

**STRATEGI DAKWAH RADIO DAIS 107.9FM MASJID  
AGUNG JAWA TENGAH PADA PROGRAM SIARAN “NADA  
TAQWA”**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**YASINTHA ARDIYANI**

**1401026093**

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

**2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website :  
[www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

Lamp. : 1 (satu) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

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

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

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

Nama : Yasintha Ardiyani  
NIM : 1401026093  
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ KPI  
Judul Skripsi : **STRATEGI DAKWAH RADIO DAIS 107.9 FM  
SEMARANG PADA PROGRAM "NADA TAQWA"  
ON AIR**

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

Semarang, 14 Mei 2019

PEMBIMBING

**Drs. H. Ahmad Anas, M. Ag.**

NIP. 19660513 199303 1 002

# PENGESAHAN

SKRIPSI


STRATEGI DAKWAH RADIO DAIS 107.9 FM MASJID AGUNG JAWA TENGAH PADA  
PROGRAM SIARAN "AL-HAJAT AL-QIBLA"

Disusun Oleh:  
Yasmintha Ardiyani  
1401026093

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 Mei 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



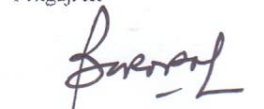
H. M. Alfandi, M.Ag.  
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris/Penguji II



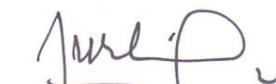
Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom.  
NIP. 19731222 200604 1 001

Penguji III



Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag.  
NIP. 19660508 199101 2 061


Penguji IV



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

Mengetahui

Pembimbing



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



Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
pada tanggal 25 Juni 2019

Aludin Penay, Lc., M.Ag.  
NIP. 197200003 1 001

iii

N

iii

## PERNYATAAN

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

Semarang, 09 Mei 2019



Yasinta Ardiyani

NIM : 1401026093

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku Bapak Ambar Cahyono dan Ibu Sri Susanti yang telah mengasuh, mendidik, dan memberikan kasih sayang tanpa batas serta do'a yang tulus.
2. Kakakku Adha Ardiyono dan Adekku Pangesti Ardiyani. Semoga kebahagiaan selalu menyertai disetiap langkah dalam hidup kalian.
3. Teman-teman KPI C 2014, serta sahabat seperjuang Fina, Aliftha, Ghaffar, Ghufron, Amir, Ulna, Zakia, Rani, Ella, Laely, Muntamah dll yang telah memberikan semangat dan motivasi serta menghibur disaat susah, ketawa bareng disaat senang. Momen inilah yang akan kita rindukan kawan.
4. Big Family Walisongo Tv. Azizi, Aini, Ela, Rani, Rifai, Maryono, Dadang, Firyal dll kalian semua adalah keluarga yang akan selalu aku rindukan kebersamaannya.
5. Teman-teman HMJ KPI dan LPM MISSI yang telah memberikan banyak pengalaman dan ilmu yang bermanfaat.
6. Teman-teman KPI 2014 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*, puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Strategi Dakwah Radio Dais 107.9 FM Masjid Agung Jawa Tengah pada Program Radio *Nada Taqwa*”

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada Baginda Rosulullah SAW, para kerabat, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman. Penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala hormat, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M. Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Dra. Hj. Sholihati, M. A. dan Nilnan Nikmah, M. Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan KPI UIN Walisongo Semarang.
4. Drs. Ahmad Anas, M. Ag. dan Rustini Wulandari, S. Sos., M. Si. selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan asisten dosen serta civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membagi ilmu dan pengalamannya kepada penulis di bangku kuliah. Serta segenap karyawan yang telah membantu menyelesaikan administrasi.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat, kasih sayang dan segala yang terbaik untuk penulis, sehingga penulis bisa mendapat gelar sarjana ini.
7. Kakaku Adha Ardiyono dan Adikku Pangesti Ardiyanti yang selalu menjadi tempatku berkeluh kesah tentang semua yang penulis alami

8. Sahabat-sahabat seperjuangan, Fina, Aliftha, Eza, Ghaffar, Ghufron, Ulna dkk. Terimakasih untuk senyuman, semangat, dan canda tawa kalian.
9. Teman-teman Walisongo Tv
10. Teman-teman KKN Posko 14 Kebonagung Demak
11. Teman-teman KPI C 2014
12. Teman-teman HMJ KPI dan LPM MISSI

Kepada mereka semua, penulis tidak dapat memberikan apa-apa selain rasa tulus terimakasih dengan diiringi do'a semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan khususnya para pembaca.

Semarang, 03 Mei 2019

Yasinta Ardiyani

NIM. 1401026093

## **MOTTO**

*Ketika Anda menemukan sesuatu yang Anda sukai untuk dikerjakan, maka lakukanlah yang terbaik.*



## **ABSTRAK**

### **Strategi Dakwah Radio Dais 107.9FM Masjid Agung Jawa Tengah pada Program *Nada Taqwa***

**Yasinta Ardiyani  
(1401026093)**

Perkembangan teknologi informasi komunikasi telah mempermudah kegiatan dakwah, keberadaan media massa dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah. Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah sebagai salah satu lembaga penyiaran turut melakukan dakwah melalui siaran radio, salah satunya dengan melahirkan program dakwah berupa *Nada Taqwa*. Program *Nada Taqwa* merupakan program hiburan untuk agama Islam yang disiarkan dengan format *live* atau langsung, diudarakan setiap hari pukul 15:30 sampai 16:30 WIB. Bahasa yang digunakan oleh Program *Nada Taqwa* menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia yang santai merupakan implementasi Radio Dais untuk menjadi radio yang bersifat bersahabat. Kekuatan dan daya tarik media radio terletak pada perpaduan antara suara dan musik. Bahasa siar yang digunakan penyiar dalam program *Nada Taqwa* menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, ringan dalam artian merupakan bahasa keseharian. Materi yang disampaikan oleh penyiar mengenai aqidah maupun ibadah yang berlandaskan Alqur'an dan hadist, serta materi disesuaikan dengan *event* kalender yaitu peringatan dan isu yang sedang terjadi di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah yang digunakan oleh program *Nada Taqwa*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan penulis terhadap program *Nada Taqwa*.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah program *Nada Taqwa* menggunakan beberapa strategi untuk menyampaikan pesan dakwahnya, yaitu menentukan jadwal siaran serta memahami sasaran dakwah, menentukan metode dakwah yang digunakan, dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan dakwah dalam program *Nada Taqwa*.

***Kata kunci: Strategi dakwah, dan Program siaran.***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	7
E. Metode Penelitian .....	11
F. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II STRATEGI DAKWAH dan RADIO .....</b>	<b>17</b>
A. Strategi Dakwah .....	17
1. Pengertian Strategi Dakwah.....	17
2. Jenis Strategi Dakwah .....	19
3. Azas Strategi Dakwah .....	20
4. Strategi Dakwah .....	21
B. RADIO .....	22
1. Sejarah Radio Siaran .....	22
2. Program Siaran Radio .....	23
3. Strategi Program.....	28
4. Lembaga Penyiaran di Indonesia .....	31
C. Radio Sebagai Media Dakwah .....	33
1. Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah .....	33

2. Kelebihan Radio Sebagai Media Dakwah.....	34
3. Kekurangan Radio Sebagai Media Dakwah.....	35
<b>BAB III GAMBARAN UMUM RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG ..</b>	<b>37</b>
A. RADIO DAKWAH ISLAM (DAIS) FM SEMARANG .....	37
1. Sejarah Berdirinya Radio DAIS 107.9 FM Semarang .....	38
2. Visi, Misi, dan Tujuan Radio DAIS 107.9 FM Semarang .....	40
3. Perkembangan Radio Dais .....	42
4. Struktur Organisasi Radio DAIS 107.9 FM Semarang .....	45
5. Program Siaran Radio DAIS 107.9 FM Semarang .....	46
6. Peralatan Siaran Radio DAIS 107.9 FM Semarang .....	53
B. Program Siaran <i>Nada Taqwa</i> .....	56
1. Profil Program Nada Taqwa.....	56
2. <i>Job Description</i> .....	58
C. Strategi Dakwah Program <i>Nada Taqwa</i> .....	58
1. Menentukan <i>time schedule</i> .....	58
2. Menentukan Format Siaran .....	59
3. Menambahkan Insert yang Menarik.....	59
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH PADA PROGRAM NADA</b>	
<b>TAQWA</b> .....	61
A. Analisis Pemetaan Dakwah.....	61
B. Analisis Menentukan Metode Dakwah .....	67
C. Analisis Evaluasi Program <i>Nada Taqwa</i> .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. KESIMPULAN .....	77
B. SARAN .....	78
C. PENUTUP.....	78

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**BIODATA**

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dakwah merupakan salah satu kewajiban utama dalam Islam. Sebagai agama penyempurna, Islam diterima Rasulullah pertama kali hingga sampai pada kita saat ini merupakan rangkaian dakwah yang tidak terputus pelaksanaannya. Sebagai konsekuensinya misi Islam tersebut diperuntukan untuk seluruh umat manusia dari berbagai penjuru dunia tanpa mengenal batas geografis, maupun etnis dalam semua perjalanan waktu (Faqih, 2015 :9). Dasar hukum dakwah tersebut disebutkan dalam Al Quran diantaranya surat Al Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

*Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung”(Q.S.al imran : 104).*

Pada kenyataanya dakwah adalah aktivitas untuk mengajak manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat (Samsul Munir, 2009 : xviii). Di samping itu, dakwah Islam juga dapat dimaknai sebagai usaha dan aktivitas orang beriman dalam mewujudkan ajaran Islam dengan menggunakan cara tertentu kepada perorangan, keluarga, masyarakat dan negara yang menyebabkan terbentuknya komunitas dan masyarakat muslim serta peradabannya.

Ajaran Islam menghendaki terciptanya individu yang mantap dalam akidah, ibadah, muamalah, maupun akhlaknya sehingga dari situ diharapkan lahir masyarakat yang ideal berada dibawah naungan Allah SWT. Disinilah

fungsi dakwah diperlukan untuk membina mental dan spiritual manusia sesuai dengan ajaran Allah SWT. Menurut Aziz (2004: 60) fungsi dakwah adalah :

- 1) Menyebarkan Islam kepada manusia sebagaimana individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan Islam benar-benar sebagai rahmatan lil'alamin bagi seluruh makhluk Allah.
- 2) Melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi ke generasi kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi ke generasi tidak terputus.
- 3) Berfungsi korektif artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.

Pada hakikatnya dakwah adalah menyeru kepada umat manusia untuk menuju kepada jalan kebaikan, memerintahkan yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar dalam rangka memperoleh kebahagiaan di dunia dan kesejahteraan di akhirat. Karena itu dakwah memiliki pengertian yang luas. Ia tidak hanya berarti mengajak dan menyeru umat manusia untuk memeluk Islam, lebih dari itu dakwah juga berarti upaya membina masyarakat Islam agar menjadi masyarakat yang lebih berkualitas khairu ummah yang dibina dengan ruh tauhid dan ketinggian nilai-nilai Islam (Pimay, 2006 : 14).

Strategi dakwah merupakan siasat, taktik, atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Strategi dalam menyampaikan dakwah sangat diperlukan dalam kehidupan manusia. Dalam mencapai tujuan dakwah maka diperlukan strategi atau cara untuk mewujudkannya dengan perencanaan yang baik yaitu : (1) memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal, (2) merumuskan masalah pokok umat Islam, (3) merumuskan isi dakwah, (4) menyusun paket-paket dakwah, dan (5) evaluasi kegiatan dakwah karena itu dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat dalam konteks sosiokultural tertentu. Sebab dakwah Islam dilaksanakan dalam kerangka sosiokultural yang sudah sarat dengan nilai, pandangan hidup dan sistem tertentu. Penentuan strategi dakwah juga bisa berdasar surat al-Baqarah ayat 129, ali Imran ayat 104, dan al Jumuah ayat 2.

Ketiga ayat ini memiliki pesan yang sama yaitu tentang tugas para Rasul sekaligus bisa dipahami sebagai strategi dakwah.

Dakwah terdapat unsur-unsur dakwah, antara lain da'i, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, mad'u dan efek dakwah. Salah satu unsur dakwah yang penting adalah media dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat moderen bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah. Media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain : media tradisional, media cetak, media broadcasting, media film, media audio visual, media audio, internet maupun media elektronik lainnya. Penggunaan media modern sudah selayaknya digunakan bagi aktivitas dakwah, agar dapat diterima oleh publik secara komprehensif (Munir, 2009 : 14).

Pada saat ini media media massa bisa digunakan untuk menyebarkan dakwah dengan berbagai sarana. Sarana-sarana dakwah yang tersedia juga mempercepat proses penyebaran dakwah Islam. Sedangkan pada masa lalu komunikasi dakwah dilakukan dengan tatap muka langsung secara personal ataupun berkelompok. Sesuai dengan perkembangan zaman teknologi, dunia dakwah menjadi berubah dengan menggunakan teknologi informasi sekarang komunikasi dakwah bias dinikmati tidak hanya pada satu tempat oleh satu kelompok saja, namun bisa dinikmati oleh seluruh dunia dan semua kalangan.

Banyak sarana-sarana komunikasi dakwah yang bisa digunakan oleh setiap da'i, lembaga atau organisasi sebagai subjek dakwah untuk menyebarkan dakwah islamnya. Maka dari itu komunikasi dakwah melalui media sangat diperlukan. Media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide dan sebagainya (Munir, 2009 :113). Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Bachtiar, 1997 : 35).

Pada hakikatnya dakwah dapat dilaksanakan oleh siapa saja (umat). Namun dalam praktek, umumnya dakwah dilakukan oleh para juru dakwah atau muballigh/muballighoh

Dakwah bil lisan atau yang biasa disebut dakwah melalui lisan atau perkataan adalah salah satu metode penyampaian dakwah melalui lisan. Dakwah tidak hanya terdapat pada dakwah bil lisan akan tetapi dakwah, tabligh atau khotbah tidak hanya di mimbar saja akan tetapi dengan berkembangnya di zaman modern ini dakwah juga harus dilakukan dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada saat ini seperti adanya teknologi radio.

Seiring dengan semakin canggih dan modernnya berbagai macam teknologi informasi, dampak kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi, menuntut adanya pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi.

Hal ini radio sebagai media audio sangat memperhatikan komunikannya yaitu pendengar. Media radio ini hanya bisa didengarkan saja, namun banyak masyarakat yang menggunakan radio walaupun saat ini media televisi lebih banyak diminati oleh masyarakat. Pendengar (komunikasikan) merupakan sasaran dari komunikator. Komunikasi akan efektif bila dapat memikat perhatian pendengar, menarik minatnya, membuat pendengar mengerti dan menyakinkan pendengar untuk melakukan kegiatan sesuai pesan dari komunikator. Sedangkan sifat pendengar radio itu meliputi: kesukaan, kegemaran, kebiasaan, minat dan keinginan.

Salah satu media radio yang memiliki karakteristik dakwah adalah Radio Dakwah Islam 107.9 FM. Radio ini beralamat JL. Gajah, Sambirejo, Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah 50166 tepatnya di menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah. Radio DAIS ini memiliki beberapa program on air, salah satunya program *Nada Taqwa*. Program ini di produksi mulai tahun 2006 merupakan program yang dirancang dengan konteks

request yang melibatkan pendengar. *Nada Taqwa* ini berbeda dengan dua program request yang ada di Radio Dais, dalam program ini *Nada Taqwa* hanya memutar lagu qosidah Arab dan rebana tidak ada lagu pop islam yang biasa dinyanyikan band atau penyanyi dengan lirik bahasa Indonesia.

Permasalahan yang peneliti amati adalah lagu kasidah Arab yang sudah lawas dan panjang yaitu tujuh sampai sepuluh menit perlagu masih sering di *request* oleh pendengar hingga berkali-kali, padahal dalam program ini penyiar diwajibkan untuk menyampaikan pesan singkat Islam sesuai dengan RAS (Rencana Acara Siaran). Karena hal tersebut penyiar *Nada Taqwa* sampai kewalahan dalam menerima *request* melalui telepon sebanyak tujuh kali, ditambah request melalui pesan *sms* atau *whatsapp* melebihi dua puluh *request* dari pendengar dan hanya dipilih beberapa saja. Keadaan ini membuat beberapa pendengar meninggalkan siaran *Nada Taqwa* dan memilih program lain. Namun dalam beberapa kurun waktu menurut penyiar radio dais, saat ini mengalami penurunan pendengar. Waktu siaran *Nada Taqwa* 60 menit dalam sehari ini menjadi kendala bagi radio Dais bahwa dengan jam siar satu jam kemudian lagu yang diputarkan dari request pendengar mencapai tujuh sampai sepuluh menit perlagu dan harus diselingi pesan-pesan dakwah, iklan, dan jingle membuat beberapa pesan tidak tersampaikan secara keseluruhan.

Maka dari itu, peneliti mencoba memfokuskan strategi dakwah dari program *Nada Taqwa* untuk tetap mempertahankan konsistensinya dalam menyebarkan dakwah melalui lagu kasidah dan rebana. Pendengar tidak hanya di perdengarkan kasidah saja namun hal penting dalam program ini adalah pesan-pesan singkat Islam yang disampaikan langsung oleh pendengar atau penyiar sebagai sisipan dalam siarannya. Berjalannya program *Nada Taqwa* memiliki strategi dakwah yang bisa dijadikan dasar untuk mencapai tujuan dakwah melalui radio. target pendengar dan pesan dakwah melalui pesan singkat Islam yang tersampaikan secara baik.



Sehubungan dengan ini Allah SWT telah berfirman tuntutannya kepada umat untuk menyampaikan dakwah dalam surat An-Nahl 125 adalah sebagai berikut :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Rabb-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik”.

Ayat diatas memberikan petunjuk untuk menyerukan kebaikan kepada sesama umat manusia dengan cara yang baik pula. Didalam ayat tersebut memberikan petunjuk bahwa bisa dilakukan dengan menyampaikan dakwah dengan baik salah satunya melalui program radio dakwah yang telah dikemas untuk pendengar yang akan menerima pesan dakwah tersebut. Dengan demikian di zaman yang lebih modern ini menyeru kebaikan dapat melalui radio khususnya radio yang bergerak dalam ranah dakwah.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian secara mendalam berkaitan dengan pelaksanaan strategi dakwah di Radio DAIS FM 107.9Hz, hasil penelitian ini akan penulis sajikan dalam bentuk tulisan dengan judul Strategi Dakwah Radio 107.9fm Masjid Agung Jawa Tengah pada Program Siaran “*Nada Taqwa*”

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi dakwah radio Dais 107.9 Fm Masjid Agung Jawa Tengah pada program siaran “*Nada Taqwa*” ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka peneliti memiliki tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi dakwah radio dais 107.9fm Masjid Agung Jawa Tengah pada program *Nada Taqwa*. Berikut manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian :

a) Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan komunikasi dan dakwah, khususnya pada penyiaran islam dengan menyampaikan dakwah dengan radio.

b) Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam media massa yang dapat digunakan untuk berdakwah, khususnya media radio.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Adanya penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang sedang penulis teliti. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini bukanlah yang pertama kalinya. Maka dari itu peneliti melakukan telaah pustaka yang terkait dengan judul yang peneliti teliti. Penelitian tersebut hampir sama dengan judul yang diteliti.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Khaerussa'adah (2012) dengan judul Strategi Radio PTDI UNISA 205 (106AM) dalam Menyiarkan Siaran Dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang membahas tentang strategi yang digunakan radio PTDI UNISA dalam menyiarkan siaran dakwah melalui radio. Penelitian ini merupakan studi kasus yang menggunakan pendekatan wawancara dan observasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh radio PTDI UNISA dalam mengembangkan dakwah melalui radio.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan radio PTDI UNISA dalam mengembangkan dakwah tertuang dari berbagai aspek, terutama aspek pengembangan program. Dakwah yang dikonsep tidak lagi hanya bersifat konvensional akan tetapi bersifat modern melalui pengembangan media. Meskipun begitu frekuensi AM masih menjadi salah satu kendala bagi PTDI UNISA dalam menarik simpati pendengar. Namun hal tersebut dijadikan oleh radio PTDI UNISA sebagai tantangan untuk membuka terobosan baru dengan mengudara pada frekuensi FM tanpa harus menghilangkan jalur AM.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Safa'atun (2015) dengan judul Strategi Komunikasi Radio DAIS 107.9 FM Semarang pada Siaran Streaming. Fokus penelitian ini Penelitian ini berawal dari latar belakang hadirnya ilmu perkembangan dan teknologi baru yang ada di Indonesia dan mulai digunakan oleh stasiun penyiaran publik, swasta, maupun komunitas untuk menyebarluaskan siaran melalui media internet, yaitu streaming. Salah satu radio yang menggunakan radio internet atau streaming untuk menyebarluaskan program siarannya yaitu Radio Dakwah Islam (DAIS) Semarang. Radio Dais merupakan radio komunitas yang memiliki visi misi dakwah Islam. Dengan digunakannya radio streaming berarti siaran dakwah meluas dan menjangkau pendengar yang berada diluar jangkauan siaran. Semakin meluasnya jangkauan siaran maka harus digunakan strategi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil tempat Radio Dais 107.9 FM Semarang. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun metode analisis datanya menggunakan analisis deskriptif untuk memaparkan tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Dais dalam siaran streaming. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah dalam menerapkan strategi komunikasi Radio Dais terlebih dahulu mengenal khalayak sasaran (pendengar). Khalayak sasaran Radio Dais adalah masyarakat kota Semarang dan sekitarnya dengan melakukan telepon random dan mengirim pesan singkat, serta memanfaatkan jejaring sosial seperti facebook dan twitter. Setelah mengetahui khalayak sasaran, dalam menyusun materi pesan Radio Dais mengangkat tema yang sedang aktual. Selanjutnya metode yang digunakan Radio Dais dalam menyampaikan siarannya adalah dengan metode informatif, persuasif, dan edukatif. Kemudian untuk menjangkau pendengar Radio Dais yang berada diluar jangkauan, Radio Dais memilih media streaming dengan format windows media dengan membuka alamat web [www.dais1079fm.com](http://www.dais1079fm.com). Fasilitas yang disediakan berupa chatbox, pengunjung halaman bisa berkirim

salam dan memberikan komentar. Proses streaming tergantung oleh jaringan, sehingga kualitas suara terkadang tidak konstan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nur Ariyanti (2010) dengan judul Strategi Dakwah MTA Melalui Radio MTA 107.9 Surakarta. Fokus penelitian ini mencoba menjabarkan tentang strategi dakwah MTA melalui salah satu media massa yang di miliknya yaitu Radio MTA 107,9 FM Surakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Adapun strategi dakwah melalui radio yang penulis maksud dalam penelitian ini merupakan konsep yang memuat langkah-langkah yang terarah, terpadu dan integral mengenai radio dengan mendayagunakan segala potensi yang dimiliki untuk mengembangkan dakwah kepada kelompok sasaran yang telah ditentukan, dengan mengarahkan manusia agar senantiasa bertakwa kepada Allah SWT melalui media radio. Dalam hal ini strategi dakwah yang dikembangkan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) dalam rangka mencapai sasaran dan tujuan dakwahnya secara efektif dan efisien melalui Radio MTA 107,9 FM Surakarta. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Yayasan Majelis Tafsir Alqur'an (MTA) dan Radio MTA 107,9 FM Surakarta, ditemukan tiga strategi utama yang digunakan MTA melalui salah satu media dakwahnya tersebut, yakni; Strategi Adaptif, Strategi Diferensiasi, Strategi Diversifikasi. Terlepas dari hasil yang telah dicapai, ketiga strategi tersebut telah diimplementasikan dalam keseluruhan dakwah MTA melalui radio dakwahnya.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Heri Sunarno (2014) dengan judul Strategi Komunikasi Radio Komunitas Dalam Mempertahankan Eksistensinya. Fokus penelitian ini Penelitian ini didasari atas semakin terkikisnya Radio Komunitas wilayah Pasuruan dalam bidang siarannya, maka untuk itu dirasa penting untuk meningkatkan strategi manajemen di dunia penyiaran radio Komunitas. Radio Komunitas merupakan media massa yang bergerak dibidang siaran, dibentuk oleh sekelompok masyarakat dan

dipergunakan untuk masyarakat pula, oleh karena itu jika sebuah radio secara perlahan sudah kehilangan eksistensinya di mata masyarakat, yang menjadi masalahnya adalah ancaman kematian dalam penyiarannya, Untuk itu perlu adanya peningkatan mutu manajemen penyiaran sesuai dengan pembacaan kebutuhan yang menjadi kebutuhan sebuah komunitas. Type yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara Deskriptif Kualitatif, dengan menggunakan pendekatan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Target interview dan observasi adalah staf (pengurus) radio Komunitas (Duta FM) digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan dalam penyiaran, sedangkan interview pada audien (khalayak sasaran) adalah sebagai pengukur secara deskriptif tentang seberapa jauh program siaran yang diterapkan Duta FM diminati oleh khalayak sasaran. Temuan dari penelitian ini adalah, bahwa strategi komunikasi dan manajemen siaran yang dilakukan Duta FM kurang mengena dalam hal aplikasinya, dikarenakan kurang maksimal dalam penerapan manajemen penyiaran.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Mulyati (2011) dengan judul penelitian Studi Analisis Program Siaran Dakwah di Radio Ngabar FM 106.2 Pondok Pesantren Kabupaten Ponorogo. Fokus penelitian ini yakni radio siaran berkembang pesat seiring dengan tingkat peradaban manusia dan kemajuan teknologi komunikasi. Kehadiran radio sebagai media dakwah memang tidak menjadi masalah, namun bagaimana mengemas dakwah melalui media radio agar lebih efektif masih merupakan hal yang perlu dikaji lebih dalam oleh lembaga-lembaga dakwah. Terkait dengan efektifitas tersebut ada hal yang paling mendasar yang perlu dikaji yakni berkaitan dengan program siaran dakwah, dan juga yang tidak kalah pentingnya adalah mengenai keterbatasan waktu yang disediakan untuk program siaran dakwah di radio yang relatif sedikit. Radio Ngabar FM Ponorogo merupakan radio yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Walisongo Ngabar Ponorogo yang berada pada frekuensi 106.2 MHz. Ekspektasi awal pendirian Ngabar FM adalah selain menjaga dan terus berupaya mengumandangkan eksistensi Pesantren dihadapan publik, Ngabar FM

dapat dijadikan sarana dakwah yang memang sebenarnya menjadi titik dasar pendirian Ngabar FM sebagai sarana amar ma'ruf nahi munkar. Selain itu, dengan adanya Ngabar FM Pesantren mendapatkan multi keuntungan dari sisi finansial. Artinya, walaupun tidak termasuk radio komersil yang mengedepankan keuntungan materi, Ngabar FM tidak menolak bagi siapa saja yang memasang iklan. Akhirnya, hingga saat ini Ngabar FM menjadi radio dengan program dakwah terbanyak walau juga tidak mengesampingkan program hiburan lainnya yang sesuai dengan kapasitas masyarakat saat ini.

Dapat dilihat dari kelima penelitian di atas sama-sama mengkaji tentang radio. Berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terfokuskan pada suatu program siaran dengan konsep program *request*. Disini penulis mencoba menulis skripsi dengan judul Strategi Dakwah Radio Dais 107.9 FM Masjid Agung Jawa Tengah pada Program Siaran "*Nada Taqwa*"

## **E. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2014:2). Metode penelitian adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban dalam kegiatan penelitian. Dengan kata lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topic penelitian (Sulistio,2012: 35).

### 1) Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011 : 6).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Seperti yang diungkapkan Azwar (2013 : 6) penelitian

deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Penelitian ini berusaha mencari jawaban mengenai strategi dakwah radio 107.9 Dais FM Semarang pada program siaran Nada Taqwa.

## 2) Definisi Konseptual

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai siasat, metode, taktik atau manuver yang digunakan dalam aktifitas dakwah dalam rangka mencapai sasaran dan tujuan secara efektif dan efisien (Syukir, 1983: 32).

Adapun yang dimaksud strategi dakwah melalui radio merupakan konsep yang memuat langkah-langkah yang terarah, terpadu, dan integral mengenai radio dengan mendayagunakan segala potensi yang dimiliki untuk mengembangkan dakwah kepada kelompok sasaran yang telah ditentukan, dengan mengarahkan manusia agar senantiasa bertakwa kepada Allah SWT melalui radio. Dalam hal ini strategi dakwah yang dikembangkan oleh radio Dais yaitu dalam rangka mencapai sasaran dan tujuan dakwahnya secara efektif dan efisien melalui program radio Nada Taqwa.

## 3) Sumber dan Jenis Data

Data yang digali dalam penelitian ini adalah data dari dua sumber penelitian yaitu :

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2013 : 91). Adapun sumber data primer pada penelitian ini yaitu penyiar Nada Taqwa dan pimpinan radio Dais Semarang. Data

primernya berupa hasil wawancara dengan penyiar dan pimpinan radio Dais Semarang.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2014 : 225). Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari buku-buku, tulisan-tulisan, maupun dokumen yang mendukung dan ada relevansinya dengan kajian peneliti.

## 4) Teknik dan Pengumpulan Data

Mengumpulkan data merupakan langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian dengan pendekatan apapun termasuk penelitian kualitatif ini (Danim, 2002 : 121). Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2014 : 224).

### 1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2011 : 186). Radio Dais yang berperan sebagai da'I, penyiar sebagai narasumber dakwah akan menjadi objek dari wawancara peneliti. Hal-hal yang ditanyakan antara lain proses pelaksanaan siaran Nada Taqwa menggali data-data yang berhubungan dengan strategi dakwah melalui program siaran radio Nada Taqwa di radio Dais Semarang.

### 2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2014 : 145). Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan dengan



mengamati untuk memperoleh data tentang proses pelaksanaan siaran Nada Taqwa di radio Dais FM Semarang.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2014 : 240). Penggunaan metode dokumentasi ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang radio Dais Semarang seperti, visi misi, struktur organisasi daftar karyawan, sarana dan prasarana, dan gambaran proses pelaksanaan siaran di radio Dais khususnya program siaran Nada Taqwa dalam menyampaikan dakwah.

### 5) Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen dalam (Moleong, 2011 : 248), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014 : 244).

Analisis data merupakan suatu rangkaian kegiatan menelaah, mengelompokkan, menafsirkan dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah, tidak ada teknik yang baku (seragam) dalam melakukan hal ini, terutama penelitian kualitatif (Mulyana, 2001 : 63).

Dalam analisis data, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana melakukan penelitian, peneliti akan mencoba mendeskripsikan fakta dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa sehingga penelitian ini bisa ditarik suatu benang merah dari strategi dakwah dalam program acara Nada Taqwa.

Ada beberapa tahapan dalam proses menganalisis data dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi
- b. Mengedit seluruh data yang masuk
- c. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan
- d. Melakukan analisa seperlunya terhadap data yang telah tersusun

Data-data yang telah terkumpul dari observasi, wawancara, dokumentasi, kemudian penulis menganalisis data yang ada dengan pendekatan kualitatif. Untuk itu, dalam menganalisis data penulis akan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis inilah yang digunakan untuk mengetahui strategi dakwah Radio Dais 107.9FM Semarang pada Program Siaran Nada Taqwa on air.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi yang dimaksudkan peniliti yaitu menguraikan pembahasan masalah di atas, maka peneliti berusaha menyusun kerangka penelitian secara sistematis agar pembahasan lebih terarah dan mudah dipahami, sehingga tercapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

Bab pertama adalah pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penleitian (meliputi:sumber data,sumber dan jenis data, definisi konseptual, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data)

Bab kedua adalah kerangka teori yang terdiri dari tiga sub bab, sub bab pertama menjelaskan tentang pengertian strategi. Pada sub bab kedua ini

terdiri dari pengertian dakwah dan unsur-unsur dakwah, serta strategi dakwah. Pada sub bab ketiga terdiri dari pengertian radio, gambaran radio Dais, program siaran Nada Taqwa.

Bab ketiga berisi tentang penyajian data eksistensi radio Dais Semarang dalam melaksanakan strategi dakwahnya melalui program Nada Taqwa. Pada pembahasan ini meliputi dua sub bab, yaitu sub bab pertama menjelaskan gambaran umum radio Dais Semarang yang meliputi tinjauan histori, letak geografis, struktur organisasi, daftar penyiar, serta daftar program siarannya. Sub bab kedua menjelaskan tentang gambaran umum program siaran Nada Taqwa onair.

Bab keempat berisi analisis hasil penelitian tentang analisis strategi dakwah program siaran Nada Taqwa.

Bab kelima merupakan penutup, yaitu bab terakhir yang berisi kesimpulan, saran-saran, kata penutup dan riwayat hidup penulis serta lampiran-lampiran.

## BAB II

### STRATEGI DAKWAH DAN RADIO

#### A. Strategi Dakwah

##### 1. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang artinya tentara. Definisi klasik tentang strategi semula berasal dari kalangan militer, bahwa strategi adalah cara yang terbaik untuk menggunakan dana, daya, dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan suatu pertempuran (Siagian, 1994:16). K. Andrews dikutip Mudrajad Kuncoro (2005:1). mengatakan bahwa strategi adalah pola sasaran, tujuan, dan kebijakan atau rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan.

Mintzberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan empat hal, yaitu :

- a) Strategy as plan, yaitu strategi merupakan rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b) Strategy as pattern, yaitu strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c) Strategi as position, yaitu strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan produk atau jasa tertentu dalam pesan yang spesifik.
- d) Strategy as a perspective, yaitu strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan versi dan budaya organisasi (Mintzberg, 1991:23-28).

Chandler yang dikutip oleh Freddy Rangkuti mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti, 2015:3). Sehingga dapat

dipahami bahwa strategi merupakan konsep atau kerangka berikir, sedangkan metode merupakan penerapan dari kerangka berfikir tersebut. Secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.

Strategi dakwah merupakan perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah (Aziz, 2004:349). Menurut Syukir (1983:32) strategi dakwah diartikan sebagai metode, siasat, yang digunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.

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

Berdakwah hukumnya wajib bagi setiap orang muslim. Dasar hukum kewajiban dakwah termuat dalam beberapa ayat dan hadist. Seperti dalam Qs. An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ  
بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ  
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya :

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

## 2. Jenis Strategi Dakwah

Keberhasilan dalam berdakwah diperlukan berbagai faktor penunjang diantaranya adalah strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah Islam mengenai pada sasaran. Pada era globalisasi dan era informasi saat ini diperlukan penerapan dakwah yang dapat menjangkau dan mengimbangi kemajuan teknologi tersebut, dengan demikian dakwah harus dikembangkan melalui strategi pendekatan. Penerapan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi mad'u akan menghasilkan dakwah yang tepat (Amin, 2009:100).

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk:

### a) Strategi Sentimentil

Strategi Sentimentil (al-manhaj al-'athifi) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin sasaran dakwah (mad'u). Memberi nasihat yang mengesankan kepada mad'u, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode dalam strategi ini. Metode ini sesuai untuk sasaran dakwah yang masih awam (lemah ilmunya), para muallaf, orang-orang yang dianggap lemah seperti kaum perempuan, anak-anak, dan orang miskin.

### b) Strategi Rasional

Strategi Rasional (al-manhaj al-'aqli) adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran.

### c) Strategi Indrawi

Strategi Indrawi (al-manhaj al-bissi) dapat dinamakan sebagai strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Metode yang dihimpun dalam strategi ini

adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama. (Aziz, 2004:351-353).

### **3. Azas-azas Dakwah**

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

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

Kedua, azas kemampuan dan keahlian da'i, yaitu azas yang membahas mengenai kemampuan dan profesionalisme da'i sebagai subjek dakwah. Rasa percaya mad'u terhadap da'i akan terukur oleh latar belakang da'i.

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

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

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

#### 4. Strategi Dakwah

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

a) Pemetaan Dakwah

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

b) Menentukan Bentuk Dakwah

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

c) Membuat Langkah-langkah atau Strategi Pelaksanaan Dakwah

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

d) Evaluasi Kegiatan Dakwah

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



## **B. Radio**

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

#### **a. Sejarah Penemuan Radio Siaran**

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

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

Seiring dengan munculnya berbagai stasiun radio, peran radio sebagai media massa semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat. Pada tahun 1938, masyarakat Manhattan, New Jersey, Amerika Serikat panik dan geger serta banyak yang mengungsi ke luar kota ketika stasiun radio CBS menyiarkan drama radio yang menceritakan makhluk ruang angkasa yang menyerang bumi. Meskipun sudah dijelaskan bahwa peristiwa serbuan itu hanya ada dalam siaran radio, namun kebanyakan penduduk tidak langsung percaya. Dalam sejarah siaran, peristiwa tersebut tercatat sebagai efek siaran paling dramatik yang pernah terjadi di muka bumi ini.

Pertengahan tahun 1930-an, Edwin Howard Amstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM). Radio penemuan Amstrong berbeda dengan radio yang banyak di pasaran, ketika itu menggunakan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi). Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih, dan bebas dari gangguan siaran. Amstrong kemudian mendemonstrasikan penemuannya kepada David Sarnof, pimpinan perusahaan Radio Corporation America (RCA) yang merupakan perusahaan pembuat pesawat radio sistem AM. Namun RCA lebih tertarik untuk mengembangkan televisi.

Perang Dunia II juga berdampak pada penemuan Amstrong, karena perang dunia II maka penemuan Amstrong belum sempat dikembangkan. Selain akibat perang, pengembangan radio FM juga tertunda karena kalangan industri ketika itu lebih tertarik untuk mengembangkan televisi. Radio FM baru muncul di masyarakat pada tahun 1960-an seiring dengan dibukanya beberapa stasiun radio FM, dengan memanfaatkan keunggulan kejernihan suara radio FM (Morissan, 2015:5).

**b. Sejarah Radio Siaran di Indonesia**

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

Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK) merupakan forum yang menyiarkan program bernuansa kebangsaan, maka pemerintah Hindia-Belanda menggunakan NIROM untuk menyebarluaskan doktrin “*etische Politica*” (etika politik) guna

mengimbangi semakin meningkatnya pergerakan kebangsaan di Indonesia waktu itu. NIROM (Nederlands Indische Radio Omrop) merupakan radio yang operasionalnya tercatat cukup besar, karena mendapat bantuan pemerintah Hindia Belanda berupa kewenangan mengutip pajak (iuran) radio dari pemilik pesawat penerima siaran radio.

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

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

Penyiaran radio memiliki peranan penting dalam sejarah kemerdekaan Indonesia. Pada tanggal 14 Agustus 1945, Bung Karno

dan Bung Hatta tiba dari Saigon. Dalam wawancaranya di bandara, Bung Karno mengatakan bahwa untuk memperoleh kemerdekaan tidak perlu menunggu jagung berbunga. Pernyataan tersebut dikutip dari ramalan Joyoboyo. Pada waktu itu tidak ada yang tahu bahwa Tenno Heika (Kaisar Jepang) telah menyatakan menyerah kepada sekutu.

Keesokan harinya pada tanggal 15 Agustus 1945, ruang lobi radio Jepang di Jakarta yang biasanya ramai terlihat lengang. Kemudian Mochtar Lubis datang ke studio menginformasikan bahwa Jepang telah menyerah, informasi ini diperolehnya dari siaran BBC karena ia bekerja dibagian monitoring. Kepala bagian umum Radio Jepang, Okonogi mengumumkan bahwa seluruh pegawai radio telah berada di dalam kompleks telah disandera. Siaran luar negeri tidak boleh mengudara, hanya siaran dalam negeri yang diperbolehkan.

Pada tanggal 16 Agustus 1945 tidak terjadi apa-apa, kompleks radio tetap dijaga ketat. Siaran dalam negeri berjalan seperti biasa menyiarkan lagu-lagu Jepang dan Indonesia, serta masih memanipulasi “kemenangan” Jepang.

Pada pagi harinya tanggal 17 Agustus 1945, siaran dalam negeri terus berjalan. Siaran berita diudarkan dari kantor Domei (kantor berita Jepang), sementara pegawai yang ada di kantor tetap dalam kondisi dikonsiyasi. Pukul 09.00 WIB Des Alwi, operator radio yang tidak disandera berhasil masuk ke studio dan menginformasikan bahwa Indonesia telah merdeka. Sekitar pukul 17.30, seorang wartawan Domei membawa teks proklamasi yang diterima dari Adam Malik untuk disiarkan melalui radio.

Pada pukul 18:00 WIB para petugas pemberitaan, siaran, dan teknik berunding di ruangan pemberitaan untuk mencari kesempatan menyiarkan teks proklamasi. Pukul 19:00 WIB teks proklamasi diacakan secara bergantian dalam bahasa Indonesia oleh Jusuf

Ronodiputro, dan Suprpto dalam bahasa Inggris. Penyiaran teks proklamasi tersebut melalui radio di Jakarta, berlangsung berkali-kali selama 15 menit dan secara bersamaan dilakukan juga oleh radio Bandung melalui gelombang 13,16,19,25 dan 40 dengan penyiar seperti Sakti Alamsyah, Abdul Hanan, dan Sjam Amir.

Guna mengantisipasi kemungkinan yang terjadi setelah pembacaan teks proklamasi, maka di Jakarta para pegawai siaran dan teknik berkumpul. Pada pukul 20:30 para prajurit Jepang datang ke ruang pemberitaan, karena peristiwa penyiaran teks proklamasi tanpa izin. Kemudian para pembaca teks disiksa oleh prajurit Jepang. Jenderal Hoso Kyoku Tomobaci selanjutnya datang ke studio dan membubarkan penyanderaan serta memberhentikan seluruh siaran, termasuk siaran yang ada di Bandung diberhentikan pada pukul 21:00 WIB.

Setelah stasiun penyiaran Nippon Hoso Kanri Kyoku (radio militer Jepang) tidak digunakan lagi, maka para pejuang radio segera mengupayakan instalasi ulang pemancar radio siaran perjuangan yang dikordinasikan oleh dr.Abdul Rachman Saleh. Suku cadang pemancar dicuri dari gudang Hoso Kanri Kyoku. Pemancar yang telah selesai di instalasi ulang kemudian dibawa secara sembunyi-sembunyi ke laboratorium sekolah kedokteran di Salemba.

Pada tanggal 25 Agustus 1945, presiden Soekarno melakukan pidato radio melalui pemancar bersejarah itu, dengan kekuatan 50 watt. Pengantar siaran yang digunakan saat itu adalah “this is the voice of free Indonesia” siaran dibuka dan ditutup dengan lagu kebangsaan Indonesia Raya (Djamal, 2015:16-18).

## **2. Program Siaran Radio**

Program siaran merupakan suatu bagian atau segmen dari isi siaran secara keseluruhan, sehingga dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Masing-masing program siaran ini

menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu, tergantung dengan jenis programnya yaitu hiburan, atau berita (Djamal, 2011:159).

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

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

#### 1. Program informasi

Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Informasi menjadi daya tarik program ini, dan informasi itulah yang “dijual” kepada khalayak. Dengan demikian, program informasi tidak hanya melalui program berita, dimana presenter atau penyiar membacakan berita tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga talk show (perbincangan). Program informasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu berita keras (hard news) dan juga berita lunak (soft news).

Berita keras (hard news) adalah segala informasi penting dan atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya yang harus segera diketahui oleh khalayak. Sedangkan berita lunak (soft news) adalah segala informasi penting dan menarik yang harus disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera diudarkan.

## 2. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita dan games (permainan). Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (games), dan musik (Morissan, 2008:218-223).

## 3. Strategi Program

Strategi Program ditinjau dari aspek manajemen atau manajemen strategis program siaran terdiri dari :

### a. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang dilakukan guna mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam merencanakan dan memilih program, biasanya bagian programmer akan bekerja sama dengan bagian pemasaran. Hal ini dilakukan karena bagian pemasaranlah yang akan memasarkan program yang bersangkutan, kerjasama yang baik antara kedua bagian ini akan menciptakan hasil yang efektif dan menguntungkan.

Perencanaan program secara umum menciptakan kebijakan tentang bagaimana mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam sehari, seminggu, hingga setahun. Bagian programmer bertanggung jawab untuk mendapatkan program serta menentukan waktu atau jam penyiaran program. Ketika menjalankan tugasnya, programmer juga harus memperhatikan segala ketentuan yang berlaku. Selain itu, programmer juga harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam merencanakan suatu program acara. Terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan sebelum memutuskan untuk memproduksi, melakukan akuisisi, dan kemudian penjadwalan program, yaitu: persaingan dan ketersediaan audien. Pengelola program harus mempertimbangkan apakah program yang akan dibuat cukup memiliki kekuatan untuk menarik audien dari stasiun penyiaran yang lainnya atau tidak. Jika suatu program tidak cukup kuat untuk

bersaing, maka dicarikan alternatif salah satunya dengan penjadwalan ulang jam siarannya.

Mengetahui siapa audien sangat penting dalam menentukan program siaran yang akan diudarakan. Keberhasilan suatu media sangat ditentukan oleh seberapa besar media bersangkutan bisa memperoleh pendengar, pntonton atau pembacanya. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengelola media massa sering kali menjadikan audien bukan sebagai faktor terpenting yang mempengaruhi pekerjaan mereka, namun demikian media tetap mengikuti laporan peringkat acara (rating) dan angka penualan iklan sebagai indikator untuk mengetahui jumlah audien. Selain itu, media juga perlu memilah-milah atau mengelompokkan audien (segmentasi audien) untuk mengetahui siapa audien yang akan menjadi fokus program serta apa kebutuhan audien yang belum terpenuhi (Morissan, 2015:264).

b. Produksi dan Pembelian Program

Program acara suatu lembaga penyiaran dapat diperoleh dengan cara memproduksi sendiri atau mendapatkan program dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Dalam melakukan akuisisi, manajer program harus berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan manajer umum. Jika perencanaan memutuskan untuk memproduksi sendiri program yang diinginkan, maka tugas tersebut dilakukan oleh departemen produksi penyiaran terkait.

Pada umumnya, stasiun radio memproduksi sendiri suatu program acaranya. Program yang dibuat sendiri biasanya merupakan program berita dan program yang terkait dengan informasi.

c. Eksekusi Program

Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang telah



ditentukan. Dalam hal ini, pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang optimal.

Salah satu ciri media penyiaran adalah sifat siarannya yang terus menerus, dibanding media massa lainnya seperti majalah yang dapat sampai di tangan pembacanya secara utuh. Pembaca majalah tidak harus membaca saat itu juga. Dibandingkan dengan surat kabar, stasiun penyiaran menyajikan berbagai menu program secara berkesinambungan tanpa terputus. Karena hal inilah, maka penataan atau penjadwalan program acara menjadi sangat penting.

Menentukan jadwal program acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio maupun televisi harus dapat menemani aktivitas apapun, karena aktivitas audien memiliki pola yang sama setiap harinya. Suatu program dapat disusun dengan runtut, rinci, dan terarah karena adanya panduan dalam operasional siaran yang disebut format clock, yaitu pola atau pedoman terhadap isi acara berbentuk diagram yang terdiri dari unsur-unsur isi materi siaran, keterangan durasi ucapan penyiar, jumlah lagu, dan jumlah iklan

Stasiun penyiaran tidak disarankan untuk menempatkan seluruh acara yang diminati secara beruntun, tetapi harus diselang-seling atau disebar dengan acara yang kurang populer. Diharapkan dengan cara yang seperti ini acara yang kurang diminati mendapat perhatian dari audien. Salah satu strategi agar audien tidak pindah saluran adalah dengan menampilkan cuplikan dari suatu acara yang bersifat dramatis, mengandung ketegangan, menggoda, dan memancing rasa penasaran audien. Sehingga audien harus mengikuti program acara tersebut untuk menjawab rasa penasaran tersebut, dengan strategi ini diharapkan audien tidak pindah saluran.

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat tercapai. Jika jumlah audien yang tertarik dan mengikuti program lebih rendah dari yang ditargetkan, maka kegiatan proses pengawasan mencakup kegiatan diskusi terhadap masalah dan memberikan pengarahan agar tercipta suatu solusi. Hasil diskusi dapat berupa perubahan rencana atau tindakan lain yang dapat mencapai target semula.

**4. Lembaga Penyiaran di Indonesia**

Menurut ketentuan UU No.32 tahun 2002 Bab I Pasal 1 tentang Penyiaran, Lembaga Penyiaran adalah penyelenggaraan penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

1. Lembaga Penyiaran Swasta

Undang-Undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia. Lembaga penyiaran ini didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang berasal dari iklan dan juga usaha lainnya yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Siaran iklan merupakan sumber pendapatan utama dalam lembaga penyiaran swasta, untuk itu materi siaran iklan harus mengacu pada kode etik periklanan dan persyaratan siaran iklan yang dikeluarkan oleh KPI serta peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya Undang-undang perlindungan konsumen. Selain itu, terdapat ketentuan bahwa lembaga penyiaran swasta wajib menyediakan siaran iklan layanan masyarakat mulai pukul 05:00 sampai pukul 22:00 waktu setempat.

## 2. Lembaga Penyiaran Berlangganan

Di Indonesia ketentuan mengenai stasiun penyiaran berlangganan selain diatur dalam UU No.32 tahun 2002 juga diatur dalam Peraturan Pemerintah No.52 tahun 2005 (PP 52/2005) tentang penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Lembaga penyiaran berlangganan harus berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan yang memancarluaskan atau menyalurkan materi siaran secara khusus kepada pelanggan. Dalam menyelenggarakan penyiarannya stasiun berlangganan harus melakukan sensor internal terhadap semua materi siaran serta menyediakan paling sedikit 20% dari kapasitas kanal saluran untuk menyalurkan program dari media penyiaran publik dan media swasta.

## 3. Lembaga Penyiaran Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial serta memiliki daya pancar yang rendah. Luas jangkauan wilayahnya terbatas hanya untuk melayani kepentingan komunitasnya. Stasiun komunitas didirikan dengan persetujuan tertulis paling sedikit 51% dari umlah penduduk dewasa atau paling sedikit 250 orang dewasa dan dikuatkan dengan persetujuan tertulis aparat pemerintah setingkat kepala desa/ lurah setempat. Radius siaran stasiun komunitas dibatasi maksimum 2,5 KM dari lokasi pemancar.

## 4. Lembaga Penyiaran Publik

Lembaga penyiaran publik didirikan oleh negara, bersifat netral, independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan kepada masyarakat. Stasiun ini terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) dengan stasiun pusat penyiarannya berada di Jakarta (Ibu kota negara), di daerah provinsi, kabupaten, atau kota didirikan stasiun

penyiaran publik lokal. Fungsi utama stasiun publik di Indonesia adalah memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat berupa layanan akan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa. Lembaga publik dalam memberikan layanan yang baik, harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan kepentingan masyarakat menjadi hal pembeda antara stasiun publik dengan stasiun komersil. Stasiun komersil dalam memenuhi kebutuhan audien mengutamakan aspek hiburan, sedangkan aspek pendidikan menjadi aspek pelengkap. Pada stasiun publik pemenuhan kebutuhan audien mengutamakan pendidikan, namun tetap memperhatikan aspek hiburannya (Morissan, 2008:88-110).

### **C. Radio Sebagai Media Dakwah**

Radio sebagai media dakwah merupakan sebuah terobosan yang efektif. Efektif karena melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas, sehingga dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi (mad'u) yang jauh dan tersebar. Terlebih setelah para mubaligh memiliki semangat yang gigih untuk memperluas misi dakwahnya untuk menyebarluaskan pesan ajaran agama Islam. Radio kini dinilai layak sebagai media untuk berdakwah.

Setiap media memiliki ciri dan komunikasi yang berbeda. Perbedaan itulah yang harus disiasati ketika seseorang hendak berbicara melalui media massa, oleh karena itu kemampuan komunikasi yang baik menjadi modal utama yang harus dimiliki oleh setiap komunikator (da'i).

#### **1. Fungsi Radio sebagai Media Dakwah**

Menurut Bahri Ghazali fungsi radio sebagai media dakwah adalah sebagai berikut :

- a. Radio sebagai salah satu media dakwah memiliki kelebihan tersendiri, terlepas pada efektivitas dan efisiensi berdakwah. Hal ini

terbukti pada bentuk siaran radio yang sederhana, serta da'i dan mad'u tidak harus bertemu.

- b. Radio sebagai media dakwah haruslah dapat tumbuh dan berkembang sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan pengetahuan ajaran Islam. Sehingga semua lapisan masyarakat dapat menerima, memahami, serta mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Dakwah yang dilakukan dalam radio tidak semata-mata hanya berbicara mengenai persoalan-persoalan apa yang dibenarkan dan dilarang oleh agama saja. Dakwah melalui radio juga mampu melihat cakrawala persoalan dan membuka wawasan yang lebih luas.
- d. Radio sebagai media dakwah lebih efektif, serta mampu mengiringi perubahan kemajuan zaman yang semakin canggih. Sehingga pada akhirnya radio mampu dijadikan sebagai sarana pengembangan dakwah Islam (Ardhana, 1995:20).

## **2. Kelebihan Radio sebagai Media Dakwah**

Keefektivan berdakwah melalui radio juga ditunjang oleh beberapa faktor, adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

- a. Bersifat Langsung.  
Pesan dakwah dapat disampaikan secara langsung kepada khalayak. Menyampaikan dakwah melalui radio tidak harus melalui proses yang kompleks, sebagaimana penyampaian pesan dakwah melalui media cetak. Melalui media radio, pendakwah cukup menyiapkan materi dan dapat langsung menyampaikan pesannya di depan mikrofon. Pesan dakwah langsung diterima dimana saja, di kantor, kamar, dalam mobil, dan lain-lain.
- b. Radio siaran memiliki daya tarik yang kuat.  
Daya tarik media siaran radio ialah terpadunya suara manusia, suara musik, dan bunyi tiruan (sound efek), sehingga menarik daya reka pendengar.

- c. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil.  
Dengan adanya alat pemancar, radio dapat mengudara ditempat-tempat terpencil. Sehingga para da'i tidak perlu bersusah payah menuju tempat terpencil.
- d. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis.  
Pendengar siaran radio tidak diharuskan memiliki kemampuan baca dan tulis, sehingga radio dapat dicerna oleh kaum buta aksara.
- e. Radio merupakan alat elektronik yang fleksibel, sehingga radio dapat digunakan dimana saja.  
Adanya kemajuan peralatan teknologi, sekarang radio dapat dijadikan sebagai sebuah aplikasi misalnya dalam ponsel. Dengan kemajuan seperti ini semestinya dapat mempermudah tersampainya pesan dakwah melalui radio.
- f. Tidak perlu memikirkan penampilan, dan tidak harus menghafalkan beberapa ayat Al-qur'an dan Hadist.  
Penampilan dalam radio bukanlah hal yang penting, karena radio lebih mengutamakan suara. Disamping itu, pendengar juga tidak mengetahui apakah da'i menyampaikan dakwahnya secara tekstual (membaca teks) ataupun sebaliknya (Aziz, 2009:411-412).

Penggunaan radio sebagai media dakwah sangatlah efektif dan efisien. Efektif dan efisiensi ini akan terdukung oleh da'i yang mampu memodifikasi dakwah dalam bentuk metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, apakah melalui metode ceramah, sandiwara radio, melalui tanya jawab, atau bentuk siaran lainnya. Berdakwah melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan dengan media radio, maka akan mudah dan praktis. Dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak yang jauh.

### **3. Kekurangan Radio sebagai Media Dakwah**

Kekurangan radio sebagai media berdakwah adalah siaran radio bersifat sepiantas dan gampang dilupakan. Pendengar tidak dapat

mengulang apa yang didengarnya, seperti halnya media cetak yang dapat dibaca berkali-kali. Berbeda dengan radio yang harus didengarkan pada saat jam siaran, mad'u tidak dapat mendengarkan dilain waktu. Selain itu, ketidaktahuan mad'u terhadap jadwal siaran sehingga acara siaran dakwah di radio sering terlewatkan oleh para pendengar, terkecuali jika radio siaran tersebut hanya sebagai radio siaran dakwah. Seperti radio Asy-syafi'iyah, radio At-tahiriyyah di Jakarta (Syukir, 1982:177).

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG**

**A. Radio Dakwah Islam (DAIS) FM Semarang**

**PROFIL**

**RADIO DAIS 107,9FM**

<b>Nama radio</b>	<b>: Radio DAIS (DAKWAH ISLAM)</b>
<b>Frekuensi</b>	<b>: 107.9 FM</b>
<b>Kekuatan Power</b>	<b>: 3.000 watt</b>
<b>Antena</b>	<b>: Omnidirectional</b>
<b>Tanda Pengenal</b>	<b>: PM3 AEG</b>
<b>Jarak Jangkau</b>	<b>: Radius 70 Km</b>
<b>Tower</b>	<b>: Self Sporting</b>
<b>Tinggi</b>	<b>: 99 meter</b>
<b>Service area</b>	<b>: Semarang dan Kabupaten Sekitarnya</b>
<b>Slogan Radio</b>	<b>: Nada dan dakwah</b>
<b>Berdiri</b>	<b>: Sabtu pon, 23 September 2006M/ 29 Syakban 1427H</b>
<b>Nama Badan Hukum</b>	<b>: Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah</b>
<b>Akte Notaris</b>	<b>: 02 Notaris Ngadino, SH,MH</b>
<b>Ijin (IPP)</b>	<b>: Dari KPID</b>
<b>Izin Frekuensi</b>	<b>: Dari Dishub /Telkom(Balmon)</b>
<b>Alamat Studio Tengah</b>	<b>: Jl. Gajah Raya-Kawasan Masjid Agung Jawa Tengah</b>
<b>Telepon</b>	<b>: (024) 6746352</b>
<b>Alamat website</b>	<b>: <a href="http://www.dais1079fm.com">www.dais1079fm.com</a></b>
<b>Alamat email</b>	<b>: <a href="mailto:dais_radio@yahoo.co.id">dais_radio@yahoo.co.id</a></b>
<b>Format Siaran</b>	<b>: Informasi, Pendidikan &amp; hiburan</b>
<b>Format Musik Kasidah)</b>	<b>: Musik Religi (Pop religi, Rebana, Nasyid, Kasidah)</b>
<b>Format Acara</b>	<b>: Dakwah dan Nada</b>



Radio DAIS merupakan sebuah lembaga dakwah Islamiyah yang berada di Semarang. DAIS didirikan oleh Gubernur Mardiyanto pada hari Sabtu, 23 September 2006. Pendirian DAIS di latarbelakangi oleh jenuhnya masyarakat akan media hiburan yang berbau kebarat-baratan yang merusak moral anak muda dan juga anak-anak yang setiap hari disuguhi acara tidak sehat, melihat keprihatinan tersebut DAIS berusaha mengakomodir hiburan, pendidikan yang Islami sehingga dapat mengcounter budaya yang dapat meracuni anak-anak dan juga generasi muda (Profil Radio DAIS).

Sesuai dengan kondisi masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya target layanan radio DAIS yang mayoritas adalah masyarakat di bidang jasa, maka radio DAIS memilih target segmen masyarakat keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan segmen anak muda yang senang dengan lagu-lagu Islami, terutama para santri pondok pesantren dan mahasiswa yang memang banyak terdapat di kota Semarang.

Radio DAIS memiliki spesifikasi khusus, yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. DAIS menyajikan selain acara hiburan, pendidikan, dan informasi dengan format Islami. Selain itu DAIS mempunyai keunggulan dari para pesaing radio lain yaitu adanya acara dialog interaktif mengenai agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap manusia, dalam rangka meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan Islami, selalu disajikan. Hal tersebut dilakukan, dengan harapan acara radio DAIS dapat memikat hati pendengar, apalagi Kota Semarang adalah kota metropolitan sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani. Radio DAIS berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya Semarang (Profil Radio DAIS).

### **1. Sejarah Berdirinya Radio Dais 107.9 FM Semarang**

Di awal pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, Bapak H. Mardiyanto yang waktu itu menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah sudah merencanakan adanya stasiun radio di badan Masjid Agung yang nantinya diharapkan bisa menjadi ruang publik, sarana pendidikan, dan

wahana dakwah bagi umat Islam di Jawa Tengah, khususnya kota Semarang. Sejak akan berakhirnya pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 15 September 2006, gubernur mendesak agar awal Ramadhan radio harus mengudara (Buku Profil Radio Dais).

Waktu yang sedemikian singkat membuat pihak Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah merasa bingung karena tak satupun dari mereka paham tentang dunia *broadcast*. Merekapun menghadap gubernur untuk meminta pertimbangannya. Atas perintah Gubernur Mardiyanto, Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah melalui BIKK Provinsi Jawa Tengah melayangkan surat ke RRI untuk didaulat sebagai konsultan. Sebagai wujud rasa tanggung jawab atas mandat yang sudah diterima, RRI mengirim 7 (tujuh) orang *crew* yang merupakan ahli di bidang masing-masing. Yaitu 1 *programer*, 2 teknisi, 1 HRD, 1 kepenyiaran, 1 pemberitaan, dan 1 operator. Dalam waktu kurang lebih satu minggu, ketujuh orang tersebut bekerja mempersiapkan segala sesuatunya. Dari pemasangan antena, penempatan peralatan pemancar dan studio sampai benar-benar siap dioperasikan, pencarian SDM yang nantinya mengoperasikan radio, menyiapkan program acara dan sebagainya.

Tepat tanggal 22 September 2006 peresmian stasiun radio oleh gubernur dengan nama Radio Dakwah Islam (DAIS) Masjid Agung Jawa Tengah (nama ini dicetuskan oleh Octo Gunarso yang merupakan *programmer* sekaligus koordinator para utusan dari RRI). Tanggal 23 September 2006, bersamaan dengan acara *Dugderan*, Radio Dakwah Islam mulai mengudara perdana pada pukul 15.00 WIB dalam acara interaktif bersama gubernur mengenai perlunya sebuah media publik yang diperuntukkan bagi umat muslim di Jawa Tengah (Buku Profil Radio Dais).

Radio Dais memiliki spesifikasi khusus, yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. Radio Dais menyajikan selain acara hiburan, pendidikan, dan informasi dengan format Islami. Selain itu, Radio

Dais mempunyai keunggulan dari para pesaing radio lain yaitu adanya dialog interaktif mengenai agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap orang muslim, dalam rangka meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan Islami selalu disajikan.

Hal tersebut dilakukan dengan harapan acara Radio Dais dapat memikat hati penengar, apalagi Kota Semarang adalah kota metropolitan sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani. Radio Dais berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya Semarang (buku profil Radio Dais).

## **2. Visi, Misi dan Tujuan Radio Dais 107.9 FM Semarang**

Visi sangat penting bagi sebuah organisasi sebagai arah strategi dan pedoman melaksanakan strategi yang diformulasikan. Visi yang baik dapat didefinisikan tentang apa yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi setelah organisasi tersebut mengimplementasikan strateginya dan mencapai hasil yang sepenuhnya (Kuncoro, 2005: 55).

Sedangkan Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang dilakukan oleh berbagai unit organisasi dan apa yang mereka harapkan untuk mencapai visi organisasi. Misi juga bisa merupakan bagian visi yang biasanya mencerminkan norma perilaku yang menjadi pedoman anggota organisasi. Karena itu, suatu organisasi umumnya hanya memiliki satu visi dengan satu atau beberapa misi untuk mewujudkan visi tersebut (Kuncoro, 2005: 60)

### **a. Visi**

Visi Radio Dais adalah “Melayani Kebutuhan Rohani Umat Islam dan Melakukan Pelayanan Kepada Masyarakat Secara Umum”. Seperti tercermin dari motto Radio Dais “Terdepan Dalam Dakwah dan Nada”.

### **b. Misi**

Untuk dapat mencapai tujuan dakwah sebagaimana tersirat dalam visi Radio Dais FM maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut

1. Memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat Islam di wilayah jangkauannya.
2. Memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik dan pendidikan serta budaya.
3. Memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat.
4. Mengembangkan musik dan hiburan sesuai dengan kaidah Islam.
5. Memakmurkan Masjid Agung Jawa Tengah.
6. Membantu Pemerintah ikut mencerdaskan anak bangsa yang memiliki sifat *akhlakul karimah*.

**c. Tujuan**

Latar belakang didirikannya Radio Dais salah satunya adalah jenuhnya masyarakat akan media hiburan yang mengikuti gaya kebarat-baratan yang dapat merusak moral anak muda dan anak-anak. Oleh karena itu, Radio Dais mempunyai tujuan untuk membangun masyarakat yang Islam serta mandiri dan ikut serta dalam pembangunan baik fisik maupun mental melalui program siaran yang dapat menggerakkan kegiatan pendidikan, hiburan, dan informasi.

Radio DAIS di dalam reorientasinya tidak hanya bertanggungjawab kepada komunitasnya, tetapi juga kepada masyarakat, oleh sebab itu radio DAIS walaupun sebagai radio komunitas harus dikelola secara *professional* dan *kompetitif* untuk menuju ke institusi bisnis. Semangat kerja tinggi yang menjadi ciri dari radio DAIS belum sepenuhnya digawangi dengan sarana dan prasarana yang memungkinkan timbulkan kreativitas maksimal bagi perkembangan radio DAIS. Cakupan wilayah yang luas serta besarnya perhatian dari para pendengar radio DAIS yang merupakan pendengar *loyal/ fanatik* dan merupakan aset besar stasiun radio adalah salah satu penyumbang semangat yang tinggi bagi keberlangsungan program-program acara.

Selain itu dalam persaingan antar media massa cetak dan elektronik yang makin ketat, perlu kiranya penajaman dalam *programming*, target

audien, *positioning* dan *promotion* yang didukung oleh manajemen yang pasti dan sehat, SDM yang *solid* dan *professional*, *hardware* yang handal, disertai *fleksibilitas programming* dilengkapi adanya tim kreatif, dan tim evaluasi.

### **3. Perkembangan Radio Dais**

Selang tiga bulan kemudian, untuk meningkatkan kualitas program acara, maka direkrutlah beberapa sukarelawan baru. Dua orang dari remaja Masjid Agung Jawa Tengah, dan lima orang dari IAIN Walisongo Semarang. Tetapi, dengan kondisi tanpa adanya biaya operasional sampai kurang lebih enam bulan, sedikit demi sedikit keterbatasan biaya transportasi dari kru mulai menurunkan semangat, sehingga sempat turun udara pada bulan 28 Mei 2007 meski hanya satu hari. Tetapi dari kejadian itu diketahui bahwa animo masyarakat begitu besar akan eksisnya Radio Dais dengan banyaknya telepon dan SMS yang masuk ke Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah dan menanyakan kenapa Radio Dais tidak mengudara.

Perkembangan kian tahun semakin membaik terbukti setiap ada kerusakan yang mengakibatkan tidak mengudaranya radio Dais, banyak masyarakat yang menanyakan permasalahan, meski saat ini crew yang dulu peduli kepada radio dais kian lama semakin berkurang seiring tidak ada kejelasan status sebagai karyawan radio, bahkan dari RRI yang masih bertahan hanya 2 orang yakni Bapak Karno dan Bapak Soemarjiyanto, sedangkan dari penyiar juga banyak yang sudah mengundurkan diri, karena ada pekerjaan lain, atau kesibukan lain. meski demikian kondisi tersebut tidak menyurutkan teman-teman untuk menyerukan kebenaran tuntunan Agama Islam yang telah digariskan Allah dan Rosulnya, serta para ulama', sehingga kini radio dais semakin dihati masyarakat Islam, bahkan coverage area terjauh sampai Kabupaten Batang, Wonosobo dan Jepara.

#### **1) Pencitraan**

Untuk memperkuat keberadaan, posisi dan identitas Radio Dakwah Islam, perlu juga melakukan pencitraan. Pencitraan adalah upaya

membangun citra positif Radio Dais MAJT sebagai Lembaga Penyiaran Komunitas yang professional.

## 2) Standarisasi Identitas Korporat

Kegiatan menegakkan stan dari identitas lembaga Radio Dakwah Islam yang langsung terlihat [*fangible*] mulai dari atribut organisasi, lambang, pemilihan warna serta berbagai unsure lainnya yang menyangkut identitas Radio Dakwah Islam. Stadarisasi identitas korporat harus mencerminkan identitas dasar Radio Dakwah Islam. seperti lambang/symbol/logo, warna korporat, stempel, *tagline* korporat, jingle, meliputi :

- a. Stationery : Kop surat, amplop, ID card, kartu nama.
- b . Properti : Baju seragam, papan nama, gedung.
- c. Above the line : Representasi identitas Radio Dakwah Islam melalui media massa dan luar ruang. (Billboard, spanduk, umbul- umbul dll)
- d.Sales Kid : Company profile, proposal, booklet, leaflet.  
[Kelengkapan penawaran]
- e.Website : Situs internet Radio Dakwah Islam.
- f. Merchandise : Pin, topi, gantungan kunci, kalender, agenda  
[Souvenir]

## 3) Hubungan Luar dan Media

Hubungan kemitraan, public dan media adalah kegiatan yang dilakukan baik dengan ikatan kerjasama maupun tidak terhadap mitrakerja untuk peningkatan pencitraan Radio Dakwah Islam Masjid Agung Jawa Tengah.

- a. Hubungan luar lebih ditekankan pada jaminan kepercayaan terhadap kerja sama yang dilakukan dengan mitra kerja.
- b. Hubungan publik dan media adalah kegiatan layanan yang diarahkan untuk membangun peningkatan hubungan dengan publik dan lintas media untuk meningkatkan pencitraan Radio Dakwah Islam

#### **4) Peluang**

Radio Dakwah Islam Masjid Agung Jawa Tengah telah memiliki pendengar yang sangat loyal/ fanatik. Program siaran Radio telah narrow pada komunitasnya, hal ini belum dimiliki oleh Radio lain. Peluang inilah yang perlu dimanfaatkan oleh Radio Dakwah Islam untuk menarik pemandu dana/ mitrakerja (iklan dan sponsor) dengan cara-cara yang sah.

#### **5) Tantangan**

Global village atau desa global menjadi suatu keniscayaan kemunculannya. Akibatnya setiap kejadian yang ada di suatu Negara dalam beberapa saat bias diketahui oleh masyarakat di seluruh dunia. Hal ini bisa terjadi karena peran ada media massa, baik media cetak maupun elektronik. Dalam perkembangan berikutnya persaingan media tidak dapat dihindari lagi, termasuk persaingan antar stasiun radio. Demikian juga di tengah maraknya stasiun radio di Indonesia khususnya kota Semarang, saat ini muncul sejumlah fenomena yang kontradiktif, karena bertambahnya media radio ditandai persaingan dengan mengatasnamakan kapitalisme dalampijakan operasionalnya. Program-program yang dibuat hanya mementingkan segi komersial. Fungsi cultural edukatif dan social yang selama ini menjadi pijakan media massa dalam ikut membangun masyarakat yang demokratis, berbudaya, bermoral, mandiri serta menciptakan masyarakat yang mampu melakukan suatu perubahan menuju terbentuknya manusia madani, yang sesuai kaidah agama kadang terabaikan.

Berpijak dari kenyataan tersebut Radio Dakwah Islam sebagai media penyiaran yang berbasis salah satu masjid yakni Masjid Agung JawaTengah, harus memiliki kepekaan tinggi, sebagai wujud tanggung jawab kepada masyarakat khususnya kepada umat islam dengan mengedepankan citra sebagai stasiun radio yang ikut memiliki tanggung jawab dalam mewujudkan masyarakat mandiri yang berkepribadian sesuai syar'i dan turut aktif dalam pembangunan di

segala bidang, khususnya dalam penegakan moral beragama. Wujud tanggung jawab tersebut diaplikasikan dalam kemasan program-program siarannya dengan mengedepankan dakwah dan nada sebagai ciri Stasiun Radio Dakwah Islam ( DAIS ) Masjid Agung Jawa Tengah.

## **1. Struktur Organisasi Radio Dais 107.9 FM Semarang**

### **1. Pendiri**

Ketua : Drs. H. Ali Mufiz, MPA.  
 Wakil Ketua I : Prof. Dr. H. Ali Mansyur, SH., SPN., M. Hum.  
 Wakil Ketua II : Dr. H. Noor Achmad, M. A.  
 Sekretaris : H. Agus Fathuddin Yusuf, S. Ag.

### **2. Anggota :**

Drs. H. Karno, MH.  
 Soemardjiyanto, A. Md.  
 Dwi Octo Gunarso, S. Sos  
 Puas Setyaningsih, S. Sos  
 Wiyatmo, S. Sos.

### **3. Penasehat**

Drs. H. Ali Mufiz, MPA.  
 Prof. Dr. H. Ali Mansyur, SH., SPN., M.  
 Hum. Dr. H. Noor Achmad, M. A.

### **4. Pelaksana Harian**

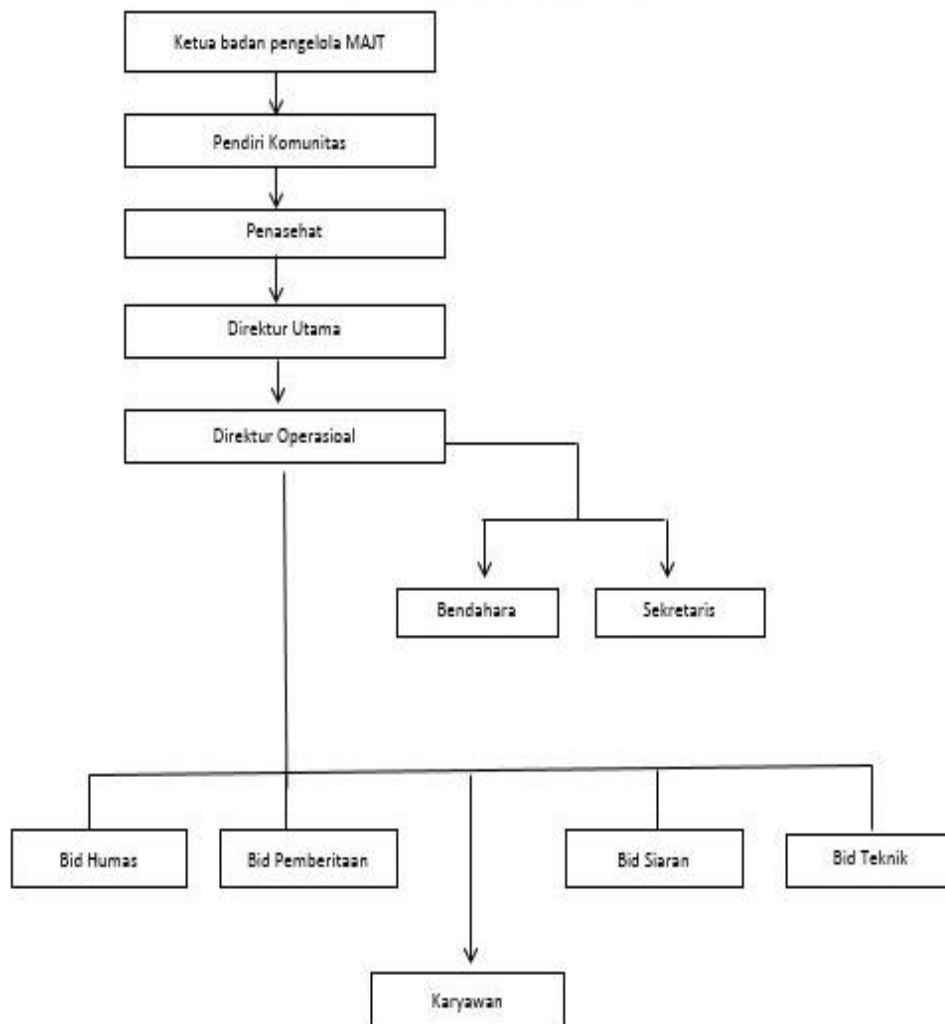
Direktur Utama : H. Agus Fathuddin Yusuf, M. Ag.  
 Direktur Operasional : Drs. H. Karno, MH.  
 Bidang Teknik : Soemardjiyanto, A. Md.  
 Penyiar : Risma Dewi Kumalasari, S. Ag. (Risma DAIS)  
 Fajar Tri Utami (Fajar DAIS) Eko Ananto (Conan DAIS)  
 Prihatiningsih Widyastuti (Widya DAIS)  
 M. Nur Asyrofi, S. Ag. (Opi DAIS)



Yusuf Anshori (Yusuf DAIS)

Eva Resti (Eva DAIS)

### Susunan Pengelola Radio Dais 107.9 FM Semarang



(Sumber Buku Profil Radio Dais)

## 2. Program Radio Dais 107.9 FM Semarang

Komposisi program siaran Radio Dais lebih menitik beratkan pada siaran yang dapat dinikmati oleh masyarakat menengah ke bawah dengan mayoritas pendengar beragama Islam.

## 1) **Komposisi Program**

Adapun beberapa komposisi program di Radio Dais adalah berikut:

### a) Hiburan

Unsur hiburan dalam program acara di Radio Dais mempunyai porsi 50% dari semua materi siaran, mengingat akan kebutuhan hiburan bagi masyarakat, khususnya hiburan yang bisa menyentuh emosi masyarakat serta hiburan yang sehat seperti Religi, Nasyid, Balasik, Qosidah, Arabian, Lagu anak Islami dan lain-lain.

### b) Pendidikan

Seluruh mata acara yang dikemas sebenarnya mengandung unsur pendidikan, namun yang benar-benar pendidikan murni diberikan porsi 70%. Materi siaran pendidikan menitik beratkan pada pendidikan Islam, seperti membaca kitab kuning, intraktif agama, serta mendalami ilmu tasawuf dan lain-lain.

### c) Informasi

Informasi dalam program acara di Radio Dais mendapatkan porsi 10%. Baik informasi lokal atau daerah maupun nasional, bahkan apabila ada berita yang sangat aktual dan ingin cepat diketahui masyarakat Dais bisa mengadakan *breaking news*.

### d) Layanan Masyarakat

Layanan masyarakat di Radio Dais mendapatkan porsi 10%.

Berikut ini program acara Radio Dais (dikutip dari buku profil Radio Dais).

## 2) **Target Audience**

50% dari pendengar di kota Semarang sisanya dari luar kota daerah Jangkauan seperti Kabupaten Kendal, Batang, Wonosobo,

Semarang, Demak, Kudus, Jepara dan Grobogan. Berikut hal-hal yang mempengaruhi target *audience* :

### 1. Segmentasi Pendengar

Dalam menentukan segmentasi pendengar, radio DAIS FM sendiri adalah sebuah Radio komunitas yang terdapat di kota Semarang yang menyajikan hiburan bernuansa Islami dan menyajikan konten interaktif agama. Segmentasi pendengar radio DAIS FM adalah seluruh umat muslim Jawa Tengah khususnya daerah Semarang dan sekitarnya. Segmentasi akan diwujudkan dalam program-program dan jika sebuah stasiun radio tidak mempunyai segmentasi maka tidak dapat membuat sebuah program Radio.

Sebelum menentukan sasaran segmentasi pendengar radio DAIS Mengenal sasaran komunikasi terlebih dahulu. Sebelum melakukan komunikasi, komunikator harus mengenal sasaran yang hendak dituju. Hal ini tentu saja bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*) faktor situasi dan kondisi komunikasi. Dalam menentukan segmentasi radio DAIS FM melakukan:

- a) Melakukan riset untuk mendapatkan hasil yang akurat
- b) Menampung masukan masyarakat sekitar.

Dalam mengenal sasaran komunikasi, radio DAIS melakukan:

- a) Survei pendengar melalui telepon random dan pesan singkat
- b) Memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter* (wawancara Pak Karno pada 11 November 2018).

### 2. Pola Siaran

Penentuan segmentasi berkaitan dengan perencanaan dalam melaksanakan dan memproduksi sebuah program dalam

penyajian siaran, maka perlunya proses perencanaan agar sebuah program dapat berjalan dengan baik. Pola siaran merupakan susunan program-program siaran yang tergolongkan berdasarkan jenis, hari, waktu. Adapun perencanaan yang dibuat radio DAIS FM diantaranya :

a. Pola Siaran harian

Pola siaran harian radio DAIS FM adalah siaran Radio yang meliputi program acara yang disiarkan selama tujuh hari. Pola siaran harian radio DAIS FM adalah program program siaran radio DAIS FM yang disiarkan selama tujuh hari dimulai dari hari minggu dan diakhiri senin secara langsung dari studio DAIS FM.

b. Pola Siaran Mingguan

Pola siaran mingguan radio DAIS FM adalah program program yang ditayangkan setiap minggunya di hari minggu seperti program Kajian Ahad Pagi (Ahad), Dongeng Anak Muslim, Mutiara Iman Bersama KH Yazid Bustomi, Dongeng Anak Muslim, dan Relay Pelajaran Tilawatul Qur'an MAJT (Kamis).

***MENU ACARA RADIO DAIS***

<b>PUKUL</b>	<b>NAMA ACARA</b>
04.00-04.20	OPENING (Indonesia Raya, Tune pembuka siaran dengan lagu Opick "Assalamualaikum")
04.20-04.45	Relay adzan dan sholat subuh jamaah MAJT
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	Relay berita RRI
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) Senin : Botani Selasa : Kesehatan Rabu : IPTEK Kamis : Kecantikan Jumat : Boga Sabtu : Karier Minggu : Keluarga
11.00-11.30	ISTIQOMAH
11.30-12.00	Relay adzan sholat dhuhur
12.00-12.30	Tapak-tapak Islami
12.30-14.00	OASE

14.00-14.45	Sang Teladan
14.45-15.00	Relay adzan sholat ashar
15.00-16.30	Nada Taqwa
16.30-17.30	Kajian Sore
17.30-18.00	Relay adzan dan sholat maghrib jamaah MAJT
18.00-18.45	Senin, Selasa, Sabtu: Murotal; Rabu-Jumat & Ahad: Kajian Petang
18.45-19.15	Relay adzan dan sholat Isya jamaah MAJT
19.15-19.30	Renungan
19.30-20.00	Nada Balasyik
20.00-22.00	Silaturahmi dan Closing

(Sumber: Buku Profil Radio Dais)

### **PROGRAM MINGGUAN RADIO DAIS**

(Sumber: Buku Profil Radio Dais)

<b>NO</b>	<b>PUKUL</b>	<b>NAMA ACARA</b>
1	07.00-	Kajian Ahad Pagi (Ahad)

	08.00	
2	09.00- 09.30	Nada Anak Muslim
3	09.30- 10.00	Mutiara Iman Bersama KH Yazid Bustomi
4	10.00- 10.30	Dongeng Anak Muslim
5	19.15- 20.30	Relay Pelajaran Tilawatul Qur'an MAJT (Kamis)

### DESKRIPSI ACARA UNGGULAN RADIO DAIS 1079 FM

#### 1. Jendela Hati

Setiap Hari : 05.00 – 06.00 WIB

Durasi : 60 menit

Isi Acara : Kajian kitab kuning

#### 2. Nada Taqwa

Setiap Hari : 15.30 – 16.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi Acara : Sajian lagu-lagu rebana dan qasidah,  
dialog interaktif memenuhi *request*  
modis, pesan singkat

#### 3. Kajian Sore

Setiap Hari : 16.30 – 17.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi Acara : Dialog interaktif mengenai kitab kuning

yang dipandu oleh kyai

4. Kajian Petang

Rabu, Jumat, Ahad : 18.00 – 18.45 WIB

Durasi : 45 menit

Isi Acara : Pembahasan kajian Islam live dari  
MAJT Tv

5. Pesantren ke Pesantren

Ahad : 14.00-14.30 WIB

Durasi : 30 menit

Isi Acara : Pembahasan suatu pondok pesantren

6. Kuliah Ahad Pagi

Ahad : 07.00 – 08.00 WIB

Durasi : 60 menit

Isi Acara : Pembahasan kajian Islam live dari  
MAJT

**1. Peralatan Siaran Radio DAIS**

Radio DAIS mempunyai beberapa peralatan diantaranya adalah:

a. Studio Siaran meliputi:

Gambar 1. Studio Siaran Radio DAIS





Gambar 2. Siaran Langsung



- A 1 Set Meja Siar
  - B 2 Buah Komputer Pentium IV
  - C 1 Buah *Mixer*
  - D 3 Buah *Microphone*
  - E 2 Buah *Composer*
  - F 2 Buah *Paramatric Equalizer*
  - G 1 Buah *Penguat Mic*
  - H 1 Buah *SMS On Line*
  - I 1 Buah *Phone Air*
- b. Studio Produksi meliputi:

Gambar 3. Studio Rekaman



Gambar 4. Studio Produksi Radio DAIS



Gambar 5. Pemancar Radio DAIS



- 1) 1 set Komputer
- 2) 1 Buah *Mixer Eurarack Behringer UB 2222 FX-PRO*
- 3) 2 Buah *Microphone*
- 4) 2 Buah *Headphone*
- 5) Tower
- 6) SLT Pemancar dan penerima
- 7) Studio Pemancar di Menara dengan ketinggian 110 m sangat membantu untuk memancarkan di luar Semarang (wawancara dengan Drs. H. Karno 11 Februari 2019).

## **B. Program *Nada Taqwa***

### **1. Profil Program *Nada Taqwa***

Program acara yang disiarkan oleh Radio Dais salah satunya mengandung unsur hiburan adalah acara *Nada Taqwa*. *Nada Taqwa* merupakan program *request* musik dan pesan singkat Islam yang diudarkan oleh Radio Dais setiap hari mulai pukul 15:30 hingga pukul 16:30 WIB dengan jeda iklan bila ada.

Program *Nada Taqwa* lahir bersamaan dengan munculnya Radio Dais, yaitu sekitar dua belas tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2006. Program ini diadakan karena adanya ide pendiri Radio Dais untuk menyelenggarakan sebuah program bermuatan dakwah dengan format hiburan musik. Program *Nada Taqwa* selama mengudara menjadi salah satu program unggulan di Radio Dais, karena program acara ini memiliki ciri khusus yang berbeda dengan program acara *request* lainnya (Hasil wawancara dengan Bapak Karno, Senin 3 Desember 2018).

*Nada Taqwa* secara bahasa berasal dari kata *Nada* yang artinya bunyi yang beraturan, dan *Taqwa* yang artinya meyakini Allah dengan menjauhkan diri dari larangannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Nada Taqwa* berarti bunyi yang berisi tentang keyakinan terhadap Allah. Namun sebenarnya nama program ini juga menjadi *jingle* dalam siaran yaitu “*kaum muslim Anda masih bersama kami di 107.9 Radio Dakwah Islam terdepan dalam Dakwah dan Nada*”. Kalimat penghantar tersebut menjadi inspirasi pendiri pada saat itu untuk membuat program *Nada Taqwa*. Tujuan dari program ini adalah memberikan hiburan kepada pendengar tentang pemahaman agama Islam melalui lagu Rebana dan Kasidah.

*Nada Taqwa* merupakan program dengan format acara *request by phone*. Penyiar melakukan siaran yang kemudian disambungkan kepada para pendengar yang akan meminta lagu, menitipkan salam, dan menyampaikan pesan singkat Islam.

Musik yang di *request* oleh pendengar dalam program ini adalah Rebana dan Kasidah. Lagu rebana yang biasa di *request* seperti: rebana milik Habib Syeh, Langitan (Tuban), Al Basroh. Sedangkan lagu kasidah yang di *request* seperti: Kota Santri, Perdamaian, Jilbab Putih, Nabi Muhammad mataharinya dunia dll. Lagu-lagu pop nasyid tidak masuk kategori dalam musik yang boleh diminta oleh pendengar. Berbeda dengan pop nasyid, musik dari rebana dan kasidah durasinya lebih panjang bisa mencapai 10 menit perlagu.

Pesan singkat Islam yang disampaikan dalam program *Nada Taqwa* mencakup hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, tentu saja dilihat dari sudut pandang ajaran agama Islam. Pesan dakwah yang disampaikan oleh Program *Nada Taqwa* juga biasanya disesuaikan dengan *event* kalender, seperti peringatan Maulud Nabi, tahun baru Hijriyyah, Isra' Mi'raj, maupun peringatan hari besar Islam lainnya, seperti Idul Fitri dan Idul Adha. Tema lain yang pernah disampaikan oleh pendengar atau penyiar yaitu bekal untuk akhirat, (Manfaat Bersyukur), (Meneladani Sifat Rasulullah), Malu sebagian dari Iman (Hasil Wawancara dengan Aisyah Penyiar Acara Program *Nada Taqwa* Kamis, 13 Desember 2018).

Pesan yang disampaikan oleh program *Nada Taqwa* berupa solusi atau pencerahan terhadap masalah yang terjadi dalam masyarakat, tentunya disesuaikan dengan ajaran agama Islam. Pesan singkat Islam ini yang disampaikan dikemas dengan bahasa yang santun, ringan dan singkat dengan tujuan agar mudah dipahami oleh khalayak atau pendengar.

Program *Nada Taqwa* memiliki segmentasi pendengar umum yang bisa dinikmati segala umur. Sifat media massa yang memiliki audien yang luas, tidak menutup kemungkinan agar program *Nada Taqwa* dapat dinikmati segala usia. Untuk itu, bahasa yang digunakan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengar.

## 2. *Job Description* unit kerja Program *Nada Taqwa*

- a. Produser Pelaksana : Menjamin kelancaran penyelenggaraan siaran, sehingga mendukung pencapaian mutu atau kualitas acara, jumlah pendengar dan usaha peningkatan target yang telah ditetapkan lembaga.
- b. Pengarah Acara : Merumuskan dan menetapkan strategi programming siaran yang memenuhi bentuk format radio yang telah ditetapkan, termasuk strategi aspek pendukung keberhasilan siaran radio dengan memperhatikan kebutuhan khalayak. Menyusun rencana kerja program siaran jangka pendek dan menengah, mengarahkan serta mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja, serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektivitas dan efisiensi operasional penyiaran.
- c. Penyiar : Mempersiapkan dan menyampaikan isi materi siaran.
- d. Operator : Mengoperasikan dan melakukan perawatan ringan atas peralatan studio siaran dan perangkat siaran luar untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran (wawancara

### D. Strategi Dakwah dalam Program *Ngudi Kaswargan*

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal, dengan kata lain strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:50). Strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Nada Taqwa* di Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah meliputi :

#### 1) Menentukan *time schedule*

Time schedule merupakan pemilihan jadwal siaran, karena hal ini merupakan langkah awal dari pembuatan perencanaan dari suatu strategi. Jadwal siaran program *Nada Taqwa* diudarkan setiap hari, mulai pukul 15:30 hingga pukul 16:30 WIB. Pemilihan jadwal siaran ini merupakan langkah yang strategis, agar pesan dakwah yang disampaikan dalam program *Nada Taqwa* dapat diterima baik oleh pendengar. Program *Nada*

*Taqwa* diudarkan guna mengisi waktu saat bersantai serta menemani pendengar di waktu setelah ashar. Tujuan dari program *Nada Taqwa* untuk mengingatkan kepada pendengar akan pentingnya pengetahuan ajaran agama Islam.

## 2) Menentukan Format Siaran

Format siaran yang disuguhkan program acara *Nada Taqwa* adalah gabungan dari dua program format acara. *Pertama* adalah format dialog *by phone*. Dialog ini menjadi salah satu metode dakwah yang efektif, karena di dalam dialog ada penyampaian pesan singkat Islam, salam silaturahmi kepada pendengar yang lain dan request lagu antara da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikasi) dengan media telepon. Dengan menggunakan sarana telepon dan *sms* yang disediakan oleh radio, akan mempermudah pendengar untuk menyampaikan pesannya dan *request* lagu. Sehingga penyiar bisa langsung menjawab saat itu juga. Radio Dais FM juga menyediakan sarana untuk mengirimkan salam, request lagu, dan penyampaian pesan singkat Islam melalui *facebook*, dan *whatsapp* bagi mereka yang mendengarkan melalui radio *streaming* maupun radio elektronik.

*Kedua*, format musik religi. Musik-musik yang bertemakan religi semakin dikenal dan digemari oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Kini berdakwah melalui musik merupakan trend alternatif, selain berceramah. Mendengar musik adalah sejenis hiburan. Musik adalah sebuah fenomena yang unik yang bisa dihasilkan oleh beberapa alat musik. Dengan musik seorang dapat melihat dunia sekaligus bersuara kepada dunia. Karenanya musik tidak hanya menjadi hiburan, melainkan juga informasi atau pesan yang mengandung nilai-nilai. Dengan kata lain, para mad'u diberi dakwah berupa hiburan yang di dalamnya diselipkan nilai-nilai agama Islam.

## 3) Menambahkan Insert yang Menarik

Insert adalah sisipan, sisipan yang berupa pesan singkat Islami yang bisa diambil hikmahnya. Pesan ini biasanya disampaikan oleh

pendengar maupun penyiar. Adanya sisipan pesan singkat Islam ini yang membuat program *Nada Taqwa* menarik perhatian pendengar. Selain pesan singkat Islam dalam program ini juga terdapat doa sehari-hari yang diputarkan oleh penyiar seperti doa menjelang sore hari, doa berkendara dll. Insert ini disiarkan dalam pertengahan program acara *Nada Taqwa* atau pada saat berlangsungnya program tersebut sesuai dengan adanya interaktif antara pendengar dan penyiar .

Insert berdurasi kurang lebih 2-4 menit. Hanya berupa pesan singkat Islam, doa sehari-hari, serta info-info pengajian atau event tertentu. Selain pendengar mendengarkan musik yang diputarkan penyiar, pendengar juga bisa mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan melalui insert ini. (Wawancara dengan Manajer Radio Dais 107.9 FM Semarang).

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM**

#### **“NADA TAQWA”**

Pembahasan pada Bab II telah dijelaskan bahwa menurut Pimay (2005,50) strategi dakwah merupakan proses menentukan cara dan daya upaya untuk mencapai tujuan dakwah. Strategi dakwah diperlukan guna mempermudah langkah gerakan dakwah, sehingga kegiatan dakwah terlaksana secara sistematis dan pesan dakwah yang disampaikan tepat mengenai pada sasaran dakwah yang dituju.

Menurut Saerozi (2013,54-55) agar kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan tujuan, maka ada beberapa strategi dakwah yang telah dilakukan oleh program *Nada Taqwa*, yaitu: pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, melakukan evaluasi program dakwah.

#### **A. Analisis Pemetaan dakwah**

Pemetaan dakwah dilakukan guna menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi yang bisa dikembangkan, serta memperjelas secara gamblang sasaran atau tujuan dakwah guna menentukan kegiatan dakwah yang dapat dilakukan. Pemetaan dakwah dilakukan oleh program *Nada Taqwa* dengan cara mengenali mad'u atau sasaran dakwah yang dituju.

Sasaran dakwah dari program *Nada Taqwa* merupakan masyarakat yang heterogen, yaitu masyarakat Jawa Tengah yang terdiri dari berbagai latar belakang baik secara sosial maupun ekonomi. Hal ini sesuai dengan jangkauan pancaran Radio Dais Semarang yang meliputi beberapa daerah regional Jawa Tengah. Ditinjau dari letak stasiun siaran Radio Dais yang berada di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah Jl. Gajah Raya Semarang, maka sasaran dakwah program *Ngudi Kaswargan* lebih merujuk kepada masyarakat urban.

Menurut Asmuni Syukir (1983,181-182) strategi dakwah yang digunakan dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah, salah satunya adalah azas soisologis. Azas ini merujuk pada masalah yang



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

Azas sosiologi menjadi salah satu acuan program *Nada Taqwa* dalam melakukan strategi dakwahnya. Sasaran dakwah program *Nada Taqwa* jika dilihat dari segi sosiologis merupakan masyarakat Jawa Tengah, khususnya wilayah Semarang dengan komposisi masyarakat berupa perpaduan antara masyarakat pesisir dengan masyarakat perkotaan, kondisi keagamaan masyarakat Jawa Tengah juga multi agama. Kondisi masyarakat menjadi pertimbangan penyiar ketika menyampaikan pesan dakwahnya, karena masyarakat Jawa Tengah memiliki beragam tingkat keagamaan khususnya agama Islam maka dalam pemilihan lagu yang diputarkan juga sesuai permintaan pendengar. Sehingga dakwah yang tersampaikan sesuai dengan kondisi pendengar yang menikmatinya. Keberhasilan dakwah dapat terlihat dari tersampainya materi dakwah tepatsesuai pada sasaran, salah satu faktor yang mempengaruhi tersampainya pesan dakwah adalah cara penyampaian pesan dakwah menggunakan bahasa yang mudah dipahami mad'u. Penyiar dalam program *Nada Taqwa* menggunakan bahasa yang mudah dipahami, yaitu berupa bahasa Indonesia yang santai namun tetap sopan. Bahasa dan cara bicara yang santai digunakan oleh program *Nada Taqwa* membuat pendengar bisa mengobrol dalam telepon terasa akrab. Contoh obrolan *request* dalam program *Nada Taqwa* dengan bahasa Indonesia yang santai (disampaikan oleh Penyiar Aisyah, tanggal 18 Oktober 2018).

Penyiar : “*Assalamualaikum teman Modis dengan siapa dimana?*”

Penelpon : “*Walaikumsalam Mbak Ais gimana kabarnya nih?*”

Penyiar : “*Alhamdulillah sehat, ini Bu Qomariyah di Pedurungan ya? Ibu sehat juga nggeh?*”

Penelpon : “*Sehat Mbak, ini loh Mbak saya lagi masak buat buka puasa, anak-anak saya, saya biasakan puasa Senin Kamis Mbak mengikuti sunnah Nabi Muhammad. Alhamdulillah masih 12 tahun tapi rajin puasanya Mbak hehe. Mbak Ais saya mau request dong Ya A'lal Waton ya*”

Penyiar : “Wah, bagus sekali ya yang Bu Qomariyah terapkan. Baik Ibu lagu request Ibu kami simpan dulu ya. Terimakasih Bu Qomariyah atas request dan tipsnya”

Penelpon : “Sama-sama Mbak Ais, semangat siarannya matursuwun wassalamualaikum”

Penyiar : “Waalaikumsalam warahmatullahi wa barakatuh Ibu. Nah ada pesan yang dapat kita ambil dari obrolan Ais dengan Bu Qomariyah tadi kita bisa menerapkan hal kecil yang sesuai dengan sunnah Nabi Muhammad yaitu puasa Senin Kamis karena puasa ini sangat baik untuk membuang zat-zat kotor yang ada dalam tubuh kita dan sangat dianjurkan oleh agama ya Pendengar. Baiklah Ais akan putarkan request dari Bu Qomariyah dengan Ya A’lal Waton, tetap stay tuned di 107.9 Radio Dais terdepan dalam dakwah dan Nada.”

Menurut Siti Alfiah (Anggota MODIS) bahasa yang digunakan dalam program *Nada Taqwa* sangat mudah dipahami. *Nada Taqwa* cocok didengarkan oleh kalangan muda, karena bahasa yang digunakan dapat menjangkau semua usia artinya mudah dipahami oleh semua kalangan.

Penggunaan bahasa Indonesia dan gaya bicara yang santai menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki oleh program *Nada Taqwa*. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan sasaran dakwahnya, yaitu masyarakat Jawa Tengah. Ditinjau dari letak Radio Dais yang berada di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah yang berada kota Semarang, maka masyarakat perkotaan juga menjadi sasaran dari program *Nada Taqwa*. Dengan demikian, bahasa yang digunakan oleh program *Nada Taqwa* tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia, tetapi juga dikombinasikan dengan bahasa Jawa namun sangat sedikit seperti kata “*Nggeh, Njeh, Matursuwun*” menyesuaikan siapa yang menelpon apabila yang menelpon anak muda biasanya kata tersebut jarang disebutkan.

Keunggulan yang dimiliki oleh program *Nada Taqwa* adalah penyampaian pesan dakwahnya menggunakan bahasa Indonesia dan cara bicara yang santai agar mudah dipahami. Program *Nada Taqwa* menarik untuk didengarkan, karena selain muatan dakwah Islamnya yang biasanya disampaikan langsung dari pendengar, program ini adalah program hiburan musik yang mana pesan dakwah yang disampaikan merupakan sebuah sisipan

namun program ini jadi lebih menarik dengan adanya obrolan dan pesan-pesan singkat Islam yang disampaikan pendengar atau penyiar tersebut.

Memiliki sisipan atau *insert* dalam siaran ini menjadi ciri khas program *Nada Taqwa*, karena tidak ada program hiburan berupa *request* musik di Radio Dais yang menyampaikan pesan singkat Islam dari pendengar.

Implementasi Radio Dais sebagai radio komunitas berbasis Islam di Semarang sangat berperan dalam menyebarkan dakwah. Penyampaian pesan singkat dari pendengar yang kemudian disampaikan ulang oleh penyiar sebagai wujud penghormatan kepada pendengar, untuk itu menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang santai diharapkan lebih mengena terhadap sasaran dakwah.

*Insert* atau sisipan dalam program *Nada Taqwa* dapat menjadi kelemahan, apabila penyiar tidak cermat dalam menyampaikan kembali pesan dari pendengar. Penyiar apabila tidak menggunakan cara bicara yang familiar maka pendengar akan cenderung meninggalkan siaran program *Nada Taqwa* dikarenakan tidak dapat memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Peluang yang dimiliki program *Nada Taqwa* sebagai program dakwah cukup besar, hal ini dikarenakan minimnya program dakwah yang ada di wilayah Semarang. Radio Dais menjadi radio komunitas berbasis dakwah yang berada di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah dan secara khusus hanya menyiarkan siaran dakwah Islam.

Pada dasarnya dakwah merupakan usaha penyampaian risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal. Dakwah mengembangkan fitrah dan kearifan manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan akan kembali kepada-Nya. Dengan demikian, dakwah merupakan suatu proses memanusiakan manusia dalam tahap perubahan sosio-kultural yang membentuk tatanan kehidupan masyarakat yang harmonis. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran dakwah inovatif yang dapat mengubah kemapanan pemahaman agama, yaitu pemahaman agama yang tertutup (primitif) menuju pemahaman agama yang terbuka.

Penyampaian dakwah melalui radio, khususnya dalam program *Nada Taqwa* ini diharapkan dapat membuka pola pikir masyarakat akan keterbukaan dalam pemahaman ajaran agama Islam. Kehadiran program *Nada Taqwa* bertujuan untuk memberikan pencerahan dan hiburan kepada pendengar tentang pemahaman ajaran agama Islam sesuai dengan Al-qur'an dan Hadist, serta berdakwah melalui musik. Tugas da'i adalah membangkitkan semangat sasaran dakwah agar dapat menggali dan mengembangkan masyarakat yang berazaskan Ketuhanan yang Maha Esa.

Program *Nada Taqwa* juga melakukan pemetaan dakwah dengan cara menentukan plot atau jadwal siaran. Program *Nada Taqwa* disiarkan setiap hari mulai pukul 15:30 hingga 16:30 WIB dengan jeda iklan. Penentuan jadwal siar ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh program *Nada Taqwa*, agar kegiatan dakwah dapat terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan. Durasi siar program *Ngudi Kaswargan* selama satu jam dengan jeda iklan juga menjadi penunjang tersampainya pesan dakwah karena iklan-iklan yang diputarkan biasanya dari Masjid Agung Jawa Tengah.

Program *Nada Taqwa* juga melakukan pemetaan dakwah dengan cara menentukan jadwal siaran. Program *Nada Taqwa* diudarkan pada pukul 15:30 karena pada jam tersebut sebagian masyarakat akan selesai menjalankan rutinitasnya. Program *Nada Taqwa* ini diharapkan mampu melepaskan penat pendengar dari rutinitasnya, serta mencerahkan bathin pendengar agar selalu mengingat untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui musik yang diputarkan program *Nada Taqwa*. Pemilihan plot siaran program *Nada Taqwa* pada jam 15:30 hingga pukul 16:30 WIB dinilai sangat efektif, karena pada jam tersebut merupakan waktu setelah ashar. Pendengar dapat mengisi waktu istirahat se usai shalat ashar dengan mendengarkan program *Nada Taqwa*.

Bapak Karno selaku direktur operasional Radio Dais memaparkan bahwa :

“Program *Nada Taqwa* memiliki tujuan untuk mengajak pendengar agar mendekatkan diri kepada Allah, terlebih saat menjelang selesai beraktivitas. Selepas beraktivitas tentunya orang merasa penat, dengan mendengarkan program *Nada Taqwa* ini

diharapkan dapat menyegarkan kembali bathin para pendengar. Mengingatkan kepada pendengar bahwa tujuan akhir dari sebuah kehidupan adalah akhirat. Hadirnya program *Nada Taqwa* dapat memberikan pencerahan kepada pendengar akan bekal akhirat”

Penempatan jadwal atau *time schedule* pada pukul 15:30 WIB juga menjadi keunggulan program *Nada Taqwa*, karena penempatan jadwal merupakan salah satu langkah strategis untuk mendapatkan peluang agar suatu program dapat dinikmati oleh khalayak. Adanya jeda iklan juga menjadi kekuatan program *Nada Taqwa*, pendengar dapat menyimak iklan yang menarik dan tentunya masih bertema Islam dari Masjid Agung Jawa Tengah. Iklan-iklan tersebut seperti : iklan layanan haji& umroh dan iklan pusat oleh-oleh haji dan umroh

Radio Dais Semarang sebagai radio komunitas berbasis dakwah dibawah naungan Masjid Agung Jawa Tengah, turut serta memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat, berupa pencerahan ajaran agama Islam. Ajaran agama Islam yang disampaikan penyiar dalam program *Nada Taqwa* bersifat netral, tidak mengunggulkan suatu golongan ataupun merendahkan agama lain. Hal ini selaras dengan misi Radio Dais melayani kebutuhan rohani umat Islam dan melakukan pelayanan kepada masyarakat secara umum

Program *Nada Taqwa* sesuai dengan filosofinya, berasal dari kata *Nada* yang berarti bunyi yang beraturan dan *Taqwa* berarti meyakini Allah. Memilih nama bagi suatu program merupakan salah satu kegiatan yang penting, nama suatu program acara dapat berfungsi sebagai penyampai atribut dan makna dari suatu program yang akan diudarkan. Ketika memilih nama suatu program, penggerak program acara harus memilih nama yang dapat menginformasikan konsep program dan dapat membantu menempatkan atau memosisikan program agar mudah diingat atau dikenali oleh audien. Pendengar dapat mengetahui karakteristik siaran dari nama yang digunakan oleh suatu program, begitu juga dengan program *Nada Taqwa*. Nama yang digunakan oleh program *Nada Taqwa* telah mencerminkan bahwa program

tersebut merupakan program dakwah yang berformat musik dan ada pesan ketaqwaannya.

Program *Nada Taqwa* tidak terlepas dari karakteristik Radio Dais sebagai radio dakwah. Penamaan Program *Nada Taqwa* tetap berorientasi pada Islam dan dakwah. Strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Nada Taqwa* dengan cara melakukan pemetaan dakwah merupakan langkah yang tepat.

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

Menentukan metode dakwah yaitu memilih metode dakwah yang akan dilakukan. Dakwah dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu *bil lisan*, *bil hal*, maupun *bil qalam*. *Nada Taqwa* karena merupakan program radio, maka termasuk dakwah *bil lisan* dengan metode dakwah *mauidzah hasanah*. Radio Dais yang berperan sebagai da'i dan penyiar program *Nada Taqwa* menyampaikan dengan pengajaran yang baik, tidak bersikap menghardik, tidak memarahi, dan tidak membuka aib atas kesalahan-kesalahan penerima dakwah. Program *Nada Taqwa* juga menggunakan pendekatan strategi sentimentil yaitu, dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin sasaran dakwah, memberi nasehat yang mengesankan serta memanggil hati mad'u dengan kelembutan dan santai. Sikap lembut dalam menyampaikan pesan dakwah dapat mendatangkan petunjuk bagi hati yang tersesat dan menjinakkan hati yang keras, serta dapat mendatangkan kebaikan.

Radio merupakan media *auditori* atau media pendengaran, sehingga selain menggunakan bahasa yang lemah lembut, maka penyiar dalam menyampaikan pesan dakwahnya harus sejelas mungkin sesuai dengan karakteristik siaran radio yang bersifat sepintas. Sepintas artinya tidak dapat mengulang isi dari materi siaran yang disampaikan. Dengan demikian, pendengar atau sasaran dakwah dapat mudah memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Metode dakwah yang dilakukan program *Nada Taqwa* berupa penyampaian pesan dakwah secara uraian dan langsung. Menyampaikan pesan

dakwah secara terurai yaitu menyiapkan pokok dari materi dakwah yang akan disampaikan kemudian diuraikan tanpa menggunakan teks dan langsung disiarkan. Pesan dakwah disampaikan secara uraian karena format program *Nada Taqwa* yang bersifat dialog dengan sesi interaktif dari pendengar. Sedangkan menyampaikan pesan dakwah secara langsung biasanya terjadi jika pendengar pada saat telepon atau mengirimkan *sms* terdapat pesan singkat Islamnya. Dengan kata lain tidak semua pendengar menyampaikan pesan singkat Islam tersebut, jadi akan disampaikan sendiri oleh penyiar melalui naskah uraian yang telah ditentukan temanya.

Penyampaian pesan dakwah secara dialog menjadi salah satu kekuatan dalam program *Nada Taqwa*, penyiar dapat menyampaikan pesan dakwahnya dengan jeda *feed back* atau respon dari pendengar. Dengan demikian, pesan dakwah dapat tersampaikan secara sistematis. Format acara secara *live* juga menjadi salah satu kekuatan program *Nada Taqwa*, dengan format tersebut maka dapat menambah info atau pengetahuan bagi pendengar lain atau penyiar.

Penyampaian pesan dakwah secara dialog dan format siaran secara *live* selain sebagai kekuatan juga dapat menjadi kelemahan program *Nada Taqwa*. Sebab, tidak semua pendengar dapat memberikan respon atau umpan balik atas materi dakwah yang disampaikan. Langkah solutif yang dapat diterapkan oleh program *Nada Taqwa* yaitu memberikan wadah untuk menampung *feed back* atau respon dari pendengar. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah memberikan wadah melalui media sosial guna sarana bagi pendengar atau sasaran dakwah untuk memberikan *feed back* bagi pendengar yang belum sempat menyampaikan pesannya. Media sosial yang dapat digunakan seperti *facebook*, dan *instagram*.

Media sosial selain sebagai sarana untuk memberikan umpan balik, pengarah acara program *Nada Taqwa* juga dapat memanfaatkan media sosial guna mempublikasikan materi dakwah yang telah disampaikan. Hal ini jika dilakukan maka dapat menutupi kekurangan siaran radio yang bersifat sepiantas. Apabila pendengar kurang memahami atau ingin menyimak kembali

materi dakwah yang telah disampaikan, maka pendengar dapat mengunjungi media sosial guna *mereview* materi yang telah disampaikan.

Dakwah yang efektif ialah dakwah yang mampu membangkitkan perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh penceramah. Pesan yang disampaikan menggunakan tanda yang didasarkan pada pengalaman yang selaras antara penceramah dengan khalayak atau mad'u, sehingga tercipta pemahaman yang sama. Penceramah ketika menyampaikan pesan dakwah terlebih dahulu memahami keadaan dari sasaran dakwahnya. Penceramah menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan karakteristik masyarakat khususnya Kota Semarang, yang memiliki latar belakang agama majemuk. Pesan dakwah yang disampaikan penyiar tidak menyudutkan suatu golongan atau agama lain, agar memudahkan pemahaman pendengar materi dakwah yang disampaikan disertai dengan contoh kegiatan yang sering terjadi di masyarakat. Salah satunya pada kutipan percakapan dan pesan singkat dari pendengar yang uraikan oleh penyiar Farida, pada tanggal 18 Maret 2018 dengan naskah uraian penyiar Puasa Rajab:

Penyiar : *“Assalamualaikum pendengar Radio Dais, dengan siapa dimana?”*

Pendengar : *“Walaikumsalam Mbak Farida. Dengan Saya Atib Mahbub di Pondok Pesantren Az-Zahro Mbak.”*

Penyiar : *“Iya Mas Atib bagaimana kabarnya Mas? Lagi sibuk apa nih di pondok?”*

Pendengar : *“Sehat alhamdulillah Mbak. Ini lo lagi nyiapin jaburan buat buka puasa di pondok”*

Penyiar : *“Wah santri disana juga melaksanakan puasa 1 Rajab ya Mas. Alhamdulillah. Menu untuk hari ini apa nih Mas Atib sekalian request dan salamnya buat siapa?”*

Pendengar : *“Hari ini menu jaburannya kolak tela sama tahu susur Mbak Farida kan makan terlalu banyak juga tidak baik ya harus dibatasi agar tidak terlalu kenyang itu lebih baik Mbak hehe, Alhamdulillah banyak santri yang melaksanakannya Mbak. Saya mau kirim salam buat Pak Sodik di Tlogosari, Bu Aminah di Banjirkanal sama buat Mbak Farida semoga siarannya lancar hehe. Requestnya Nasida Ria yang Nabi Muhammad Mataharinya Dunia. Terimakasih Mbak Farida Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Penyiar : *“Walaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh, terimakasih buat Mas Atib yang sudah bergabung dengan Farida. Pendengar yang beriman jadi hari ini tepat pada tanggal 1 Rajab,*



*bagi pendengar yang melaksanakan puasa masih semangat ya karena sebentar lagi buka puasa loh hehe jadi puasa Rajab adalah bulan ketujuh dalam kalender Hijriyah yang mana menandakan telah dekatnya bulan Ramadhan ya Pendengar. Kalau kata Mas Atib selama puasa jangan makan terlalu banyak karena tidak baik bagi tubuh kita begitu pula dalam Agama Rasulullah SAW menyuruh kita untuk makanlah sebelum lapar dan berhentilah sebelum kenyang. Sebelum Farida muterin lagu request nih ada informasi bahwa besok pada hari Selasa tanggal 25 Maret 2018 akan diadakan pengajian umum majelis dzikir di Ponpes Al Ikhlas Jalan Pedurungan Lor Raya blok K.18 Rt 09 Rw 1 dengan tema Peringatan Isro' Mi'roj sekaligus acara Haul Kyai Haji Syaichun. Nah untuk kaum muslim bisa menghadiri acara tersebut dengan gratis ya. Selanjutnya Farida akan putarkan request dari Mas Atib dengan Nasida Ria Nabi Muhammad Mataharinya Dunia, tetap bersama kami di 107.9 Radio Dais terdepan dalam dakwah dan Nada."*

Kutipan isi materi penyiar tersebut menjelaskan tentang melaksanakan puasa Rajab dan kebaikan untuk tidak makan terlalu banyak. Materi tersebut dapat menjawab problematika di masyarakat tentang melaksanakan puasa Rajab bagi yang menggunakan kalender Hijriyah. Makan terlalu banyak juga sering terjadi dikalangan masyarakat, namun dengan adanya materi dakwah tentang perintah untuk makan secukupnya setidaknya dapat menjawab problematika masyarakat secara umum walau dalam lingkup pendengar program *Nada Taqwa* namun pesan dakwah tersampaikan melalui pendengar kemudian disalurkan dan diuraikan oleh penyiar.

### **C. Analisis pada Evaluasi Program *Nada Taqwa***

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

Evaluasi program *Nada Taqwa* dilakukan oleh Direktur Operasional program setiap tiga bulan sekali, serta di evaluasi bersama para penyiar.

Direktur Operasional Radio Dais mengevaluasi program *Nada Taqwa* dengan cara memfilter isi dari materi dakwah yang disampaikan oleh penyiar. Materi dalam naskah uraian yang akan disampaikan dapat dikoreksi sebelum diudarkan untuk disampaikan kepada khalayak pendengar. Dakwah melalui radio juga mempermudah penyiar untuk menyampaikan pesan dakwahnya, karena melalui radio tidak perlu melewati proses yang kompleks. Penyiar hanya menyiapkan materi siaran, kemudian berbicara di depan mikrofon dan dapat diuraikan sendiri oleh penyiar. Setelah melalui tahap editing (koreksi isi tema pesan dakwah singkat) maka materi dakwah dapat disampaikan kepada khalayak sesuai dengan jadwal.

Judul atau topik yang disampaikan oleh penyiar juga tak luput dari evaluasi, hal ini dilakukan agar judul atau topik yang disampaikan relevan dengan materi apa yang dibutuhkan oleh pendengar. Namun program *Nada Taqwa* ini juga tidak terlalu berpatok pada topik yang ditentukan oleh penyiar, karena biasanya pesan singkat dari pendengar juga tidak sesuai dengan topik tapi sebagai lembaga penyiaran yang baik dalam menyampaikan pesan dakwahnya maka tetap disampaikan dan diuraikan kembali. Maka dari itu penyiar selalu siap untuk menggali materinya dari situs online seperti <https://m.kiblat.net> atau <https://liputan7.com>.

Materi juga disesuaikan dengan *event* kalender atau peringatan hari besar Islam maupun hari nasional. Penggunaan materi dakwah yang disesuaikan dengan *event* kalender ini juga berfungsi agar materi yang disampaikan lebih bervariasi, serta tidak ketinggalan dengan isu yang sedang hangat dibicarakan. Dengan demikian, khalayak selalu mendapat pencerahan ajaran agama Islam yang terbaru. Hal inilah yang membuat program *Nada Taqwa* masih diminati oleh pendengar, walaupun saat ini semakin merebak radio komunitas yang khusus menyiarkan ajaran agama Islam.

Efektivitas dari kegiatan dakwah, selain dinilai dari pesan dakwah yang diselaraskan dengan kondisi khalayak juga terukur dari metode yang digunakan oleh penceramah. Kegiatan dakwah dalam program *Nada Taqwa* cukup efektif, hal ini terukur dari berbagai strategi dakwah yang dilakukan

oleh program tersebut. Efektivitas ini juga dapat diukur antara waktu dan tenaga yang dikeluarkan seimbang, serta pesan dakwah dapat diterima baik oleh khalayak. Hal ini sesuai dengan azas efektivitas dan efisiensi dakwah, yaitu menekankan pada usaha dengan semaksimal mungkin sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penyiar program *Nada Taqwa* yang memiliki jadwal berbeda-beda setiap harinya juga dapat menimbulkan kesan yang berbeda. Hal ini dilakukan sebagai wujud efisiensi antara tenaga dan waktu yang dikeluarkan, karena tidak setiap hari penyiar *Nada Taqwa* sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan sesuai DAS (Daftar Acara Siaran) (wawancara dengan Bapak Karno selaku Direktur Operasional Radio Dais, pada Selasa 18 Juni 2019).

Berdasarkan hasil analisa yang penulis lakukan, strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Nada Taqwa* sudah tepat. Mulai dari pemilihan jadwal siar hingga materi yang disampaikan sudah sesuai dengan realita dakwah atau kebutuhan khalayak. Eksistensi program *Nada Taqwa* yang telah bertahan selama dua belas tahun, sejak tahun 2006 dapat menjadi rujukan akan keberhasilan strategi dakwah yang digunakan oleh program tersebut.

Format program *Nada Taqwa* yang bersifat dialog sebaiknya diimbangi dengan adanya publikasi materi siaran melalui sosial media. Dengan demikian, maka pendengar atau sasaran dakwah dapat mereview pesan dakwah yang telah disampaikan. Publikasi materi dakwah melalui sosial media juga dapat dijadikan wadah bagi khalayak guna memberikan *feedback* untuk pendengar.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, kini siaran Radio Dais juga dapat disiarkan melalui radio *streaming* di <https://dais1079fm.com/>

Program dakwah seperti *Nada Taqwa* perlu dipertahankan eksistensinya, karena selain mengandung pesan dakwah program tersebut secara tersirat telah menyampaikan dakwah pula dengan musik rebana dan kasidah. Agar tetap diminati oleh pendengar, penyiar program *Nada Taqwa* harus berhati-hati dalam penggunaan bahasa siaran yang digunakan. Penyiar sebaiknya menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dipahami.

Kemunculan radio dakwah yang semakin merebak tidak menjadi ancaman terhadap program *Nada Taqwa*. Pihak Radio Dais turut bangga dengan menjamurnya radio swasta maupun radio publik yang didalamnya terdapat program yang menyiarkan ajaran dakwah, dengan demikian muatan dakwah lebih beragam. Radio komunitas tentunya memiliki cara pandang yang berbeda-beda dalam menyampaikan misi dakwahnya. Hadirnya radio komunitas khusus dakwah membuat siaran tentang ajaran Islam semakin beragam. Pendengar dapat memilah channel siaran radio sesuai dengan pandangan masing-masing. (Hasil wawancara dengan Bapak Karno selaku Direktur Operasional Radio Dais sekaligus pengarah acara Program *Nada Taqwa*, pada hari Selasa 18 Juni 2019)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Program *Nada Taqwa* dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan beberapa strategi, yaitu melakukan pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, dan melakukan evaluasi program *Nada Taqwa*. Pemetaan dakwah dilakukan guna mengetahui sasaran dakwah dan mengetahui metode dakwah yang dapat dilakukan. Kesuksesan strategi dakwah yang digunakan oleh program *Nada Taqwa* juga ditunjang oleh dua faktor lingkungan, yaitu faktor lingkungan internal dan eksternal. Faktor lingkungan internal berasal dari kekuatan atau kelebihan serta kelemahan yang dimiliki oleh program *Nada Taqwa*, sedangkan faktor lingkungan eksternal berasal dari luar program *Nada Taqwa*.

Kekuatan yang dimiliki oleh program *Nada Taqwa* berasal dari bahasa yang digunakan, yaitu bahasa Indonesia yang santai. Penentuan jadwal siaran juga menjadi kekuatan program *Ngudi Kaswargan*, karena program ini didarakan pada pukul 15:30-16:30 WIB dengan jeda iklan. Program *Nada Taqwa* memiliki keunggulan yaitu format acaranya berupa langsung atau *live* dengan adanya respon dari pendengar secara langsung melalui telepon. Kekurangan yang dimiliki oleh program *Nada Taqwa* adalah membuka sesi interaktif sehingga pendengar dapat memberikan feed back atas materi yang disampaikan tidak sesuai dengan topik yang dimiliki oleh *Nada Taqwa*.

Berdasarkan analisis dan pembahasan “Strategi dakwah radio dakwah Islam Masjid Agung Jawa Tengah pada program *Nada Taqwa*” penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Nada Taqwa*, dapat mempertahankan identitas Radio Dais sebagai radio komunitas yang berbasis dakwah. Materi dakwah yang disampaikan dapat diterima baik oleh pendengar, karena materi dakwah disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami serta berisi materi yang dekat dengan

problematika umat. Durasi siaran selama satu jam dengan jeda iklan menjadi salah satu faktor keberhasilan strategi dakwah yang dilakukan oleh program *Nada Taqwa*, karena pendengar juga mendapatkan info kajian dan iklan yang biasanya hanya dari Masjid Agung Jawa Tengah.

## **B. Saran**

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

1. Kepada pengelola dan unit kerja program *Nada Taqwa* hendaknya mengadakan sesi *live* melalui media sosial sehingga contohnya pendengar pengguna *instagram* dapat memberikan feedback atau tanggapan terhadap materi yang disampaikan.
2. Kepada penyiar sebisa mungkin lebih ramah dan lebih sering menanggapi dari percakapan dengan pendengar agar kegiatan selama siaran lebih terasa bersahabat antara penyiar dan pendengar.
3. Program *Nada Taqwa* seharusnya dapat memanfaatkan media sosial untuk mempublikasikan materi dakwah yang telah disampaikan, karena dari pengamatan penulis program ini hanya menggunakan telepon, sms, dan *whatsapp message* saja.

## **C. Penutup**

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

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qadli, Muhammad Mahmud. 2003. *Sepuluh Pahlawan Penyebar Islam*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Amin,Samsul Munir, Drs. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Ardianto, Elvinaro. 2005. Erdinaya, Lukiat Komala. *Komunikasi Massa SuatuPengantar*.Bandung :Simbiosa Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Arifin, M.Ed, Prof, HM. 2000. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Cetakan ke-5. Jakarta: Bumi Aksara
- Arifin, Anwar.1994.*Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*.Bandung : CV. ARMICO
- Arsyad, Azhar. 2003.*Pokok-Pokok Manajemen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Aziz, Moch. Ali. 2004.*Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media.
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif (Ancangan metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Effendi,Onong Uchjana. 1990.*Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Faqih, Ahmad. 2015. *Sosiologi Dakwah*. Semarang:CV. Karya Abadi Jaya.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Jogjakarta : Lkis
- Masduki. 2007. *Radio Komunitas: Belajar dari Lapangan*. Jakarta: Kantor Perwakilan Bank Dunia di Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Deddy, 2001 *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta : Mitra Pustaka.
- Pimay, Awaludin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang : RaSail.
- Quarish Sihab, Prof, DR. 2001 *Membumikan Al-Quran*. Bandung: Mizan.
- Romli, Asep Syamsul M. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung : Nuansa.
- Sambas, Sukriyadi. 2004. *Pokok-pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah*. Bandung: pustaka bani quraisy.
- Sartono, FR. Sri. 2008. *Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1 untuk SMK*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sulistio. 2012. *Dimensi Religiutas Muslim Kejawaen*. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Supena, Ilyas. 2007. *Filsafat Ilmu Dakwah: Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Semarang: Absor.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : Al-Ikhlash.
- Vivian, Jhon ,2008, *Teori Komunikasi Massa*. edisi kedelapan, Jakarta: Kencana.
- Wardi Bachtiar, Dr. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta : Logos.
- Ya'kub, Hamzah. 1992. *Publisistik Islam, Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: CV. Diponegoro.



## Lampiran I

### DRAF PERTANYAAN DIREKTUR OPERASIONAL RADIO DAIS

1. Apa format siaran radio Dais?
  - Radio Dais merupakan radio dakwah yang berisi hiburan
2. Bagaimana sejarah program siaran Nada Taqwa
  - Saya bicara singkatnya saja ya, jadi waktu pembangunan masjid ini Pak Gubernur Mardiyanto meminta untuk didirikan stasiun radio yang harus mengudara pada awal ramadhan tahun itu. Kemudian beberapa orang dari RRI di tunjuk untuk mendirikan radio yang diberi nama Dais ini. Nada Taqwa ini termasuk program yang ada sejak pertama kali Dais mengudara.
3. Bagaimana prosedur acara Nada Taqwa?
  - Program ini salah satu program unggulan di Dais. Seperti biasa siarannya dibuka oleh penyiar terlebih dahulu, kemudian penyiar menyampaikan kepada pendengar untuk bergabung dengan telepon ataupun *whatsapp*. Lalu penyiar apabila menerima telepon akan berinteraksi dengan pendengar yang biasanya menyampaikan salam, pesan singkat, dan *request* lagu.
4. Apa tujuan dari adanya program Nada Taqwa?
  - Tujuannya sama seperti program lainnya yaitu menyampaikan dakwah, tapi program Nada Taqwa berbeda karena dakwah yang disampaikan menggunakan lagu rebana dan qasidah yang mungkin saat ini pembaruannya belum banyak.
5. Kapan program siaran Nada Taqwa disiarkan?
  - Setiap hari jam 15.30 – 16.30
6. Siapa sasaran pendengar program siaran Nada Taqwa?
  - Sasarannya umum kalau pendengarnya
7. Apa yang membedakan program siaran Nada Taqwa dengan program siaran lainnya?

- Nah yang membedakan dengan program lain terutama program *request* adalah di program ini terdapat pesan singkat Islam yang biasanya disampaikan oleh penyiar ataupun pendengar. Info-info pengajian juga biasanya disampaikan di program ini. Di sela-sela siaran ada pemutaran bacaan doa sehari-hari juga. Kalau di program lain tidak ada, adanya surat pendek yang diputarkan.
8. Bagaimana strategi dakwah yang disampaikan dalam program Nada Taqwa ini?
- Strategi dakwah yang disampaikan dalam program ini adalah format siaran dan insert. Format siarannya yang berupa musik dari request pendengar dan insert yang berupa sisipan atau pesan singkat Islam yang disampaikan pendengar.
9. Bagaimana strategi dakwah dengan pemetaan dakwah dalam program Nada Taqwa
- Pemetaan dakwah dilakukan guna menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi yang bisa dikembangkan, serta memperjelas secara gamblang sasaran atau tujuan dakwah guna menentukan kegiatan dakwah yang dapat dilakukan. Pemetaan dakwah dilakukan oleh program *Nada Taqwa* dengan cara mengenali mad'u atau sasaran dakwah yang dituju. Kondisi masyarakat menjadi pertimbangan penyiar ketika menyampaikan pesan dakwahnya, karena masyarakat Jawa Tengah memiliki beragam tingkat keagamaan khususnya agama Islam maka dalam pemilihan lagu yang diputarkan juga sesuai permintaan pendengar. Sehingga dakwah yang tersampaikan sesuai dengan kondisi pendengar yang menikmatinya. Keberhasilan dakwah dapat terlihat dari tersampainya materi dakwah tepatsesuai pada sasaran, salah satu faktor yang mempengaruhi tersampainya pesan dakwah adalah cara penyampaian pesan dakwah menggunakan bahasa yang mudah dipahami mad'u.
10. Bagaimana strategi dakwah dengan menentukan metode dakwah dalam program Nada Taqwa?
- *Nada Taqwa* karena merupakan program radio, maka termasuk dakwah *bil lisan* dengan metode dakwah *mauidzah hasanah*. Radio Dais yang berperan sebagai da'i dan penyiar program *Nada Taqwa* menyampaikan dengan pengajaran yang baik, tidak bersikap menghardik, tidak memarahi, dan tidak membuka aib atas kesalahan-kesalahan penerima dakwah. Program *Nada Taqwa* juga menggunakan pendekatan strategi sentimental yaitu, dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan serta batin sasaran dakwah, memberi nasehat yang

mengesankan serta memanggil hati mad'u dengan kelembutan dan santai. Bagaimana strategi dakwah dengan asas sosiologi dalam program Nada Taqwa?

11. Bagaimana strategi dakwah dengan evaluasi program dalam program Nada Taqwa?

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

12. Apa kelebihan dan kekurangan program siaran Nada Taqwa saat ini?

- Kelebihan program ini musik yang diputarkan lagunya berbeda dengan program lain, lagunya kan rebana dan qasidah ini yang menjadi kelebihannya. Kalau kekurangannya yang paling utama dari program ini lagu rebana dan qasidah durasinya panjang, nah mbak tau sendiri kan kalau radio lagunya lama itu sangat membosankan.

13. Apa harapan Bapak selaku pimpinan radio dais dalam perkembangan program radio berbasis dakwah khususnya program siaran Nada Taqwa?

- Semoga peminat radio dakwah tambah banyak, agar radio Dais bisa selalu mengudara. Untuk program Nada Taqwa semoga semakin banyak pecinta musik dan lagu rebana qasidah dan menambah koleksi lagu-lagunya.

## Lampiran II

### DRAF PERTANYAAN PENYIAR RADIO DAIS

1. Bagaimana cara/metode penyiar dalam menyampaikan dakwah dalam siaran Nada Taqwa ini?
  - Biasanya penyiar menyampaikannya dengan santai dan akrab agar pendengar merasa nyaman.
2. Bagaimana respon pendengar terhadap program siaran Nada Taqwa?
  - Responnya bagus sekali banyak telepon dan *whatsapp* untuk menyampaikan request dan pesan-pesannya.
3. Dari kalangan/umur berapa saja pendengar Nada Taqwa yang menelpon untuk request lagu?
  - Karena sasarnya umum yang requestpun banyak ada orang tua, santri SMA juga ada, anak kuliah juga ada.
4. Dalam setiap kali siaran, berapa telepon yang masuk untuk request?
  - 5 – 7 kali
5. Lagu apa saja yang sering diminta oleh pendengar Nada Taqwa?
  - Banyak ada lagunya Nasida Ria, Habib Syeh
6. Apa yang membedakan program siaran Nada Taqwa dengan program lainnya?
  - Yang membedakan kalo di Nada Taqwa ada pesan singkat Islamnya sebagai sisipan dalam siarannya.
7. Apa kelebihan dan kekurangan dari program Nada Taqwa ini?
  - Kelebihannya respon pendengar sangat banyak dan bagus tapi kelemahannya ada di lagu-lagunya banyak yang sudah lawas dan durasi panjang itu membuat waktu siaran cepat habis sedangkan requestnya banyak.
8. Bagaimana harapan penyiar terhadap perkembangan program radio berbasis dakwah khususnya program siaran Nada Taqwa?
  - Harapannya agar ada lagu qasidah dan rebana yang baru tapi dengan durasi yang tidak terlalu panjang dan semoga selalu banyak pendengarnya.

9. Jenis pesan apa saja yang disampaikan pendengar?

- Biasanya pendengar menyampaikan seperti puasa Senin Kamis, silaturahmi.



## BIODATA PENULIS



Nama : Yasintha Ardiyani

NIM : 1401026093

Tempat, tanggal lahir : Semarang, 28 Maret 1996

Alamat : Perum Beringin Asri Barat No. 710 RT 11 RW 11  
Kelurahan Wonosari Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang

No HP : 089672862327

Pendidikan :

1. SDN Wonosari 04 Semarang
2. SMP Plus Azzahro' Kendal
3. SMAN 1 Pegandon Kendal
4. UIN Walisongo Semarang