApp khusus MODIS agar bisa mendapat informasi lebih tentang Radio Dais (Wawancara dengan Luthfiatul Azizah sebagai anggota grup WhatsApp MODIS pada tanggal 25 Mei 2023).

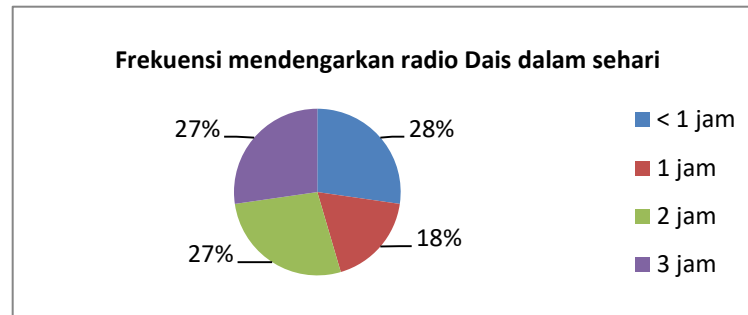
Gambar 1 : Persentase subjek penelitian pra-riset dalam 1 bulan terakhir yang mendengarkan Radio Dais dan program siaran Nada dan Taqwa



(Sumber : Pra-riset diolah peneliti tahun 2023)

Hasil pra-riset yang dilakukan pada hari Kamis tanggal 25 Mei 2023 sebanyak 11 orang atau 10% dari anggota grup WhatsApp MODIS. Hasilnya keseluruhan partisipan dalam satu bulan terakhir mendengarkan Radio Dais dan mendengarkan program siaran Nada dan Taqwa.

Gambar 2 : Persentase frekuensi subjek penelitian pra-riset mendengarkan radio Dais dalam 1 hari



(Sumber : Pra-riset diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 1.2 diatas diketahui bahwa mayoritas dari subjek penelitian pra-riset mendengarkan Radio Dais antara dua sampai tiga jam dalam sehari. Sedangkan untuk yang mendengarkan kurang dari 1 jam lebih banyak dari pada yang mendengarkan dalam waktu 1 jam.

Dari survei pra-riset yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa anggota MODIS dalam grup WhatsApp memiliki frekuensi mendengarkan Radio Dais yang berbeda-beda atau bersifat heterogen. Survei pra-riset menyatakan bahwa semua subjek penelitian pra-riset dalam 1 bulan terakhir mendengarkan Radio Dais dan mendengarkan siaran Nada dan Taqwa, artinya setiap subjek penelitian pra-riset dalam 1 bulan pernah atau sering mendengarkan program siaran Nada dan Taqwa dari awal sampai akhir. Jika program siaran Nada dan Taqwa hanya berdurasi 1 jam, sedangkan frekuensi mendengarkan Radio Dais mayoritas dari subjek penelitian pra-riset lebih dari 1 jam, artinya ada kecenderungan mendengarkan Radio Dais sebelum atau sesudah program siaran Nada dan Taqwa.

Dalam kasus ini, muncul sebuah pertanyaan apakah Radio Dais menjadi cara pendengar setianya untuk memenuhi kebutuhan musik religi Islam ?. Sedangkan kebutuhan musik tidak termasuk dalam kebutuhan utama menurut Maslow (1995). Kebutuhan musik tidak harus terpenuhi, namun jika sanggup memenuhinya maka akan muncul kepuasan terhadap media yang dapat memenuhinya, dalam hal ini adalah radio. Kepuasan pendengar atas program siaran radio menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan sebuah radio. Oleh

sebab itu, peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara radio dan kebutuhan pendengar dengan mengangkat judul skripsi “Hubungan Program Siaran Nada dan Taqwa Radio Dais 107.9 FM dengan Kebutuhan Musik Religi Islam pada Komunitas Monitor Dais (MODIS)”.

B. Rumusan Masalah

Adakah hubungan antara program siaran Nada dan Taqwa di Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam pada komunitas Monitor Dais (MODIS)?

C. Tujuan dan Manfaat

Dengan merujuk pada perumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan program siaran Nada dan Taqwa di Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam pada komunitas Monitor Dais (MODIS).

Dengan tercapainya tujuan penelitian ini, akan memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran hubungan antara program musik di radio dakwah dengan kebutuhan musik religi Islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi Radio Dais mengenai hubungan yang tercipta dengan komunitas pendengarnya untuk selanjutnya dapat memberikan program siaran yang lebih baik dan berdampak positif kepada pendengar.

D. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini diperlukan tinjauan pustaka sebagai telaah kritis atas kajian-kajian sebelumnya yang masih relevan, antara lain sebagai berikut :

Pertama, penelitian Rizki Apriyanto dan Wiki Angga Wiksana (2020) yang berjudul “Hubungan antara Program Acara *Extreme Moshpit* di Oz Radio Bandung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Musik Ekstreme” pada Prosiding Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan media dalam program acara musik di radio dengan kebutuhan kognitif yang mencakup tentang cara memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman musik. Metode yang digunakan pada penelitian Rizki dan Wiki adalah kuantitatif korelasional, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan subjek penelitian didapat melalui teknik *total sampling*.

Hasil penelitian yang dilakukan Rizki dan Wiki adalah ada hubungan yang signifikan dan sangat kuat antara program acara *Extreme Moshpit* di radio Oz Bandung dengan pemenuhan kebutuhan informasi pendengar mengenai musik *extreme*.

Penelitian yang dilakukan Rizki dan Wiki berfokus pada mengukur hubungan kebutuhan musik dengan satu aspek (kognitif), sedangkan pada penelitian ini berfokus pada hubungan kebutuhan musik yang diukur berdasarkan empat aspek (kognitif, afektif, kepentingan sosial, dan pelarian). Sementara itu, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada penelitian media sebagai pemenuhan kebutuhan musik seseorang.

Kedua, penelitian Dias Arliadini dan Nova Yuliati (2022) yang berjudul “Hubungan Kualitas Program Siaran dengan Aspek Kognitif Pendengar Radio” pada Prosiding Bandung Conference Series: Public Relation Universitas Islam Bandung Pada penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kualitas program siaran yang meliputi kesesuaian program, pemeliharaan sumber daya program, dan daya tarik pada program “Geng Sore” dengan aspek kognitif dari pendengar radio MGT 101.1 FM. Metode yang digunakan pada penelitian Dias dan Nova adalah kuantitatif korelasional, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan subjek penelitian didapat melalui teknik *random sampling*, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *rank spearman*.

Hasil penelitian yang dilakukan Dias dan Nova adalah muncul hubungan yang tinggi/kuat antara kualitas program siaran “Geng Sore” dengan aspek kognitif pendengar radio MGT 101.1 FM Bandung, dengan hasil perhitungan korelasi sebesar 0,747.

Penelitian yang dilakukan Dias dan Nova berfokus pada korelasi antara aspek kognitif berupa pengetahuan dan pemahaman pendengar dengan kualitas program radio, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada korelasi antara program radio dengan pemenuhan kebutuhan musik pendengar. Sementara itu, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada penelitian media yang memiliki hubungan untuk mempengaruhi seseorang.

Ketiga, penelitian Ayu Pratiwi dan Hadiyono (2018) yang berjudul “Hubungan Pola Mendengarkan Siaran Konservasi Radio Edelweis Dengan Sikap Khalayak Terhadap Program Adopsi Pohon” pada Jurnal Komunikasi Pembangunan Institut Pertanian Bogor. Pada penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara pola mendengarkan Radio Komunitas Edelweis pada siaran konservasi mengenai adopsi pohon dengan sikap khalayak pendengar terhadap program adopsi pohon di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Metode yang digunakan pada penelitian Ayu dan Hadiyono adalah kuantitatif deskriptif, metode pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *rank spearman*.

Hasil penelitian yang dilakukan Ayu dan Hadiyono adalah tidak ada hubungan antara karakteristik khalayak radio Edelweis dengan pola mendengarkan program radio Edelweis.

Penelitian yang dilakukan Ayu dan Hadiyono berfokus pada mengukur perubahan sikap khalayak dengan pola mendengarkan media berdasarkan karakteristiknya, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada kebutuhan khalayak dengan media. Sementara itu, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas media yang memiliki hubungan untuk mempengaruhi seseorang.

Keempat, penelitian Rizka Indah Fitriana (2022) yang berjudul “Pengaruh Mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat Keagamaan di Radio Dais FM Terhadap Religiusitas Pendengar” pada skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Pada penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh mendengarkan iklan layanan masyarakat pada radio dengan religiusitas pendengar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal asosiatif, pengumpulan data penelitian dengan kuesioner dan subjek penelitian didapat melalui teknik *random sampling*, serta teknik analisis data pada penelitian Rizka menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara mendengarkan Iklan Layanan Masyarakat di Radio Dais FM dengan religiusitas dengan nilai 32,2%.

Penelitian yang dilakukan Rizka berfokus pada pengaruh media yang dapat mengubah sikap seseorang, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada media yang memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan seseorang. Sementara itu, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang hubungan media massa dengan khalayak.

Kelima, penelitian Rino Pratama Putra (2022) yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Siaran Oase di Radio Dais 107.9 FM” pada skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur kepuasan pendengar program siaran musik berdasarkan motif yang diusulkan oleh McQuail yaitu : motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Metode yang digunakan pada penelitian Rino adalah kuantitatif deskriptif, sedangkan pengumpulan data penelitian dengan kuesioner dan subjek penelitian didapat melalui teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji korelasi dengan perhitungan *skoring*, *mean* dan *chi-square*.

Hasil penelitian yang dilakukan Rini adalah nilai chi kuadrat hitung (256,48) > chi kuadrat tabel (7,841) berarti derajat kepuasan dapat diterima

pendengar Radio Dais setelah mendengarkan program musik Oase di Radio Dais 107.9 FM.

Penelitian yang dilakukan Rino berfokus pada kepuasan seseorang setelah mendengarkan program siaran musik yang berarti harapan pendengar sesuai dengan yang didapatkan saat mendengarkan musik melalui radio, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada hubungan program musik di radio dengan kebutuhan musik seseorang. Sementara itu, persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang media dan kebutuhan khalayak.

BAB II

PROGRAM SIARAN DAN KEBUTUHAN MUSIK RELIGI ISLAM

A. Kerangka Teori

Penyusunan kerangka teori pada penelitian ini bertujuan untuk menguatkan variabel-variabel yang akan digunakan. Berdasarkan judul pada penelitian ini, peneliti memilih beberapa teori yang berhubungan dengan studi media dan studi khalayak. Berikut ini teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Program Siaran

Kata program atau *programme* dalam bahasa Inggris memiliki makna rencana atau acara. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak memakai kata program untuk acara melainkan memakai kata siaran yang bermakna pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun pada kenyataannya kata program lebih sering digunakan dibandingkan kata siaran yang mengacu kepada pengertian acara. Program ialah apa saja yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Dengan demikian, program mempunyai makna yang sangat luas (Morissan, 2011: 200).

Sebuah program tidak akan berjalan dengan baik jika manajemen dalam program siaran tidak dipersiapkan dengan matang. Pada dasarnya pihak manajemen media penyiaran bertanggung jawab untuk menyeimbangkan antara pemenuhan perusahaan dan masyarakat sebagai audiensnya. Sehingga pada akhirnya fungsi media penyiaran bisa berjalan sesuai dengan keinginan perusahaan yaitu beriklan, hiburan, informasi dan pelayanan (Morissan, 2011: 126).

Setiap program radio memiliki visi, misi, target pendengar, format siaran, dan gaya siaran, serta bahasa siaran yang berbeda-beda. Program radio menurut Romli (2017: 106) terdiri dari program

pemutaran lagu (music program), program bincang-bincang (talkshow) dan program berita (news program).

Terkait dengan program musik, maka yang menjadi senjata utama siaran radio adalah musik. Program musik biasanya akan pemutaran lagu-lagu pilihan pendengar, *playlist* lagu, info ringan dan tangga lagu (Romli, 2009: 78). Seseorang mendengarkan radio alasan utamanya adalah mendengarkan musik, sebab musik dapat menjadi sarana hiburan (Effendy, 2007:81). Menurut Romli (2017: 39) penggunaan musik memiliki fungsi dalam siaran radio antara lain:

- a) Menambah warna dan memperkuat suasana bagi acara siaran kata (*word programme*).
- b) Menciptakan suasana siaran agar tidak monoton.
- c) Menciptakan situasi senang atau sedih, ketakutan atau kesenangan.
- d) Menciptakan imajinasi tentang suasana tertentu, seperti suasana pagi hari dengan suara kicau burung.
- e) Selingan acara *talk show* atau sajian informasi.
- f) Tanda pengenal suatu acara.
- g) Mempengaruhi secara psikologis.
- h) Membentuk karakter suatu acara.

Format program pada stasiun penyiaran radio dapat diterjemahkan dalam bentuk siaran dengan memenuhi empat hal, yaitu (Dominick dalam Morissan, 2008:221) :

- a) Karakter (*Character*) penyiar dan reporter

Penyiar radio membawakan atau memandu jalannya acara di radio. Penyiar menjadi penghubung radio dalam berkomunikasi atau berhadapan langsung dengan pendengar. Menurut Syamsul Romli, seorang penyiar profesional dituntut untuk kemampuan *announcer's skill, sense of humor*, berwawasan luas, dan lain-lain.

b) Pilihan musik dan lagu

Musik menjadi identitas dari sebuah siaran radio. Seseorang mendengarkan radio untuk mendengarkan musik/lagu.

c) Gaya bertutur (*talk*)

Cara berbicara adalah kekhasan penyiar bagaimana menyampaikan apa dibicarakan sehingga menjadi identitas suatu program radio.

d) Materi

Isi materi dalam program siaran termasuk juga spot, iklan, *jingle*, dan bentuk promosi program radio lainnya. Materi siaran radio menjadi informasi yang akan disampaikan dalam sebuah program radio.

2. Radio Dakwah

Radio menjadi media massa untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Karakteristik radio memiliki kedekatan emosi yang membuat pendengar merasa lebih akrab sehingga informasi dan hiburan yang diterima lebih personal. Radio juga merupakan alat komunikasi massa, berarti gelombang bunyi yang disalurkan terbuka untuk publik dan program-program teratur yang isinya aktual sebagai perwujudan kehidupan masyarakat.

Radio memiliki sifat dan ciri yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio bersifat auditorif yang artinya terbatas pada suara. Alasan tersebut membuat radio tidak mengharuskan khalayak memiliki kemampuan membaca dan melihat, melainkan hanya kemampuan untuk mendengarkan. Keuntungan media radio dari karakteristiknya yaitu murah, waktu transmisi tidak terbatas, terdiri dari suara manusia dan musik, tidak membutuhkan perhatian terfokus, dan sebagai teman setia (Jefkins dalam Dharmayanti, 2019: 85).

Karakteristik media radio adalah auditori dan *sound only*. Radio adalah “suara” yang dapat didengarkan khalayak, dikonsumsi atau dirasakan dengan hati dan panca indra, ini bermakna bahwa apapun

yang disampaikan melalui radio harus berupa suara yang mampu ditangkap oleh indra pendengaran, sehingga pesan dapat tersampaikan kepada khalayak dengan baik (Effendy, 2003: 19).

Pada umumnya orang mendengarkan radio untuk mencari hiburan dengan mendengarkan sebuah lagu atau musik, pendengar biasanya menyukai musik yang beraneka ragam atau musik tertentu sesuai dengan program siaran. Stasiun radio memiliki strategi khusus untuk menyajikan program musik setiap harinya atau musik dan lagu yang akan diputar setiap program acara sesuai dengan identitas radio (Effendy, 2003: 79).

Saat ini jumlah stasiun radio terus berkembang, hal ini menimbulkan persaingan antar stasiun radio untuk merebut pendengar. Oleh karena itu, sebuah stasiun radio dituntut untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang dapat digunakan stasiun radio antara lain dengan menentukan segmentasi, targeting, dan positioning.

Penentuan segmentasi, targeting dan positioning setiap radio mempengaruhi program dan isi konten radio yang akan disiarkan. Sehingga setiap radio memiliki identitas yang berbeda-beda dan dapat menarik audien sesuai dengan ketertarikan terhadap sesuatu (Morissan, 2011: 179).

Untuk menarik perhatian pendengar, setiap stasiun radio berupaya membuat ciri khasnya masing-masing atau identitas yang mudah diingat. Ciri khas sebuah radio menggambarkan karakter dan kebutuhan masyarakat di Indonesia. Berikut ini macam-macam stasiun radio (Ningrum, 2007: 10):

a) Radio Anak Muda

Radio ini ditujukan untuk pendengar dari kalangan anak muda. Pendengar radio anak muda dikategorikan pada usia 15-25 tahun. Namun ada juga dari mereka yang belum berusia 15 tahun sudah mendengarkan radio anak muda. Ramai tapi cerdas adalah

gaya siaran radio anak muda. Bahasa yang digunakan biasanya perpaduan antara bahasa Indonesia, Inggris dan bahasa daerah setempat.

b) Radio Dewasa

Disebut radio dewasa karena program siaran yang memutar musik orang dewasa. Lagu yang sering diputarkan antara tahun 60-90an. Tema program siarannya seputar ekonomi, sosial, politik, keluarga, atau hubungan suami istri. Walaupun kedewasaan tidak bisa dihitung dari usia, pendengar yang sudah memiliki kemandirian, bertanggung jawab, dan peduli lingkungan umumnya merupakan target pendengar radio khusus kalangan dewasa.

c) Radio Religi

Radio yang mengusung agama tertentu sudah banyak ditemukan. Misalnya Radio Dakta dan Radio MQ FM berfokus pada agama Islam, atau Radio Pelita Kasih yang berfokus pada agama Kristen. Seperti Radio MQ FM, radio religi yang semua program acaranya sarat akan nilai-nilai Islam. Mulai dari acara dialog Islam dengan para ahli agama, kajian terjemah dan tafsir Al-Qur'an serta penjelasan hadis-hadis. Sementara itu, jenis musik yang diputarkan adalah lagu religi dan nasyid, atau apapun musiknya selagi tema dan liriknya tidak keluar dari nilai-nilai Islam.

d) Radio Berita

Radio berita konten siarannya 80% atau lebih adalah berita. Programnya berisi berita ekonomi, politik, sosial, lingkungan hidup, kriminalitas, dan gaya hidup. Pada radio berita, pemutaran musik hanya untuk selingan, hanya dua lagu yang akan diputarkan untuk satu jam.

e) Radio Dangdut

Banyak stasiun radio yang memilih jenis musik dangdut sebagai identitas. Alasannya musik dangdut mudah diterima masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan sehingga dapat menjangkau lebih banyak pendengar. Sebagai penyiar radio dangdut, maka dituntut untuk menyukai, mengenal dan mendalami serta hafal lagu dangdut.

f) Radio Bernuansa Kedaerahan

Indonesia memiliki beragam budaya dengan berbagai latar belakang. Tiap-tiap individu etnis, umumnya masih melekat pada adat istiadat lokal keturunannya, atau kebudayaan tempat tinggal yang membesarkannya. Oleh sebab itu, untuk mendapatkan pendengar setia beberapa stasiun radio menggunakan unsur budaya setempat sebagai identitas. Penyiar dalam hal ini biasanya akan membawakan program siaran dengan campuran bahasa daerah dan bahasa Indonesia.

Radio religi bernafaskan Islam bisa disebut juga dengan radio dakwah. Kegiatan dakwah diperbolehkan menggunakan media radio, tersirat dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 yang artinya sebagai berikut : *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*

Penggunaan kata hikmah pada ayat diatas dapat diartikan sebagai perkataan yang benar dan tegas yang dapat mengetahui antara yang hak dan batil. Selain itu, kata hikmah dapat juga diartikan bijaksana yang memiliki makna meletakkan sesuatu sesuai dengan tempatnya atau jika dikaitkan dalam bermedia berarti menggunakan media sesuai dengan kondisinya. Jadi aktivitas berdakwah sebaiknya menggunakan cara,

metode, dan media yang wajar sesuai dengan kondisi masyarakat. Berdasarkan kata hikmah dalam pelaksanaan dakwah, maka tidak ada larangan bahkan diperbolehkan untuk memanfaatkan kekuatan radio sebagai media dakwah yang memiliki pengaruh besar terhadap individu dan kelompok untuk meningkatkan keimanan (Nasor, 2017: 118).

Radio dakwah dikhususkan untuk umat Islam. Tetapi radio termasuk media massa yang tidak dapat dibatasi pendengarnya, berarti siapa saja boleh mendengarnya, maka pesan dakwah dalam radio juga penting sekali untuk diperhatikan. Tidak mustahil pesan dakwah juga dapat tersampaikan dan terdengar atau bahkan didengar oleh kalangan non muslim. Karena itu ada beberapa yang yang harus diperhatikan dalam program siaran radio dakwah, diantaranya (Surianor, 2015: 47):

- a) Siaran radio dakwah pasti berisi dengan materi dan nuansa keislaman. Sesuai dengan namanya, radio dakwah menyiarkan konten yang harus bernuansa Islam. Misalnya memulai dan menutup program siaran dengan salam dan doa, menyapa pendengar dengan 'Assalamu'alaikum' serta berbicara dengan sopan dan jauh dari kata-kata kasar. Bahkan para kru radio dakwah juga dituntut berakhlak mulia, karena mereka dianggap sebagai juru dakwah yang dapat diteladani masyarakat atau pendengar.
- b) Siaran radio dakwah tidak boleh menyinggung perkara SARA (suku, agama, ras dan antargolongan) yang dapat memicu munculnya konflik dan gangguan terhadap kerukunan umat beragama. Hal ini sudah diatur dalam UU Penyiaran.
- c) Pesan dakwah yang disiarkan melalui radio penting sekali untuk menghadirkan ajaran agama yang santun, penuh kasih sayang dan memberikan pencerahan kepada pendengarnya. Jika siaran dakwah dalam radio menyiarkan ulang isi ceramah seorang ulama atau mubaligh, maka penting sekali penyiar dalam hal ini seorang da'i berwawasan luas, pandai berargumentasi dengan bijaksana

tanpa menyinggung pihak lain yang berbeda. Tidak jarang dari sini akan muncul konversi agama di kalangan pendengar. Konversi yang dimaksudkan disini adalah terjadinya perubahan kesadaran beragama seseorang, misalnya orang yang kurang taat menjadi lebih taat beragama, dan ini termasuk salah satu esensi dan tujuan dakwah. Tidak mustahil pendengar dari kalangan non muslim akan tertarik dengan Islam, sehingga pada akhirnya memutuskan masuk Islam. Non muslim yang belum masuk Islam jarang ditemukan mendatangi dakwah ke masjid, pengajian, tetapi tidak mustahil mereka akan mencuri-mencuri kesempatan mendengarkan dakwah melalui radio. Dari sejumlah tokoh publik yang masuk Islam, tidak sedikit yang tertarik kepada Islam dan bahkan memutuskan mengucap syahadat bermula karena mendengarkan kajian Islam dari siaran radio.

3. Kebutuhan Musik

Menurut Asaf (2020: 26) ada kebutuhan yang dapat ditunda untuk memenuhinya dan ada kebutuhan yang harus disegerakan pemenuhannya. Menurut Abraham Maslow dalam Saifuddin (2022: 149) menyatakan bahwa perbedaan kebutuhan dapat dikelompokkan menjadi 7 jenis yang pemenuhannya disusun berdasarkan skala prioritas sebagai berikut :

- a) kebutuhan fisiologis (*Physiological needs: hunger, thirst, and so forth*) merupakan kebutuhan paling kuat (*propotent*),
- b) kebutuhan keselamatan-keamanan (*Safety needs: to feel secure and safe Out of danger*),
- c) kebutuhan rasa memiliki dan cinta (*Belongingness and love needs: to affiliate with other, be accepted, and belong*),
- d) kebutuhan penghargaan (*Esteem needs: to achieve, be competent, and gain approval and recognition*),
- e) kebutuhan kognitif (*Cognitive needs: to know, understand, and explorer*),

- f) kebutuhan estetika (*Aesthetic needs: symmetry, order, beauty*),
- g) kebutuhan aktualisasi diri (*Self-actualizations needs: to find self-fulfillment, and realize one's potential*).

Dikaitkan dengan musik yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan akan sebuah keindahan (Rumapea, 2022: 8), maka kebutuhan musik termasuk kebutuhan estetika. Kebutuhan estetika adalah kebutuhan seseorang akan keindahan dan pengalaman yang bersifat menyenangkan. Kebutuhan estetika pada dasarnya dimiliki oleh setiap individu. Akan tetapi, kadarnya berbeda-beda pada diri masing-masing individu. Ada yang porsi kebutuhan estetika dalam porsi besar sehingga menyebabkan dirinya menggeluti bidang kesenian. Sementara itu, sebagian orang memiliki porsi sedang dalam kebutuhan estetika dan hanya sedikit orang yang memiliki porsi kecil. Artinya setiap orang pasti menyukai keindahan, keteraturan dan sesuatu yang menyenangkan (Saifuddin, 2022: 151).

Perasaan senang dan gembira bisa muncul saat mendengarkan musik. Ada energi baru yang muncul dari dalam diri, ketika selesai mendengarkan musik. Energi baru inilah yang menjaga stabilitas semangat dalam melaksanakan tugas dan sekaligus melepas lelah setelah mendengarkan musik (Sudarsana, 2022: 57).

Salah satu cara mendengarkan musik adalah dengan radio yang merupakan media massa. Kebutuhan terkait dengan media massa yang dalam hal ini adalah kebutuhan musik dapat dikelompokkan dalam empat kebutuhan berdasarkan pendapat Dominick dalam Morissan (2011: 27) sebagai berikut :

a) Pengetahuan

Seseorang menggunakan media massa untuk mengetahui sesuatu atau memperoleh informasi tentang sesuatu. Pada kebutuhan ini menunjukkan alasan orang menggunakan media adalah untuk mengetahui apa yang terjadi di dunia, mengetahui

apa yang lakukan orang lain, mengetahui apa yang belum diketahui dalam hal ini mencari pengetahuan baru untuk meningkatkan kualitas diri.

b) Hiburan

Kebutuhan dasar manusia salah satunya adalah hiburan dan mencari hiburan melalui media massa. Hiburan dapat diperoleh melalui beberapa bentuk yaitu : (1) stimulasi atau pencarian untuk mengurangi rasa bosan atau melepaskan diri dari kegiatan rutin, (2) relaksasi atau santai yang merupakan bentuk pelarian dari tekanan dan masalah, dan (3) pelepasan emosi dari perasaan dan energi terpendam.

c) Kepentingan Sosial

Kebutuhan ini diperoleh melalui pembicaraan atau diskusi tentang sebuah program televisi, film, atau program siaran. Media memberikan kesamaan landasan untuk membicarakan masalah sosial. Dengan demikian, media juga berfungsi untuk memperkuat hubungan dengan keluarga, teman dan yang lainnya dalam masyarakat melalui diskusi berdasarkan isi media yang digunakan.

d) Pelarian

Orang menggunakan media tidak hanya untuk tujuan santai tetapi juga sebagai bentuk pelarian. Orang menggunakan media massa untuk mengatasi rintangan antara mereka dengan orang lain, atau untuk menghindari aktivitas lain.

4. Musik Religi Islam

Musik merupakan bunyi yang diterima oleh individu yang berbeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya, dan selera seseorang. Musik dalam Islam diartikan sebagai bunyi dalam lirik dan lagu yang mengandung nilai dakwah dan dapat mendekatkan diri seorang hamba kepada Sang Pencipta, Allah Swt. Dengan kata lain, musik religi Islam bisa diartikan sebagai bunyi dalam lirik dan lagu yang mengandung

nilai dakwah dan dapat diperdengarkan dalam bentuk live atau melalui media visual, elektronik seperti radio dan televisi agar pendengar atau penikmat merasa lebih dekat kepada Sang Pencipta Allah Swt. atau merasa tergugah, sehingga menimbulkan emosi dalam diri (Dani & Guli, 2010:1).

Musik religi menjadi fenomena musikal yang sangat unik. Kekuatan musik dalam mengubah atau mempengaruhi perilaku seseorang tidak hanya dapat dipahami melalui pendekatan psikologi musik, yang hanya melibatkan elemen-elemen musik seperti melodi, ritme dan harmoni, tetapi juga memiliki kekuatan dari aspek syair atau lirik lagu. Musik religi, pada dasarnya bukan sekedar musik yang dihadirkan sebagai bunyi-bunyian. tetapi lebih dari itu merupakan ungkapan berupa puji-pujian sekaligus doa (Supriyadi, 2021: 49). Termasuk juga dengan musik religi Islam yang pada dasarnya diciptakan untuk selalu mengingat Allah, seperti kasidah yang dibawakan grup Nasida Ria dengan judul shalawat badar, perdamaian, jilbab putih, bom nuklir, dan kunci pintu surga.

Musik religi Islam dengan konten ajaran agama positif dapat menciptakan suasana hati yang positif untuk kemudian terdorong dan semangat dalam melaksanakan ajaran tersebut. Di sisi lain, musik religi Islam yang berirama sedih, dapat memunculkan emosi negatif. Sebagai contoh, musik religi Islam yang berisi pengharapan akan ampunan dan pengingat dosa, akan membuat seseorang sedih dan kecewa dengan perbuatan dimasa lalu. Sehingga, terdorong untuk tidak mengulanginya (Saifuddin, 2019: 268).

Dalam kondisi lain, musik religi Islam dapat membawa seseorang menuju kondisi *trance*. Efeknya adalah seseorang bisa mendapatkan pengalaman batiniah dan spiritual yang membekas, serta mengalami ketentraman mendalam dan perasaan positif lainnya. Secara fisik, seringkali tampakkan dengan wajah yang menunduk dan menangis mengharap ampun atau wajah menengadah ke langit sebagai wujud

pengharapan akan ampunan Allah Swt. Seperti ketika bershalawat mengenai perjuangan Nabi Muhammad Saw., mengharap syafaatnya, dan mengharap ampunan Allah Swt., seringkali membawa pendengar dan pelantunnya ikut menengadahkan kedua tangan dan wajahnya ke atas sambil menangis. Hal ini dikarenakan banyaknya emosi yang terkandung dalam diri ketika shalawat, misalkan rasa rindu kepada Nabi, mengingat dosa masa lalu, ketakutan akan siksa Allah Swt., sampai harapan akan ampunan Allah Swt (Saifuddin, 2019: 270).

Kriteria sebuah musik dan lagu dapat dikatakan sebagai lagu yang bernafaskan agama Islam menurut Ma'arif (2010: 178) sebagai berikut :

- a) Liriknya mengajak untuk pengagungan Allah Swt.
- b) Unsur musikalitasnya tidak keras sehingga dapat membina jiwa secara baik. Jiwa yang disentuh oleh musik (religi) akan terbentuk untuk tetap bersikap baik, santun dan bijak kepada sesama manusia, serta peduli pada alam sehingga tidak membuat keonaran dan kerusakan.
- c) Membawa pada makna-makna kesejatian kehidupan. Manusia berasal dari mana, hendak ke mana, dan jalannya bagaimana. Hidup penuh dengan makna yang dapat dipancarkan dari musik.
- d) Menghindarkan dari hal-hal yang *sahūn* atau *lahūn* (lupa diri) karena terpedaya oleh rayuan lagu-lagu yang didengarkan, termasuk lirik, jenis musiknya, maupun tampilannya di panggung.
- e) Menjadikan manusia merenungi kekuasaan Allah Swt. yang telah menciptakan alam dan budayanya.

Musik religi juga berkaitan dengan kebutuhan estetika yang bersifat naluriah atau sejenis keindahan. Maslow menemukan bahwa paling tidak pada sementara orang, kebutuhan akan keindahan ini begitu mendalam, sedang hal-hal yang jelek tidak menarik. Musik religi tergolong indah karena iramanya dan liriknya yang dipadukan memiliki kekhasan yang menarik orang untuk mendengarnya. Inilah yang

menjadi penyebab seseorang butuh musik religi untuk memenuhi kebutuhan estetikanya (Masyitoh, 2021: 218). Termasuk juga musik religi yang bernafaskan Islam.

5. Hubungan Program Siaran Radio Dakwah dengan Kebutuhan Musik Religi Islam

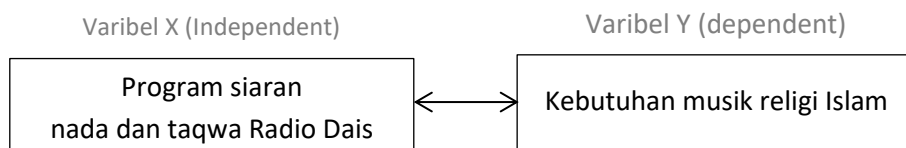
Hubungan adalah proses interaksi antara dua pihak yang terus berkesinambungan (Sewaka, Anggraini, & Sunarsih, 2022: 187). Hubungan adalah sesuatu yang terjadi apabila dua orang atau hal atau keadaan saling mempengaruhi dan saling bergantung antara satu dengan yang lainnya. Hubungan adalah suatu kegiatan tertentu yang membawa akibat kepada kegiatan yang lain (Herman, 1992:25). Sementara itu, menurut Andrew E. Sikula, dalam Mangkunegara (2018: 145) menyebutkan bahwa hubungan dalam komunikasi bisa diartikan sebagai proses pemindahan informasi, pengertian dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat atau sesuatu kepada sesuatu, tempat dan orang lain. Jadi, dapat disimpulkan bahwa makna hubungan dalam penelitian ini adalah keadaan perpindahan informasi yang terjadi saat adanya keterkaitan dan ketergantungan antar variabel.

Menurut Mahmudah (2011: 242) tujuan seseorang dapat menentukan hubungan ketergantungan terhadap media. Hal ini kemudian menjadi alasan mengapa seseorang bisa terpengaruh oleh media dalam hal kepercayaan, perasaan, dan perilaku, sedangkan yang lain tidak terpengaruh, meskipun mengkonsumsi isi media yang sama. Tujuan dapat terbentuk, salah satunya karena adanya kebutuhan yang bisa dipenuhi oleh media. Menurut Dominick dalam Morissan (2011: 27) kebutuhan seseorang akan media dibagi menjadi empat yaitu : pengetahuan, kepentingan sosial, hiburan, dan pelarian. Kemudian, media pada penelitian ini adalah program siaran dalam stasiun radio. Menurut Morissan (2008: 231) program siaran harus menentukan format siaran yang bertujuan untuk memenuhi sasaran pendengar secara spesifik.

Ketika tujuan program siaran terpenuhi dengan sasaran pendengar yang sesuai dengan format dan bersamaan dengan terpenuhinya kebutuhan pendengar melalui program siaran tersebut, maka diantara keduanya muncul keterikatan dan ketergantungan yang bisa disebut dengan hubungan.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu : (1) Program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais sebagai variabel independen atau variabel X. (2) Kebutuhan musik religi sebagai variabel dependen atau variabel Y.

Gambar 3 : Kerangka berfikir



(Sumber : Dokumentasi peneliti)

Logika yang dibangun dalam kerangka diatas adalah program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais memiliki tujuan yang apabila dapat tercapai jika kebutuhan musik religi Islam pendengarnya bisa terpenuhi. Kemudian, kebutuhan musik religi Islam pada komunitas Monitor Dais (MODIS) juga dapat terpenuhi melalui program siaran tersebut.

B. Hipotesis

Berdasarkan asumsi teori dan kerangka berfikir pada penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan sebagai dugaan awal sebagai berikut:

- Ha : Terdapat hubungan antara program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam pada komunitas Monitor Dais (MODIS).
- H0 : Tidak terdapat hubungan antara program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam pada komunitas Monitor Dais (MODIS).

BAB III

METODE PENELITIAN KUANTITATIF

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini jenis metode yang dilakukan adalah metode kuantitatif. Jenis metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang tujuan untuk menggambar dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019: 50).

Pendekatan penelitian adalah sudut pandang keilmuan yang digunakan dan disesuaikan dengan keilmuan utama yang menjawab masalah yang diteliti (Widiawati, 2020: 14). Pada penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi massa yang dilakukan kepada khalayak luas menggunakan media dan difokuskan pada media massa sebagai pemenuhan kebutuhan.

B. Definisi Konseptual

Agar fokus pada tujuan penelitian dan menghindari kesalahpahaman dalam memahami masalah ini, maka perlu untuk membahas maksud setiap variabel yang diteliti. Pada penelitian dibagi menjadi dua definisi konseptual sebagai penjelasan setiap variabel yang digunakan. Berikut definisi setiap variabel pada penelitian ini:

1. Program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais (Variabel X)

Program siaran Nada dan Taqwa merupakan program yang disiarkan setiap hari oleh stasiun Radio Dais mulai pukul 15.30 hingga 16.30 WIB. Program ini merupakan program hiburan dengan isi siarannya dengan pemutaran lagu kasidah dan rebana. Tujuan program siaran Nada dan Taqwa untuk memenuhi kebutuhan musik Islam pendengar Radio Dais.

2. Kebutuhan musik religi Islam (Variabel Y)

Kebutuhan musik religi Islam adalah keinginan untuk mendapatkan suatu hal melalui musik religi Islam yang diukur berdasarkan pengetahuan, hiburan, peningkatan sosial, dan pelarian. Kebutuhan ini bukan termasuk kebutuhan yang harus terpenuhi, namun ketika kebutuhan ini terpenuhi maka akan menjadi satu faktor yang meningkat keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt.

C. Definisi Operasional

Pada Penelitian ini definisi operasional dibutuhkan sebagai penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Adapun indikator setiap variabel sebagai berikut:

1. Program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais (Variabel X)

Radio tanpa sebuah program siaran tidak akan bertahan di dunia penyiaran dengan persaingan sengit saat ini. Diperlukannya format program siaran sebagai bentuk interaksi dan rangkaian pesan atau informasi kepada pendengar. Format yang dapat diterjemahkan kedalam suatu program siaran bertema musik religi Islam dengan memenuhi empat hal (Dominick dalam Morissan, 2008:221), sebagai berikut :

a) Karakter (*character*) penyiar

Penyiar memiliki karakter yang sopan seperti menyapa pendengar dengan salam, menghormati penelepon dengan ramah, dan selalu ceria saat siaran berlangsung.

b) Pilihan musik religi Islam

Memutarkan musik yang memiliki nilai-nilai keislaman seperti puji-pujian kepada Allah Swt., doa, pengingat akan dosa, dan mengharap ampunan.

c) Gaya bertutur (*talk*)

Bahasa yang digunakan mudah dimengerti. Bertutur dengan tidak menyinggung perkara SARA (suku, agama, ras, dan

antargolongan) yang dapat memicu konflik. Berbicara dengan lembut dan santun.

d) Materi

Pesan yang ada dalam siaran mengandung nilai-nilai ajaran Islam yang memberikan pencerahan kepada pendengarnya.

2. Kebutuhan musik religi (Variabel Y)

Kebutuhan musik religi dapat diketahui dengan mengukur kepuasan. Menurut Dominick dalam Morissan (2011: 27) menyebutkan bahwa kepuasan yang dapat mendefinisikan kebutuhan musik religi melalui media massa adalah sebagai berikut:

a) Pengetahuan

Keinginan untuk memperoleh informasi mengenai musik religi Islam berupa pemahaman makna musik yang diputarakan sehingga menambah pemahaman agama Islam.

b) Hiburan

Mengurangi rasa bosan dengan hiburan dengan tetap dalam koridor keislaman sehingga disaat yang bersamaan hati menjadi senang dan jiwa merasa lebih dekat dengan Allah Swt.

c) Kepentingan Sosial

Memperkuat hubungan silaturahmi dengan berkumpul atau bercerita mengenai makna musik religi Islam yang relevan dengan kehidupan sekitar.

d) Pelarian

Upaya untuk merelaksasikan pikiran atau tubuh dengan menghindari tekanan baik dari dalam diri sendiri atau dari pihak luar melalui musik religi Islam.

D. Sumber dan Jenis Data

Sumber data utama pada penelitian ini adalah anggota komunitas Monitor Dais yang tergabung dalam grup WhatsApp. Sedangkan jenis data yang bersumber dari data utama atau disebut juga dengan jenis data primer.

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari hasil survei pada anggota komunitas Monitor Dais yang tergabung dalam grup WhatsApp. Agar penelitian ini berjalan secara efektif maka data diperoleh dari pengisian angket atau kuesioner dengan menghubungi nomor WhatsApp masing-masing anggota.

E. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas Monitor Dais (MODIS) yang tergabung dalam grup WhatsApp dengan kategori sebagai pendengar yang terdiri dari 101 anggota. Pendengar yang tergabung dalam grup ini memiliki keinginan sendiri untuk dimasukkan ke dalam grup WhatsApp MODIS. Artinya, anggota yang tergabung dalam grup WhatsApp MODIS termasuk orang yang mendengarkan siaran Radio Dais atau orang yang mengenal Radio Dais atau bahkan orang yang ingin mengetahui Radio Dais.

Pengambilan sampel pada penelitian ini didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus *Taro Yamane* (Sugiyono, 2019: 191) sebagai berikut :

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot (d^2)}$$

S = Jumlah sampel

d = Presisi yang ditetapkan, sebesar 10%

N = Jumlah populasi

Berdasarkan rumus diatas, perhitungan sampel dapat dihitung dengan jumlah populasi sebanyak 101 anggota komunitas Monitor Dais (MODIS) dan tingkat *sampling error* 10% sehingga didapatkan sampel untuk penelitian ini sebanyak 50 anggota yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Beragama Islam.
2. Laki-laki /Perempuan.
3. Mendengarkan program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais.

F. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada anggota sampel untuk dijawab. Untuk mendapatkan respon berupa data kuantitatif, peneliti menggunakan skala *Likert*.

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2019: 198).

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban pada skala *Likert* dapat diberi skor, seperti ini:

Tabel 1 : Skor Item Setiap Butir Pernyataan

Jawaban		Skor Favorable	Skor Unfavorable
SS	Sangat Setuju	5	1
S	Setuju	4	2
N	Netral	3	3
TS	Tidak Setuju	2	4
TTS	Sangat Tidak Setuju	1	5

Agar kuesioner lebih mudah dipahami, diperlukan penjelasan terkait penyusunan kisi-kisi instrumen yang dibuat berdasarkan indikator-indikator setiap variabel. Berikut kisi-kisi instrumen kuesioner pada penelitian ini :

Tabel 2 : Kisi-kisi instrumen kuesioner penelitian

No.	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Skala Program Siaran Nada dan Taqwa (Variabel X)				
1	Karakter penyiar	1, 2, 3	4	13
2	Pilihan musik religi Islam	5, 6	7	

3	Gaya bertutur	8, 9	10	
4	Materi	11, 12	13	
Skala Kebutuhan Musik Religi Islam (Variabel Y)				
5	Pengetahuan	14, 15	16	12
6	Hiburan	17, 18	19	
7	Kepentingan Sosial	20, 21	22	
8	Pelarian	23, 24	25	
Total semua pernyataan kuesioner				25

G. Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas merupakan pengujian untuk melihat apakah kuesioner telah mengukur konsep atau konstruk yang seharusnya diukur (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019: 184). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi PSPP 1.6.2.

Uji validitas akan diujikan kepada 20 anggota dari 50 anggota sampel yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pernyataan kuesioner yang tidak valid akan digugurkan atau dibuang dan tidak digunakan untuk uji selanjutnya, sedangkan pernyataan yang valid akan digunakan untuk uji selanjutnya. Jika item pernyataan yang dinyatakan tidak valid merupakan satu-satunya atau ke semua item yang mewakili suatu indikator, maka dilakukan perumusan ulang hingga dinyatakan valid. Namun, jika terdapat item pernyataan lain yang mewakili indikator, maka item yang tidak valid dapat dibuang dan tidak perlu dilakukan pengujian ulang. Kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Sebaliknya, apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid. Sementara itu, nilai r_{tabel} pada uji validitas dengan 20 anggota dan 5% taraf signifikansi sebesar 0,444. Berikut ini hasil validitas kuesioner yang diujikan kepada 20 anggota sampel :

Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian

NO	Variabel	Indikator	rhitung	Validitas
1	Program Siaran Nada dan Taqwa (Variabel X)	Karakter penyiar	0,659	Valid
2			0,548	Valid
3			0,476	Valid
4			0,209	Tidak Valid
5		Pilihan musik religi Islam	0,566	Valid
6			0,731	Valid
7			0,584	Valid
8		Gaya bertutur	0,757	Valid
9			0,778	Valid
10			0,282	Tidak Valid
11		Materi	0,664	Valid
12			0,762	Valid
13			0,586	Valid
14	Kebutuhan Musik Religi Islam (Variabel Y)	Pengetahuan	0,615	Valid
15			0,719	Valid
16			0,868	Valid
17		Hiburan	0,884	Valid
18			0,83	Valid
19			0,737	Valid
20		Kepentingan Sosial	0,791	Valid
21			0,78	Valid
22			0,598	Valid
23		Pelarian	0,724	Valid
24			0,737	Valid
25			0,731	Valid

(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh 23 item kuesioner yang valid. Langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengukur konsistensi hasil kuesioner. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan

teknik *cronchbach's alpha* dengan bantuan aplikasi *PSPP 1.6.2*. Sebuah instrumen dikatakan reliabel jika nilai koefisien *alpha* $> 0,70$ (Suryadi et al., 2019: 188). Artinya, jika reliabilitas kurang dari 0,70 maka kuesioner dikatakan kurang reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini :

Tabel 4 : Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan PSPP

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,95	23			

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1_1	101,45	68,05	,64	,95
x1_2	101,30	70,54	,49	,95
x1_3	101,15	71,82	,40	,95
x2_5	101,40	69,31	,51	,95
x2_6	101,35	68,66	,71	,95
x2_7	101,30	70,33	,51	,95
x3_8	101,20	69,01	,76	,95
x3_9	101,30	68,43	,76	,95
x4_11	101,15	70,24	,64	,95
x4_12	101,35	66,98	,76	,95
x4_13	101,25	70,83	,47	,95
y1_14	101,40	68,36	,61	,95
y1_15	101,35	68,34	,74	,95
y1_16	101,40	67,20	,88	,95
y2_17	101,35	67,19	,89	,95
y2_18	101,40	66,15	,84	,95
y2_19	101,60	65,83	,69	,95
y3_20	101,45	68,05	,76	,95
y3_21	101,65	64,98	,79	,95
y3_22	101,25	70,51	,51	,95
y4_23	101,25	69,14	,69	,95
y4_24	101,25	68,62	,76	,95
y4_25	101,35	68,56	,72	,95

(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai sebesar 0,95 dari 23 item pernyataan kuesioner. Artinya sebanyak 23 item kuesioner pada penelitian ini dapat dikategorikan reliabel. Selanjutnya item kuesioner bisa digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Pada tahapan analisis data bertujuan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul dengan 3 tahapan. Berikut tahapan yang digunakan dalam analisis data pada penelitian ini:

1. Deskripsi data

Mendeskripsikan data adalah upaya menyajikan data menggunakan tabel atau grafik dengan tujuan agar data mudah dibaca. Pada tahapan deskripsi data tidak ditujukan untuk mencari atau menerangkan hubungan, menguji hipotesis, atau menarik kesimpulan (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019: 195).

Pada penelitian ini deskripsi data dibuat dengan diagram batang, tabel frekuensi, dan tabel tabulasi silang menggunakan aplikasi *Microsoft Excel 2010* dan *PSPP 1.6.2*

2. Uji prasyarat

Sebelum melakukan analisis data perlu dilakukan uji prasyarat data yang disesuaikan dengan teknik analisis selanjutnya. Pada penelitian ini analisis data ditujukan untuk mencari hubungan atau korelasi dengan bantuan aplikasi *PSPP 1.6.2*. Oleh karena itu, terdapat 3 prasyarat uji analisis korelasi yaitu :

- a) Terdapat hubungan linier di antara variabel yang diteliti.
- b) Kedua variabel terikat secara kausal yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.
- c) Data berdistribusi normal.

3. Uji hipotesis

Pada tahapan terakhir dilakukan uji hipotesis menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi *PSPP 1.6.2*. Hasil analisis korelasi akan menentukan keberadaan hubungan, sekaligus menggambarkan sifat hubungan yang terbentuk, dengan merujuk pada nilai signifikansi dan koefisien korelasi. Apabila nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ berarti variabel yang diuji memiliki korelasi dan sebaliknya.

Untuk mengetahui sifat hubungan variabel yang diuji, dapat dilihat dari koefisien korelasi pada kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2019: 238) :

- a) $0 - 0,199$: Sangat rendah.
- b) $0,20 - 0,399$: Rendah.
- c) $0,40 - 0,599$: Cukup.
- d) $0,60 - 0,799$: Kuat.
- e) $0,80 - 1$: Sangat Kuat.

BAB IV

RADIO DAIS 107.9 FM DAN PROGRAM SIARAN NADA TAQWA

A. Profil Radio Dais

Nama radio	: Radio Dais (Dakwah Islam)
Frekuensi	: 107.9 FM
Kekuatan power	: 3.000 watt
Antena	: Omnidirectional
Tanda pengenal	: PM3 AEG
Jarak jangkauan	: Radio 70 km
Tower	: Self Supporting
Tinggi	: 99 Meter
Service area	: Semarang dan kabupaten sekitarnya
Slogan radio	: Terdepan dalam dakwah dan nada
Berdiri	: Sabtu pon, 23 September 2006M/ 29 Sya'ban 1427 H
Nama badan hukum	: Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah
Akta Notaris	: 02 Notaris Ngadino, SH, MH.
Izin (IPP)	: Dari KPID
Izin frekuensi	: Dari Dishub/ Telkom (Balmon)
Alamat studion	: Jl. Gajah Raya- Kawasan Masjis Agung Jawa Tengah
Telpon	: (024)6746352
Website	: www.dais1079fm.com
Email	: dais_radio@yahoo.co.id
Format siaran	: Pendidikan, informasi, dan hiburan
Format musik	: Musik religi Islam (pop religi, rebana, nasyid, kasidah)
Format acara	: Dakwah dan nada

B. Sejarah berdirinya Radio Dais

Rencana pendirian stasiun Radio Dais sudah ada saat awal pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah. Mardiyanto yang pada saat itu menjabat sebagai gubernur Jawa Tengah berharap stasiun radio yang akan dibangun di area Masjid Agung Jawa Tengah bisa menjadi ruang publik, sarana pendidikan, dan wahana dakwah bagi umat Islam di Jawa Tengah, khususnya di Kota Semarang.

Segala peralatan dan perlengkapan keperluan stasiun radio sudah dipersiapkan menjelang berakhirnya pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah. Pada tanggal 15 September 2006, Gubernur Jawa Tengah Mardiyanto mendesak agar awal ramadhan stasiun radio harus mengudara. Pada saat itu, pihak Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah merasa bingung karena tidak ada satupun dari anggota yang paham mengenai dunia *broadcast*. Karena waktu yang semakin singkat, Badan Pengelola MAJT menghadap gubernur untuk meminta pertimbangan. Atas perintah Gubernur Mardiyanto, Badan Pengelola MAJT melayangkan surat ke RRI untuk menjadi konsultan pendirian stasiun radio di Masjid Agung Jawa Tengah.

Kemudian, RRI mengirimkan 7 orang *crew* yang merupakan ahli di bidang masing-masing, yaitu : 1 programmer, 2 teknisi, 1 HRD, 1 kepenyiaran, 1 pemberitaan, dan 1 operator. Dalam waktu satu minggu pekerjaan harus sudah selesai mulai dari pemasangan antena, penempatan peralatan pemancar dan studio yang siap untuk dioperasikan, pencarian SDM yang nantinya mengoperasikan radio hingga menyiapkan program acara dan lain sebagainya.

Tepat seminggu setelahnya, pada tanggal 23 September 2006 stasiun radio yang berada di Masjid Agung Jawa Tengah diresmikan oleh Gubernur Jawa Tengah dengan nama radio Dakwah Islam (Dais) Masjid Agung Jawa Tengah. Nama tersebut dicetuskan oleh Octo Gunarso yang menjadi programmer sekaligus koordinator utusan dari RRI. Bersamaan dengan acara *Dugderan* radi Dais mulai mengudara untuk pertama kalinya pada pukul

15.00 WIB dalam acara interaktif bersama gubernur mengenai perlunya sebuah media publik yang diperuntukan bagi umat muslim di Jawa Tengah.

C. Visi, misi, dan tujuan Radio Dais

1. Visi

Visi Radio Dais adalah “Melayani kebutuhan rohani umat Islam dan melakukan pelayanan kepada masyarakat secara Umum”. Seperti motto Radio Dais “Terdepan dalam dakwah dan nada”.

2. Misi

Untuk dapat mencapai tujuan dakwah sebagaimana tersirat dalam visi Dais Masjid Agung Jawa Tengah maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut :

- a) Memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat Islam di wilayah jangkauannya.
- b) Memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik dan pendidikan serta budaya.
- c) Memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat.
- d) Mengembangkan musik dan hiburan sesuai dengan kaidah islam.
- e) Memakmurkan Masjid agung Jawa Tengah.
- f) Membantu Pemerintah ikut mencerdaskan anak bangsa yang memiliki sifat akhlakul karimah.

3. Tujuan

Tujuan Radio Dais adalah membangun masyarakat yang Islami serta mandiri dan ikut serta dalam pembangunan baik fisik maupun mental melalui program siaran yang dapat menggerakkan kegiatan pendidikan, hiburan dan informasi.

D. Jadwal program siaran Radio Dais

Tabel 5 : Jadwal program harian Radio Dais

Pukul	Nama Siaran
04.00 – 04.20	Opening (Indonesia Raya, lagu opick “Assalamualaikum”)
04.20 – 04.45	Relay Adzan dan Sholat Subuh Berjamaah
04.45 – 05.00	Selingan Nada-nada Nasyid
05.00 – 06.00	Jendela Hati
06.00 – 07.00	Salam Pagi
07.00 – 08.00	Untaian Hikmah
08.00 – 09.00	Inspirasi Lagu – Selingan Lagu Qasidah
09.00 – 09.30	Nada Anak Muslim
09.30 – 10.00	Mutiara Iman bersama KH. Yazid Bustomi
10.00 – 11.00	MAKNA (Macam-macam Kiat Untuk Anda) <ul style="list-style-type: none"> • Senin : Botani • Selasa : Kesehatan • Rabu : IPTEK • Kamis : Kecantikan • Jumat : Boga • Sabtu : Karis • Minggu : Keluarga
11.11 – 11.30	Istiqomah
11.30 – 12.00	Relay Adzan dan Sholat Dzuhur
12.00 – 13.00	Kajian Siang Tafsir Al Munir
13.00 – 14.30	OASE
14.30 – 14.45	Sang Teladan
14.45 – 15.30	Relay Adzan dan Sholat Ashar
15.30 – 16.30	Nada dan Taqwa
16.30 – 17.30	Kajian Sore
17.30 – 18.00	Relay Adzan dan Sholat Maghrib Berjamaah
18.00 – 18.45	Senin, Selasa, Rabu : Murotta Rabu – Jumat : Kajian Petang
18.45 – 19.15	Relay Adzan dan Sholat Isya Berjamaah
19.15 – 19.30	Renungan
19.30 – 20.00	Nada Balasyik
20.00 – 22.00	Silaturahmi dan Closing

(Sumber : Radio Dais tahun 2023)

Tabel 6 : Jadwal program akhir pekan (hari Minggu) Radio Dais

Pukul	Nama Siaran
07.00 – 08.00	Kajian Ahad Pagi
09.00 – 09.30	Nada Anak Muslim
09.30 – 10.00	Mutiara Iman KH. Yazid Bustomi
10.00 – 10.30	Dongeng Anak Muslim
19.15 – 20.30	Relay Pelajaran Tilawah Al-Qur'an MAJT

(Sumber : Radio Dais tahun 2023)

E. Deskripsi program siaran Nada dan Taqwa

Program siaran Nada dan Taqwa merupakan program *request* musik dan pesan singkat Islam yang disiarkan oleh Radio Dais setiap hari pukul 15.30 hingga pukul 16.30. Program siaran ini lahir bersamaan dengan diresmikannya Radio Dais, yaitu pada tahun 2006. Program ini merupakan ide dari pendiri Radio Dais dengan tujuan menyelenggarakan program dakwah dengan format musik.

Pengambilan nama program terinspirasi dari kata “dakwah” dan “nada” pada *jingle* dalam siaran yaitu “*kaum muslim Anda masih bersama kami di 107.9 radio dakwah Islam terdepan dalam dakwah dan nada*”. Oleh sebab itu, tujuan dari program ini adalah memberikan hiburan kepada pendengar tentang pemahaman agama Islam melalui lagu rebana dan kasidah.

Format pada siaran ini adalah *request by phone and message*. Penyiar melakukan siaran dengan memutar lagu yang diminta dari pendengar. Selain melakukan *request*, pendengar juga boleh menitipkan salam, dan menyampaikan pesan singkat Islam. Pesan yang disampaikan biasanya mengenai hikmah dari kejadian di masyarakat yang dilihat dari sudut pandang Islam seperti bekal untuk akhirat, manfaat bersyukur, dan malu akan dosa. Sementara untuk musik yang boleh di *request* seperti rebana milik Habib Syech, Langitan (Tuban), Al Basroh, Az-Zahir. Sedangkan lagu kasidah yang di *request* seperti album milik Nasida Ria (jilbab putih, kota santri, tahun 2000, dan pengantin baru).

Segmentasi umur pendengar pada program siaran Nada dan Taqwa adalah untuk segala umur. Agar bisa dinikmati segala usia dari berbagai kalangan, program siaran ini menggunakan bahasa Indonesia dengan bahasa yang mudah dipahami pendengar.

Penambahan insert atau sisipan yang berupa pesan singkat Islam pada program siaran Nada dan Taqwa dengan durasi kurang lebih 2-4 menit. Selain sisipan, diputarkan juga doa sehari-hari seperti doa menjelang sore, dan doa berkendara. Penambahan ini dilakukan saat siaran berlangsung dan disesuaikan dengan interaktif pendengar dan penyiar.

F. Deskripsi komunitas monitor Radio Dais (MODIS)

Komunitas pendengar setia Radio Dais di Kota Semarang bernama MODIS (Monitor Radio Dais). Komunitas ini biasa aktif di media sosial dan pada saat ini anggota MODIS yang bergabung dalam grup *WhatsApp* berjumlah 101 anggota. Anggota MODIS bergabung atas keinginan pribadi untuk lebih mengetahui informasi seputar Radio Dais. Anggota MODIS dapat memberikan informasi, dakwah dan juga dukungan kepada Radio Dais sebagai wujud cinta dan apresiasi atas keberadaan Radio Dais.

Dalam wujud apresiasi kepada pendengar setia dan mempererat tali silaturahmi. Radio Dais mengadakan acara off air “temu kangen” bersama MODIS. Selain itu, Radio Dais juga mengundang MODIS untuk berpartisipasi setiap acara Masjid Agung Jawa Tengah seperti, harlah, pengajian akbar, seminar, dan pasar sehat.

Interaksi dengan sesama anggota MODIS seputar kirim salam, berkabar, berbagi informasi baik mengenai ekonomi hingga kesehatan. Keaktifan anggota MODIS dalam meramaikan Radio Dais terlihat dari *request* lagu saat acara siaran musik, kirim pertanyaan saat acara siaran kajian keislaman, berbagi info seputar keislaman dan saling mendoakan sesama anggota sehingga tercipta rasa kekeluargaan.

BAB V

HASIL ANALISIS DATA

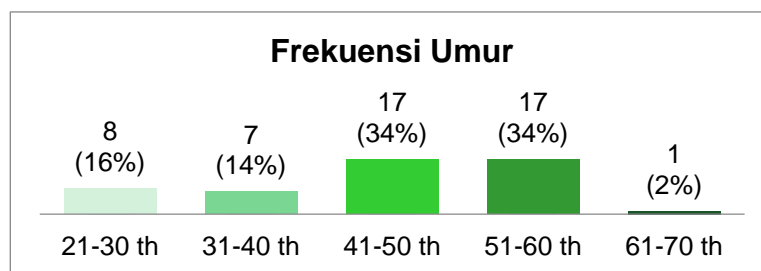
A. Deskripsi Data

Setelah pengumpulan data dilakukan, langkah selanjutnya adalah mendeskripsikan data yang diperoleh. Berikut ini deskripsi data pada penelitian ini:

1. Frekuensi umur

Pada penelitian ini, umur subjek penelitian dibagi menjadi 5 kelompok. Berikut diagram umur subjek pada penelitian ini:

Gambar 4 : Diagram batang frekuensi umur



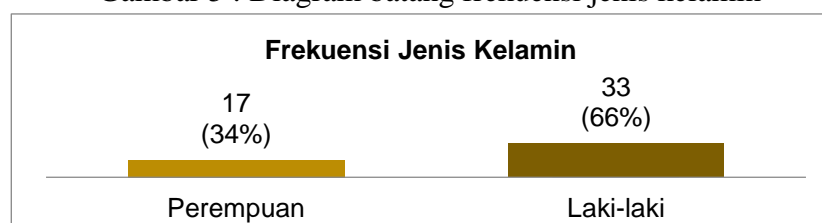
(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 4 diagram frekuensi umur diperoleh bahwa kelompok usia 41-50 tahun dan 51-60 tahun memiliki jumlah yang sama dan terbanyak. Namun, pada kelompok usia 61-70 tahun hanya terdapat 1 subjek penelitian.

2. Frekuensi Jenis Kelamin

Pada penelitian ini, jenis kelamin subjek penelitian dibagi menjadi 2 kelompok. Berikut diagram jenis kelamin subjek pada penelitian ini:

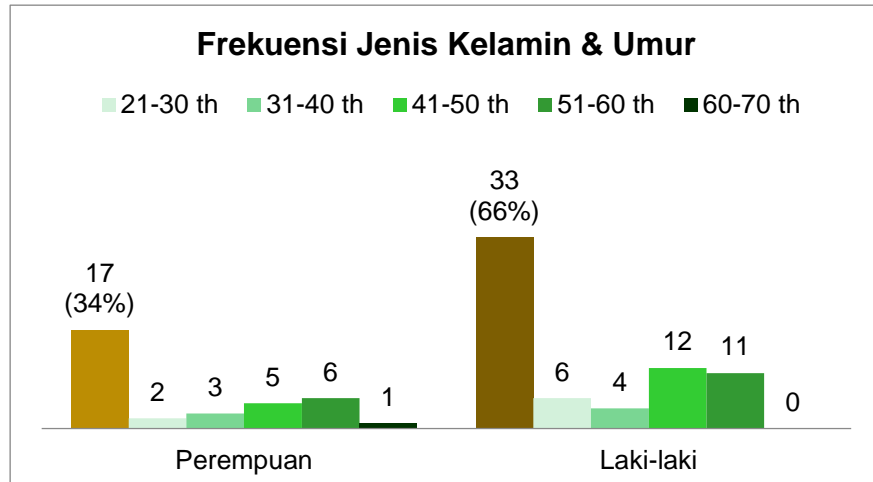
Gambar 5 : Diagram batang frekuensi jenis kelamin



(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 5 diagram frekuensi jenis kelamin menunjukkan bahwa subjek penelitian laki-laki lebih banyak daripada perempuan.

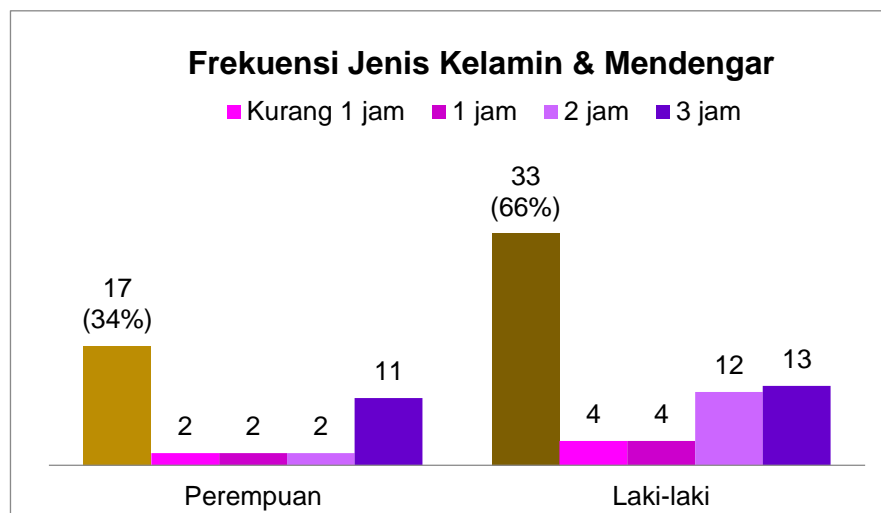
Gambar 6 : Diagram batang frekuensi jenis kelamin dan umur



(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 6 diagram frekuensi umur dan jenis kelamin menunjukkan bahwa subjek penelitian perempuan kategori kelompok umur terbanyak adalah pada kelompok umur 51-60 tahun, sedangkan untuk laki-laki ada pada kelompok umur 41-50 tahun. Pada gambar tersebut juga didapatkan bahwa subjek penelitian perempuan masuk dalam semua kategori kelompok umur.

Gambar 7 : Diagram batang frekuensi jenis kelamin dan mendengar



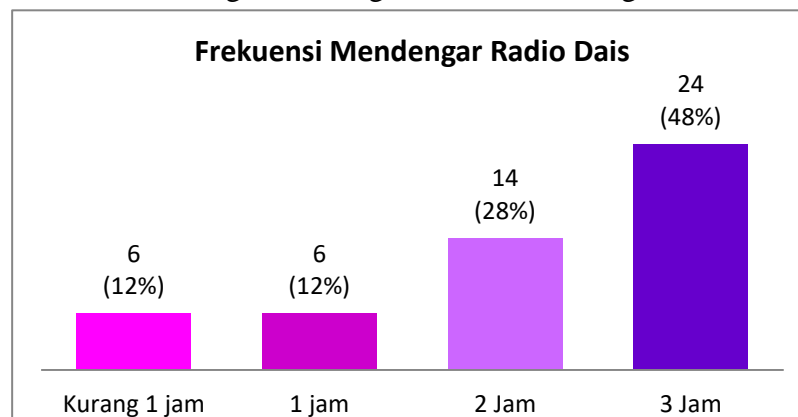
(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 7 diagram frekuensi jenis kelamin dan mendengar menunjukkan pada subjek penelitian perempuan frekuensi waktu mendengar paling banyak adalah 3 jam, sedangkan pada subjek penelitian laki-laki adalah 2 jam.

3. Frekuensi Mendengar

Frekuensi waktu mendengar subjek penelitian dibagi menjadi 4 kelompok. Berikut diagram frekuensi waktu mendengar subjek pada penelitian ini:

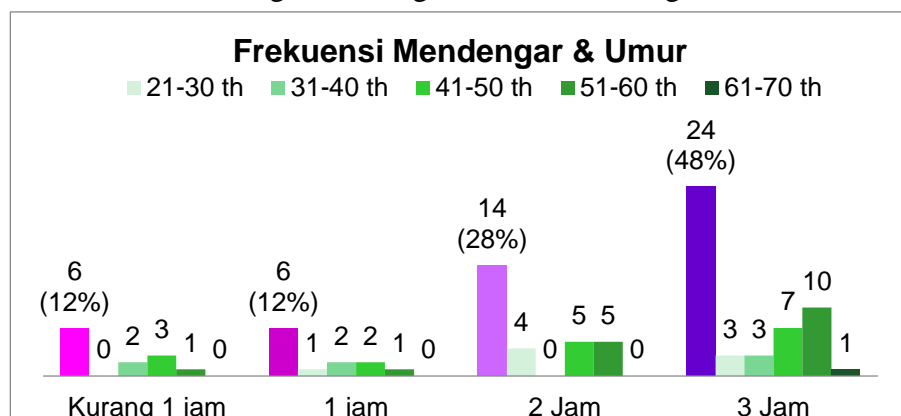
Gambar 8 : Diagram batang frekuensi mendengar Radio Dais



(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 8 diagram frekuensi mendengar menunjukkan bahwa kelompok subjek penelitian paling banyak yaitu 24 orang mendengarkan Radio Dais selama 3 jam.

Gambar 9 : Diagram batang frekuensi mendengar dan umur



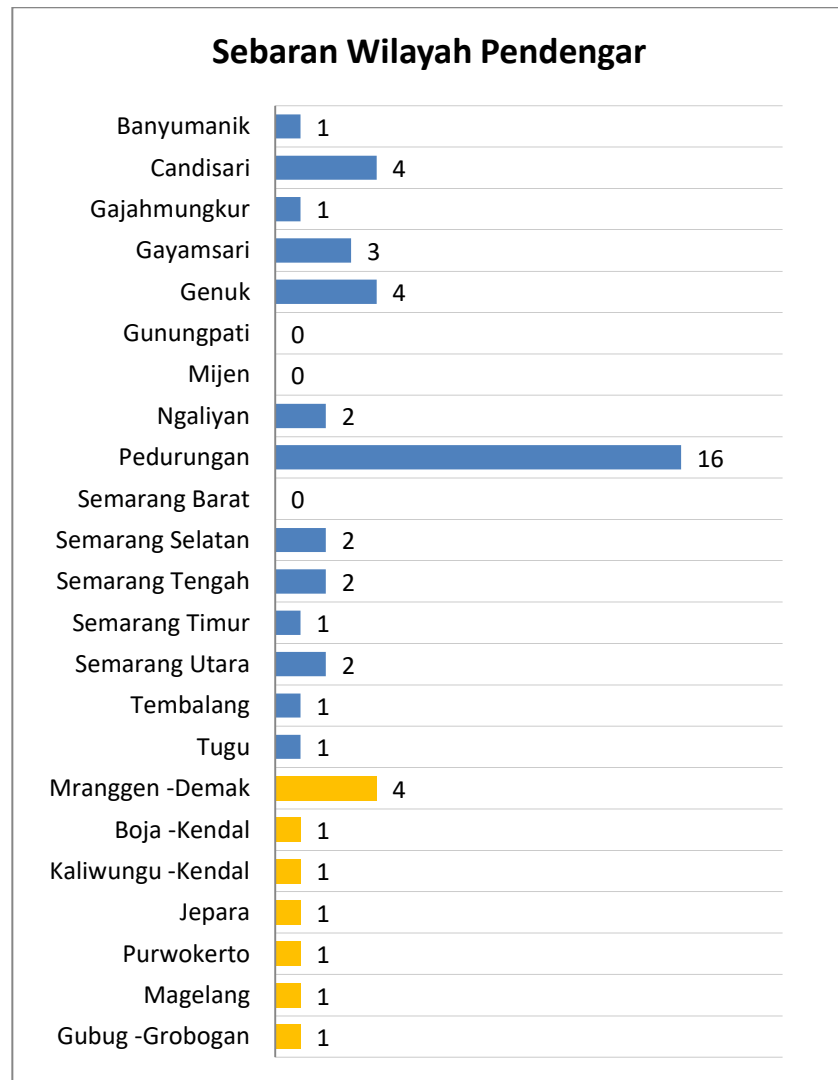
(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 9 diagram frekuensi umur dan mendengar menunjukkan bahwa pada kelompok umur 51-60 tahun frekuensi mendengarkan selama 3 jam lebih banyak. Sementara itu, frekuensi mendengarkan kurang dari 1 jam terbanyak ada pada kelompok umur 41-50 tahun.

4. Sebaran Wilayah Pendengar

Pada penelitian ini, diperoleh data sebaran wilayah subjek penelitian yang sekaligus menjadi pendengar Radio Dais. Berikut data sebaran wilayah pendengar pada penelitian ini:

Gambar 10 : Diagram batang sebaran wilayah pendengar



(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Pada gambar 10 diagram sebaran wilayah pendengar menunjukkan wilayah paling banyak pendengar adalah pedurungan. Sementara itu, terdapat 10 pendengar yang berada diluar Kota Semarang.

B. Uji Prasyarat

Langkah selanjutnya pada tahap analisis penelitian ini adalah uji prasyarat. Berikut ini tahapan uji prasyarat pada penelitian ini:

1. Uji linearitas

Uji linearitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen. Maksud pengujian linear ini adalah mengetahui apakah variabel independen bisa digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Berikut ini hasil uji linearitas pada penelitian ini:

Tabel 7 : Hasil uji linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
X_program_siara n_nada_taqwa * Y_kebutuhan_mu sik_religi_islam	Between Groups	(Combined)	149,058	12	12,422	4,285	,000
		Linearity	109,613	1	109,613	37,811	,000
		Deviation from Linearity	39,445	11	3,586	1,237	,298
	Within Groups		107,262	37	2,899		
	Total		256,320	49			

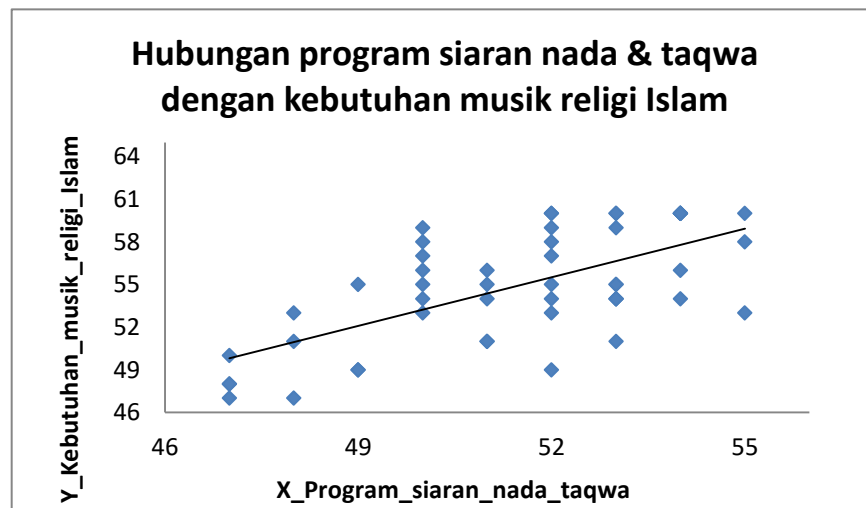
(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 7 diperoleh nilai *sig.deviation from linearity* adalah 0,298. Kriteria adanya hubungan yang linear apabila nilai *sig.deviation from linearity* > 0,05. Artinya kedua variabel pada penelitian ini memiliki hubungan linear.

2. Menguji Kausalitas

Setelah variabel pada penelitian ini teruji linear, langkah selanjutnya adalah menentukan arah hubungan yang terbentuk menggunakan diagram *scatter plot*.

Gambar 11 : Diagram scatter plot hubungan variabel X dan Y



(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

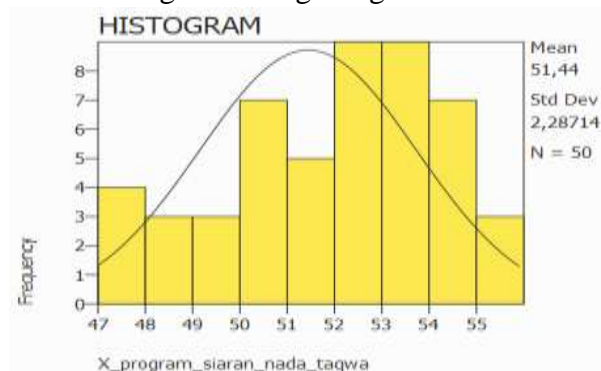
Berdasarkan gambar 11 diagram *scatter plot* menunjukkan hubungan linear positif. Artinya variabel independen (program siaran Nada dan Taqwa) memiliki hubungan positif dengan variabel dependen (kebutuhan musik religi Islam).

3. Distribusi Normal

Uji prasyarat selanjutnya adalah uji normalitas. Pada tahap ini pengujian menggunakan diagram histogram yang memiliki garis normalitas dan dilakukan pada masing-masing variabel. Berikut uji normalitas pada variabel penelitian ini:

- Variabel X – independent (program siaran Nada dan Taqwa)

Gambar 12 : Diagram histogram garis normalitas var X

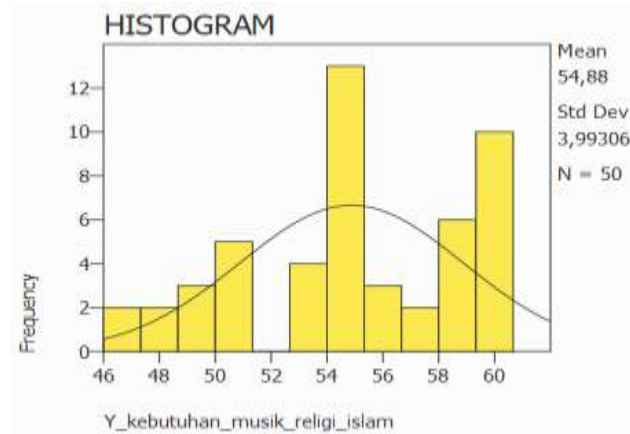


(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Berdasarkan gambar 12 diagram histogram variabel X menunjukkan data berdistribusi normal ditandai dengan lengkung garis normalitas di tengah.

- b. Variabel Y – dependen (kebutuhan musik religi Islam)

Gambar 13 : Diagram histogram garis normalitas var Y



(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Berdasarkan gambar 13 diagram histogram variabel Y menunjukkan data berdistribusi normal. Terlihat dari garis kurva yang melengkung di tengah. Artinya data variabel Y bisa digunakan untuk uji hipotesis.

C. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji prasyarat, langkah selanjutnya adalah menentukan korelasi kedua variabel. Apabila terdapat korelasi, maka hipotesis H_a diterima. Berikut hasil pengujian korelasi pada penelitian ini :

Tabel 8 : Hasil uji korelasi product moment variabel X dan Y

		X_program_siaran_nada_taqwa	Y_kebutuhan_musik_religi_islam
X_program_siaran_nada_taqwa	Pearson Correlation	1	,654**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
Y_kebutuhan_musik_religi_islam	Pearson Correlation	,654**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber : Data primer diolah peneliti tahun 2023)

Berdasarkan tabel 5.2 perhitungan korelasi antara variabel X dan variabel Y diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi dari tabel 5.2 adalah 0 yang berarti kurang dari 0,05. Artinya terdapat hubungan antara variabel X (program siaran Nada dan Taqwa) dengan variabel Y (kebutuhan musik religi Islam).
2. Nilai koefisien korelasi (*pearson correlation*) dari tabel 5.2 adalah 0,654. Artinya sifat hubungan yang terbentuk adalah kuat.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam pada komunitas monitor Dais. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam. Hasil ini didasarkan pada hasil nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis H_a pada penelitian ini diterima dan H_0 ditolak.
2. Sifat hubungan yang terbentuk antara program siaran Nada dan Taqwa Radio Dais dengan kebutuhan musik religi Islam adalah hubungan kuat. Hasil ini didasarkan pada nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,654.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka hal-hal yang dapat dijadikan saran adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menentukan secara spesifik jenis musik religi Islam yang akan diteliti.
2. Peneliti selanjutnya dapat meneliti anggota MODIS di luar grup WhatsApp dan siapa pun yang mendengarkan Radio Dais, sehingga memiliki sumber data yang lebih banyak.
3. Peneliti selanjutnya dapat meneliti semua program musik di Radio Dais, sehingga variabel yang diteliti lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, F., Sitanggang, A. O., ... & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Asaf, A. S. (2020). Upaya Pemenuhan Dasar Manusia. *Jurnal Cakrawati*, 2(2), 26-31.
- Dani, I. R., & Guli, I. (2010). *Kekuatan Musik Religi: Mengurai Cinta Merefleksi Iman Menuju Kebaikan Universal*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Herman, J. W. (1992). *Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- International Federation of the Phonographic Industry. (2022). *Engaging With Music 2022*. Diunduh dari : https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/11/Engaging-with-Music-2022_full-report-1.pdf, tanggal 22/3/2023.
- Jakpat Survey. (2022). *K-Drama Fever Jakpat Survey 2022*. Diunduh dari: <https://blog.jakpat.net/korean-drama-fever-jakpat-survey-report-2022/>, tanggal 20/3/2023.
- Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi Jawa Tengah. (2019). *Nomine dan Pemenang Anugerah Penyiaran Jawa Tengah Tahun 2019*. Diunduh dari: <https://kpid.jatengprov.go.id/pengumuman/>, tanggal 10/4/2023.
- _____. (2021). *Data Perizinan Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran di Jawa Tengah (update Januari 2021)*. Diunduh dari: <https://kpid.jatengprov.go.id/data-perijinan/>, tanggal 10/4/2023.
- Ma'arif, B. S. (2010). *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama media.
- Mahmudah, D. (2011). Evolusi Teori Ketergantungan Sistem Media Menjadi Teori Infrastruktur Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Medi*, 15(2), 237-250.

- Mangkunegara. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosda.
- Masyitoh, R. (2021). Dakwah Melalui Musik (Eksistensi Musik Religi di Radio SAS FM). *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman*, 4(2), 215-231.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2015). *Advertising* (8th ed.). (Wibisono, T., Trans). Jakarta: Kencana. (Original work published 2008).
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- _____. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasor, M. 2017. Optimalisasi Fungsi radio sebagai media dakwah. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 12(1), 105-128.
- Ningrum, F. (2007). *Sukses Menjadi Penyiar, Scriptwriter & Reporter Radio*. Depok: Penebar Swadaya.
- Pirol, A. (2018). *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rakhmat, J. (1996). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda.
- Romli, A. S. M. (2017). *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Rumapea, M. E. M. (2022). *Bahan Ajar Antropologi Kesenian*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Saifuddin, A. (2019). *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi untuk Memahami Perilaku Agama*. Jakarta: Kencana.
- _____. (2022). *Psikologi Umum Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247-260.
- Sewaka, Anggraini, K., & Sunarsih, D. (2022). *Digital marketing*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Silvia, I., Perwirawati, E., & Simbolon, B. R. (2021). *Manajemen Media Massa*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

- Sudarsana, S. (2022). *Membangun Karakter Diri Menuju Pribadi yang Tercerahkan*. Jakarta: Guepedia.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Supriyadi, S. (2021). Musik Religi: Nilai ekstramusikal dalam Perspektif Komunikasi. *SELONDING*, 17(2), 41-50.
- Surianor. (2015). Efektivitas Komunikasi Dakwah melalui Radio. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(27), 47.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Rosda.
- Widiawati, N. (2020). *Metodologi Penelitian Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Zulkarnaen, D. (2021). *Sebuah Pernikahan: Dimensi Tasawuf dalam Syair Lagu Rita Sugiarto*. Jakarta: Rasi Terbit.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil survei 20 anggota untuk uji validitas dan uji reliabilitas

RES	res_1	res_2	res_3	res_4	res_5	res_6	res_7	res_8	res_9	res_10	res_11	res_12	res_13	res_14	res_15	res_16	res_17	res_18	res_19	res_20
x1_1	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
x1_2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
x1_3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
x1_4	5	4	4	3	4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5
x2.5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
x2.6	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
x2_7	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
x3_8	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
x3_9	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
x3_10	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
x4_11	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
x4_12	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
x4_13	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
y1_14	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
y1_15	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
y1_16	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
y2_17	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
y2_18	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
y2_19	4	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
y3_20	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
y3_21	3	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
y3_22	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
y4_23	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
y4_24	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
y4_25	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5

Lampiran 2 : Uji validitas

```

CORRELATION
/VARIABLES = x1_1 x1_2 x1_3 x1_4 x2_5 x2_6 x2_7 x3_8 x3_9 x3_10 x4_11 x4_12
x4_13 y1_14 y1_15 y1_16 y2_17 y2_18 y2_19 y3_20 y3_21 y3_22 y4_23 y4_24 y4_25 Jumlah
/PRINT = TWOTAIL NOSIG.

```

Correlations

		x1_1	x1_2	x1_3	x1_4	x2_5	x2_6	x2_7	x3_8	x3_9	x3_10	x4_11
x1_1	Pearson Correlation	1,000	,443	,211	,061	,645 _a	,345	,266	,293	,266	-,072	,000
	Sig. (2-tailed)		,050	,371	,800	,002	,136	,257	,210	,257	,764	1,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x1_2	Pearson Correlation	,443	1,000	,419	,263	,507 _a	,257	,341	,061	,560 _a	,151	,157
	Sig. (2-tailed)	,050		,066	,263	,023	,274	,142	,800	,010	,525	,508
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x1_3	Pearson Correlation	,211	,419	1,000	,358	,254	,102	,681 _a	,289	,419	,254	,375
	Sig. (2-tailed)	,371	,066		,121	,279	,669	,001	,217	,066	,279	,103
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x1_4	Pearson Correlation	,061	,263	,358	1,000	,152	,000	,263	-,124	,113	,759 _a	,000
	Sig. (2-tailed)	,800	,263	,121		,523	1,000	,263	,602	,636	,000	1,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x2_5	Pearson Correlation	,645 _a	,507 _a	,254	,152	1,000	,589 _a	,685 _a	,343	,151	,137	,042
	Sig. (2-tailed)	,002	,023	,279	,523		,006	,001	,139	,525	,566	,859
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x2_6	Pearson Correlation	,345	,257	,102	,000	,589 _a	1,000	,471 _a	,707 _a	,471 _a	,242	,612 _a
	Sig. (2-tailed)	,136	,274	,669	1,000	,006		,036	,000	,036	,303	,004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x2_7	Pearson Correlation	,266	,341	,681 _a	,263	,685 _a	,471 _a	1,000	,545 _a	,341	,329	,419
	Sig. (2-tailed)	,257	,142	,001	,263	,001	,036		,013	,142	,157	,066
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x3_8	Pearson Correlation	,293	,061	,289	-,124	,343	,707 _a	,545 _a	1,000	,545 _a	,147	,866 _a
	Sig. (2-tailed)	,210	,800	,217	,602	,139	,000	,013		,013	,537	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x3_9	Pearson Correlation	,266	,560 _a	,419	,113	,151	,471 _a	,341	,545 _a	1,000	,151	,681 _a
	Sig. (2-tailed)	,257	,010	,066	,636	,525	,036	,142	,013		,525	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x3_10	Pearson Correlation	-,072	,151	,254	,759 _a	,137	,242	,329	,147	,151	1,000	,254
	Sig. (2-tailed)	,764	,525	,279	,000	,566	,303	,157	,537	,525		,279
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
x4_11	Pearson Correlation	,000	,157	,375	,000	,042	,612 _a	,419	,866 _a	,681 _a	,254	1,000

		x4_12	x4_13	y1_14	y1_15	y1_16	y2_17	y2_18	y2_19	y3_20	y3_21
	Sig. (2-tailed)	,009	,039	,286	,015	,008	,015	,030		,004	,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
y3_20	Pearson Correlation	,514 _a	,436	,594 _b	,408	,704 _a	,612 _a	,594 _a	,620 _a	1,000	,700 _a
	Sig. (2-tailed)	,020	,054	,006	,074	,001	,004	,006	,004		,001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
y3_21	Pearson Correlation	,648 _a	,122	,558 _b	,772 _a	,802 _a	,772 _a	,796 _a	,665 _a	,700 _a	1,000
	Sig. (2-tailed)	,002	,608	,011	,000	,000	,000	,000	,001	,001	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
y3_22	Pearson Correlation	,487 _a	,762 _a	,056	,356	,285	,356	,241	,616 _a	,436	,275
	Sig. (2-tailed)	,030	,000	,816	,123	,223	,123	,307	,004	,054	,241
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
y4_23	Pearson Correlation	,299	,524 _a	,426	,579 _a	,724 _a	,802 _a	,611 _a	,466 _a	,436	,428
	Sig. (2-tailed)	,200	,018	,061	,007	,000	,000	,004	,039	,054	,060
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
y4_24	Pearson Correlation	,674 _a	,048	,611 _a	,802 _a	,724 _a	,802 _a	,796 _a	,466 _a	,655 _a	,733 _a
	Sig. (2-tailed)	,001	,842	,004	,000	,000	,000	,000	,039	,002	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
y4_25	Pearson Correlation	,665 _a	,356	,589 _a	,583 _a	,492 _a	,583 _a	,589 _a	,675 _a	,816 _a	,629 _a
	Sig. (2-tailed)	,001	,123	,006	,007	,027	,007	,006	,001	,000	,003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Jumlah	Pearson Correlation	,762 _a	,586 _a	,615 _a	,719 _a	,868 _a	,884 _a	,830 _a	,737 _a	,791 _a	,780 _a
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,004	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

		y3_22	y4_23	y4_24	y4_25	Jumlah
x1_1	Pearson Correlation	,184	,369	,553 _a	,690 _a	,659 _a
	Sig. (2-tailed)	,436	,110	,011	,001	,002
	N	20	20	20	20	20
x1_2	Pearson Correlation	,435	,435	,206	,257	,548 _a
	Sig. (2-tailed)	,055	,055	,384	,274	,012
	N	20	20	20	20	20
x1_3	Pearson Correlation	,218	,491 _a	,218	,102	,476 _a
	Sig. (2-tailed)	,355	,028	,355	,669	,034
	N	20	20	20	20	20
x1_4	Pearson Correlation	,391	,078	-,234	,000	,209

		y3_22	y4_23	y4_24	y4_25	Jumlah
	Sig. (2-tailed)	,089	,743	,320	1,000	,377
	N	20	20	20	20	20
x2_5	Pearson Correlation	,241	,426	,241	,242	,566 _a
	Sig. (2-tailed)	,307	,061	,307	,303	,009
	N	20	20	20	20	20
x2_6	Pearson Correlation	,579 _a	,356	,579 _a	,583 _a	,731 _a
	Sig. (2-tailed)	,007	,123	,007	,007	,000
	N	20	20	20	20	20
x2_7	Pearson Correlation	,206	,663 _a	,206	,043	,584 _a
	Sig. (2-tailed)	,384	,001	,384	,858	,007
	N	20	20	20	20	20
x3_8	Pearson Correlation	,378	,630 _a	,630 _a	,471 _a	,757 _a
	Sig. (2-tailed)	,100	,003	,003	,036	,000
	N	20	20	20	20	20
x3_9	Pearson Correlation	,435	,663 _a	,663 _a	,471 _a	,778 _a
	Sig. (2-tailed)	,055	,001	,001	,036	,000
	N	20	20	20	20	20
x3_10	Pearson Correlation	,426	,241	,130	,069	,282
	Sig. (2-tailed)	,061	,307	,586	,772	,229
	N	20	20	20	20	20
x4_11	Pearson Correlation	,491 _a	,491 _a	,491 _a	,357	,664 _a
	Sig. (2-tailed)	,028	,028	,028	,122	,001
	N	20	20	20	20	20
x4_12	Pearson Correlation	,487 _a	,299	,674 _a	,665 _a	,762 _a
	Sig. (2-tailed)	,030	,200	,001	,001	,000
	N	20	20	20	20	20
x4_13	Pearson Correlation	,762 _a	,524 _a	,048	,356	,586 _a
	Sig. (2-tailed)	,000	,018	,842	,123	,007
	N	20	20	20	20	20
y1_14	Pearson Correlation	,056	,426	,611 _a	,589 _a	,615 _a
	Sig. (2-tailed)	,816	,061	,004	,006	,004
	N	20	20	20	20	20
y1_15	Pearson Correlation	,356	,579 _a	,802 _a	,583 _a	,719 _a
	Sig. (2-tailed)	,123	,007	,000	,007	,000
	N	20	20	20	20	20

		y3_22	y4_23	y4_24	y4_25	Jumlah
y1_16	Pearson Correlation	,285	,724 _a	,724 _a	,492 _a	,868 _a
	Sig. (2-tailed)	,223	,000	,000	,027	,000
	N	20	20	20	20	20
y2_17	Pearson Correlation	,356	,802 _a	,802 _a	,583 _a	,884 _a
	Sig. (2-tailed)	,123	,000	,000	,007	,000
	N	20	20	20	20	20
y2_18	Pearson Correlation	,241	,611 _a	,796 _a	,589 _a	,830 _a
	Sig. (2-tailed)	,307	,004	,000	,006	,000
	N	20	20	20	20	20
y2_19	Pearson Correlation	,616 _a	,466 _a	,466 _a	,675 _a	,737 _a
	Sig. (2-tailed)	,004	,039	,039	,001	,000
	N	20	20	20	20	20
y3_20	Pearson Correlation	,436	,436	,655 _a	,816 _a	,791 _a
	Sig. (2-tailed)	,054	,054	,002	,000	,000
	N	20	20	20	20	20
y3_21	Pearson Correlation	,275	,428	,733 _a	,629 _a	,780 _a
	Sig. (2-tailed)	,241	,060	,000	,003	,000
	N	20	20	20	20	20
y3_22	Pearson Correlation	1,000	,286	,286	,579 _a	,598 _a
	Sig. (2-tailed)		,222	,222	,007	,005
	N	20	20	20	20	20
y4_23	Pearson Correlation	,286	1,000	,524 _a	,356	,724 _a
	Sig. (2-tailed)	,222		,018	,123	,000
	N	20	20	20	20	20
y4_24	Pearson Correlation	,286	,524 _a	1,000	,802 _a	,737 _a
	Sig. (2-tailed)	,222	,018		,000	,000
	N	20	20	20	20	20
y4_25	Pearson Correlation	,579 _a	,356	,802 _a	1,000	,731 _a
	Sig. (2-tailed)	,007	,123	,000		,000
	N	20	20	20	20	20
Jumlah	Pearson Correlation	,598 _a	,724 _a	,737 _a	,731 _a	1,000
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20	20

a. Significant at .05 level

Lampiran 3 : Uji reliabilitas

```
RELIABILITY
/VARIABLES= x1_1 x1_2 x1_3 x2_5 x2_6 x2_7 x3_8 x3_9 x4_11 x4_12 x4_13 y1_14
y1_15 y1_16 y2_17 y2_18 y2_19 y3_20 y3_21 y3_22 y4_23 y4_24 y4_25
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY = TOTAL.
```

Scale: ANY

Case Processing Summary

Cases	N	Percent
Valid	20	95,2%
Excluded	1	4,8%
Total	21	100,0%

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,95	23

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1_1	101,45	68,05	,64	,95
x1_2	101,30	70,54	,49	,95
x1_3	101,15	71,82	,40	,95
x2_5	101,40	69,31	,51	,95
x2_6	101,35	68,66	,71	,95
x2_7	101,30	70,33	,51	,95
x3_8	101,20	69,01	,76	,95
x3_9	101,30	68,43	,76	,95
x4_11	101,15	70,24	,64	,95
x4_12	101,35	66,98	,76	,95
x4_13	101,25	70,83	,47	,95
y1_14	101,40	68,36	,61	,95
y1_15	101,35	68,34	,74	,95
y1_16	101,40	67,20	,88	,95
y2_17	101,35	67,19	,89	,95
y2_18	101,40	66,15	,84	,95
y2_19	101,60	65,83	,69	,95
y3_20	101,45	68,05	,76	,95
y3_21	101,65	64,98	,79	,95
y3_22	101,25	70,51	,51	,95
y4_23	101,25	69,14	,69	,95
y4_24	101,25	68,62	,76	,95
y4_25	101,35	68,56	,72	,95

Lampiran 4 : Hasil survei 50 anggota setelah kuesioner valid dan reliabel

RES	x1_1	x1_2	x1_3	x2_5	x2_6	x2_7	x3_8	x3_9	x4_11	x4_12	x4_13	y1_14	y1_15	y1_16	y2_17	y2_18	y2_19	y3_20	y3_21	y3_22	y4_23	y4_24	y4_25	Total Var X	Total Var Y
res_1	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	48	47
res_2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	49	49
res_3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	60
res_4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	60
res_5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	60
res_6	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	48	51
res_7	3	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	47	47
res_8	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	53	54
res_9	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	52	57
res_10	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52	60
res_11	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	48	53
res_12	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	50	56
res_13	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	52	49
res_14	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	49	55
res_15	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53	60
res_16	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53	60
res_17	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	48
res_18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	60
res_19	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	48
res_20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	60
res_21	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	51	51
res_22	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	52	53
res_23	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49	49
res_24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	55	58
res_25	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	47	50
res_26	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	51	56
res_27	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	52	55
res_28	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	51	54
res_29	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	50	58
res_30	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52	60
res_31	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	52	59
res_32	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	53	55
res_33	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	50	59
res_34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	60
res_35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	55	53
res_36	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	54	54
res_37	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	53	59
res_38	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	50	53
res_39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	53	54
res_40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	53	55
res_41	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	53	54
res_42	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	51	55
res_43	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	50	54
res_44	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	50	57
res_45	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	54	56
res_46	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	52	54
res_47	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	50	55
res_48	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51	51
res_49	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	53	51
res_50	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	52	58

RES	Jen. Kelamin	Umur	Fre. Dengar	Kecamatan / Kota
res_1	P	51 th - 60 th	2 Jam	Pedurungan
res_2	P	21 th - 30 th	2 Jam	Genuk
res_3	L	21 th - 30 th	3 Jam	Candisari
res_4	L	41 th - 50 th	3 Jam	Mranggen -Demak
res_5	L	51 th - 60 th	2 Jam	Pedurungan
res_6	L	21 th - 30 th	2 Jam	Mranggen -Demak
res_7	L	41 th - 50 th	3 Jam	Boja -Kendal
res_8	P	41 th - 50 th	3 Jam	Pedurungan
res_9	P	51 th - 60 th	3 Jam	Semarang Timur
res_10	L	31 th - 40 th	< 1 jam	Magelang
res_11	L	51 th - 60 th	< 1 jam	Pedurungan
res_12	P	61 th - 70 th	3 Jam	Semarang Utara
res_13	L	21 th - 30 th	2 Jam	Tembalang
res_14	P	31 th - 40 th	3 Jam	Genuk
res_15	L	21 th - 30 th	2 Jam	Jepara
res_16	L	21 th - 30 th	3 Jam	Ngaliyan
res_17	L	21 th - 30 th	1 Jam	Pedurungan
res_18	L	31 th - 40 th	3 Jam	Gubug -Grobogan
res_19	P	41 th - 50 th	< 1 jam	Purwokerto
res_20	L	31 th - 40 th	1 Jam	Semarang Tengah
res_21	P	31 th - 40 th	1 Jam	Candisari
res_22	L	41 th - 50 th	< 1 jam	Pedurungan
res_23	L	41 th - 50 th	1 Jam	Mranggen -Demak
res_24	P	51 th - 60 th	3 Jam	Pedurungan
res_25	L	41 th - 50 th	1 Jam	Tugu
res_26	L	41 th - 50 th	< 1 jam	Pedurungan
res_27	L	41 th - 50 th	2 Jam	Semarang Selatan
res_28	L	51 th - 60 th	2 Jam	Genuk
res_29	P	31 th - 40 th	< 1 jam	Semarang Selatan
res_30	P	41 th - 50 th	3 Jam	Pedurungan
res_31	L	31 th - 40 th	3 Jam	Candisari
res_32	P	51 th - 60 th	1 Jam	Ngaliyan
res_33	L	41 th - 50 th	2 Jam	Pedurungan
res_34	P	51 th - 60 th	3 Jam	Gajahmungkur
res_35	P	21 th - 30 th	3 Jam	Kaliwungu -Kendal
res_36	L	51 th - 60 th	2 Jam	Banyumanik
res_37	P	41 th - 50 th	3 Jam	Gayamsari
res_38	L	51 th - 60 th	3 Jam	Semarang Tengah
res_39	L	51 th - 60 th	3 Jam	Genuk
res_40	P	41 th - 50 th	3 Jam	Gayamsari
res_41	L	41 th - 50 th	2 Jam	Pedurungan
res_42	L	51 th - 60 th	3 Jam	Pedurungan
res_43	L	51 th - 60 th	3 Jam	Pedurungan
res_44	L	41 th - 50 th	2 Jam	Pedurungan
res_45	L	51 th - 60 th	3 Jam	Pedurungan
res_46	L	41 th - 50 th	3 Jam	Pedurungan
res_47	L	51 th - 60 th	3 Jam	Candisari
res_48	L	51 th - 60 th	2 Jam	Semarang Utara
res_49	L	41 th - 50 th	2 Jam	Mranggen -Demak
res_50	P	51 th - 60 th	3 Jam	Gayamsari

Lampiran 5 : Uji linear

Means

[DataSet1] H:\SKRIPSI\skripsi\uji analisis.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
X_program_siaran_nada_taq wa *	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
Y_kebutuhan_musik_religi_ slam						

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
X_program_siaran_nada_taq	Between Groups	(Combined)	149,058	12
wa *		Linearity	109,613	1
Y_kebutuhan_musik_religi_ slam		Deviation from Linearity	39,445	11
	Within Groups		107,262	37
	Total		256,320	49

ANOVA Table

			Mean Square	F
X_program_siaran_nada_taq	Between Groups	(Combined)	12,422	4,285
wa *		Linearity	109,613	37,811
Y_kebutuhan_musik_religi_ slam		Deviation from Linearity	3,586	1,237
	Within Groups		2,899	
	Total			

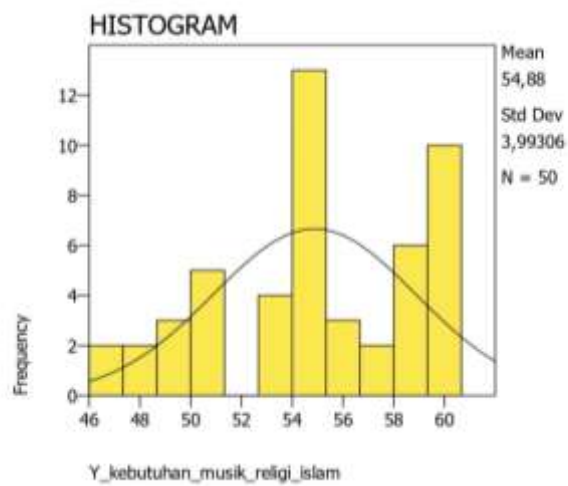
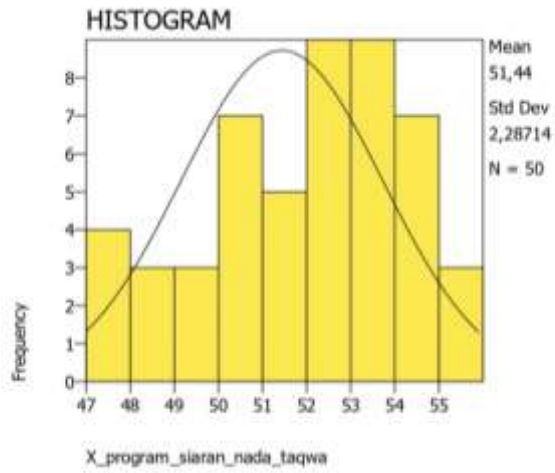
ANOVA Table

			Sig.
X_program_siaran_nada_taq	Between Groups	(Combined)	,000
wa *		Linearity	,000
Y_kebutuhan_musik_religi_ slam		Deviation from Linearity	,298
	Within Groups		
	Total		

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
X_program_siaran_nada_taq	,654	,428	,763	,582
wa *				
Y_kebutuhan_musik_religi_ slam				

Lampiran 6 : Uji normalitas



Lampiran 7 : Uji korelasi

		Correlations	
		X_program_siaran_nada_taqwa	Y_kebutuhan_musik_religi_islam
X_program_siaran_nada_taqwa	Pearson Correlation	1,000	,654 ^a
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
Y_kebutuhan_musik_religi_islam	Pearson Correlation	,654 ^a	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

a. Significant at .05 level

Lampiran 8 : Angket

Hubungan Program Siaran Nada dan Taqwa Radio Dais 107.9 FM dengan Pemenuhan Kebutuhan Musik Religi Pada Komunitas Monitor Dais (MODIS)

Identitas diri :

Nama :

Umur :

Alamat :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan (*coret yang tidak perlu*)

Pertanyaan umum :

1. Dalam 1 bulan terakhir, apakah Anda pernah mendengar Radio Dais?
 YA TIDAK
2. Dalam 1 hari, berapa jam Anda biasa mendengarkan Radio Dais?
 >1 jam 1 jam 2 jam 3 jam
3. Dalam 1 bulan terakhir, apakah Anda pernah mendengar siaran Nada dan Taqwa Radio Dais di waktu sore?
 YA TIDAK

Petunjuk Pengisian :

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat.
2. Isi setiap pernyataan dengan tanda silang (X) pada kolom pilihan yang tersedia, yaitu :
 SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Netral
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju
3. Tidak ada penilaian salah dan benar. Semua jawaban yang diberikan dianggap sebagai pendapat Anda sendiri.

Pertanyaan A : Skala Program Siaran Nada dan Taqwa**➤ Karakter penyiar**

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Penyiar ceria saat siaran berlangsung					
2	Penyiar menghormati penelpon dengan sikap tawadu dan ramah					
3	Penyiar mengawali dan mengakhiri siaran dengan salam					
4	Penyiar mengakhiri siaran dengan mendoakan yang baik kepada umat muslim dan pendengar					

➤ Pilihan musik dan lagu religi

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
5	Musik dan lagu mengajak untuk amar ma'ruf nahi munkar					
6	Musik dan lagu memiliki nilai-nilai keislaman					
7	Musik dan lagu mengajak untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt.					

➤ Gaya bertutur

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
8	Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
9	Gaya bertuturnya tidak menyinggung SARA					
10	Berbicara dengan lembut dan santun					

➤ Materi

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
11	Materi siaran mengandung nilai-nilai ajaran islam					
12	Materi siaran memberikan pencerahan mengenai kehidupan					
13	Pesan siaran mengajak kepada kebaikan					

Pertanyaan B : Skala Pemenuhan Kebutuhan Musik Religi**❖ Pengetahuan**

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
14	Mendengar program acara "Nada dan Taqwa" dapat menambah pengetahuan musik-musik religi.					

15	Lagu yang diputarkan pada program acara “Nada dan Taqwa” dapat membuat saya lebih memahami islam.					
16	Dari program acara “Nada dan Taqwa” Saya bisa memahami makna lagu yang diputarkan.					

❖ Hiburan

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
17	Menyetel radio untuk mendengarkan program acara “Nada dan Taqwa” membuat Saya tidak merasa kesepian.					
18	Lagu yang diputarkan pada program acara “Nada dan Taqwa” membuat Saya bersemangat untuk menjadi pribadi yang lebih baik dihadapan Allah Swt.					
19	Menirukan lagu pada program acara “Nada dan Taqwa” dapat melepas stress meski tidak hafal semua liriknya.					

❖ Kepentingan Sosial

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
20	Mendengarkan musik religi di radio pada program acara “Nada dan Taqwa” dapat meningkatkan silaturahmi dengan orang lain.					
21	Saya merekomendasikan ke orang lain untuk mendengarkan program acara “Nada dan Taqwa” karena musik yang diputarkan mengandung ajakan amar ma’ruf nahi munkar					
22	Mendengar musik religi di radio pada program acara “Nada dan Taqwa” menjadi pelengkap kegiatan sore keluarga sebelum waktu magrib.					

❖ Pelarian

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
23	Mendengar musik religi di radio sebagai cara untuk tidak ingin mendengarkan suatu keributan.					
24	Musik religi menjadi pilihan musik jika hati merasa kosong atau suntuk					
25	Saat ingin bersantai di sore hari, saya menyetel radio yang memutar musik religi					

Lampiran 9 : Surat ijin penelitian dari MAJT



PELAKSANA PENGELOLA MASJID AGUNG JAWA TENGAH

Sekretariat : Jln. Gajah Raya Semarang Telp dan Fax. (024) 6725412

Nomor : 115/PP-MAJT/VI/2022
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Ijin Riset**

Semarang, 2 Dzulhijah 1444 H
22 Juni 2023 M

Kepada Yth
Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di-
Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, shalawat dan salam semoga tetap tercurah pada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya dan para pengikutnya. Amin.

Menanggapi surat saudara nomor: 2555/Un.10.4/K/KM.05.01/06/2023 tanggal 12 Juni 2023 tentang Permohonan Ijin Riset di Masjid Agung Jawa Tengah, bersama ini kami sampaikan bahwa :

1. Pelaksanaan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah (PP-MAJT) menyampaikan terima kasih atas kepercayaan saudara kepada Masjid Agung Jawa Tengah.
2. PP-MAJT mengijinkan mahasiswa saudara:

Nama : Fidaa Mustaghfiroh
NIM : 1901026112
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Hubungan Antara Program Siaran Nada dan Taqwa Radio Dais 107.9 FM dengan Kebutuhan Musik Religi Islam pada Komunitas Monitor Dais (MODIS)

Untuk melakukan riset penggalan data Monitor di Radio Dakwah Islam (DAIS) MAJT.

3. Memberikan hasil riset dalam bentuk soft copy dan hard copy kepada Masjid Agung Jawa Tengah.
4. Hal-hal yang bersifat teknis dapat dikoordinasikan dengan saudara Beny Arief Hidayat, HP/WA : 082134970000.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatiannya kami menyampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Ketua
Sekretaris



Drs. KH. Muhyiddin, M.Ag

BIODATA

Nama : Fidaa Mustaghfiroh

Tanggal Lahir : 30 Oktober 2000

Alamat : Jl. Supriyadi Kalicari IV Palebon Pedurungan Semarang

Pendidikan : 1. MI Tarbiyatul Khairat

2. MTs NU Banat Kudus

3. MA NU Banat Kudus