

**STRATEGI PROGRAM DAKWAH “KAJIAN SORE” DI RADIO DAIS  
107.9 FM SEMARANG**



**SKRIPSI**

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

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

Oleh :

Dian Prakoso

(1501026054)

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

**SEMARANG**

**2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Dian Prakoso  
NIM : 1501026054  
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ KPI  
Judul : Strategi Program Dakwah “Kajian Sore” Di Radio  
Dais 107.9 FM Semarang

dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan.

Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.


*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*


Semarang, 10 Maret 2020

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi dan tata Tulis

  
Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag.  
NIP. 19660508 199101 2 001

  
Khothibul Umam, M.Kom.  
NIP. 19790827 201101 1 007

SKRIPSI

**STRATEGI PROGRAM DAKWAH “KAJIAN SORE” DI RADIO DAIS 107.9 FM  
SEMARANG**

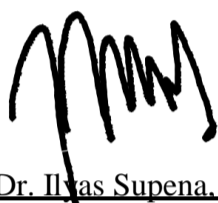
Disusun Oleh:

Dian Prakoso  
1501026054

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 19 Maret 2020 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



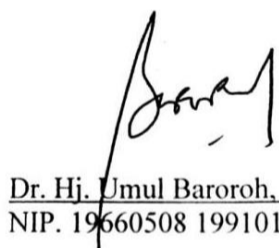
Dr. Ilyas Supena, M. Ag  
NIP. 19720410 200112 1 003

Penguji III



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

Pembimbing I



Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag  
NIP. 19660508 199101 2 001

Sekretaris/Penguji II



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

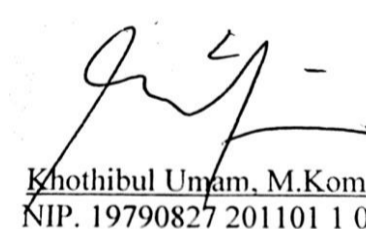
Penguji IV



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

Mengetahui

Pembimbing II



Khothibul Umyam, M.Kom  
NIP. 19790827 201101 1 007

Disahkan oleh  
Dewan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal, 27 Maret 2020



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

## 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, 13 Maret 2020



Dian Prakoso  
NIM : 1501026054

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim...*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Program Dakwah “Kajian Sore” di Radio Dais 107.9 FM Semarang*”. Sholawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah*, nanti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan serta motivasi dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Sekiranya peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang,
3. H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Nilnan Ni'mah, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan.
4. Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag dan Khothibul Umam, M.Kom selaku pembimbing dan wali studi atas ilmu yang diberikan serta telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, yang tidak dapat ditulis satu persatu atas arahan, pengetahuan, dan bantuan yang telah diberikan.
6. Bapak Suroso dan Ibu Maryatun. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa serta dukungan yang tiada henti.
7. Teman seperjuangan dan motivator Sukna Katulistiwa, Mila Rokhayati, Ismail Luthfi, Galih Restu Fauzi, Faridatul Awaliyah, Fachri Khusaini, Cahyono Budi Santoso, Muhammad Ansori, Khozainul Huda, Syukron Mubarak,

Lukman Al Hakim, Syamsul Ma'arif, Ali Aridlo, Miftakhul Ulum dan segenap keluarga besar KPI-B-2015 & KPI 2015 yang sudah mengisi dan menghibur hari-hari saya selama menjalani masa kuliah.

8. Teman-teman KPI 2015 konsentrasi radio
9. Keluarga besar MBS FM, yang sudah memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran khususnya di bidang penyiaran radio.
10. Kawan-kawan MAWAPALA, yang sudah memberikan ilmu dan pembelajaran yang tidak penulis dapatkan selama dibangku kuliah.
11. Radio Dais yang telah memberikan tempat dan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terakhir, terima kasih kepada segenap pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan baik materi maupun non materi mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum mencapai kesempurnaan, namun peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.

Semarang, 13 Maret 2020  
Penulis



Dian Prakoso  
NIM. 1501026054

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

Kedua orang tuaku, Bapak Suroso dan Ibu Maryatun

*Terima kasih atas doa-doa yang dipanjatkan, kasih sayang, pesan, pembelajaran, serta dukungan yang kuat sehingga menjadikan energi semangat yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Perjuanganku tidak ada artinya tanpa ridho dan restu darimu.*

Untuk Almamaterku,

*Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo  
Semarang.*

## **MOTTO**

“Kepuasan terletak pada usaha, bukan pada hasil. Berusaha dengan keras adalah kemenangan yang hakiki ”

~Mahatma Ghandi

TAN HANA WIGHA TAN SIRNA

~KOPASKA



## ABSTRAK

**Dian Prakoso, 1501026054.** “Strategi Program Dakwah “Kajian Sore” Di Radio Dais 107.9 FM Semarang”. Skripsi Program Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Program siaran dakwah di radio memiliki signifikansi yang besar dalam upaya menyampaikan nilai-nilai Islam yang sangat penting dalam membangun kepribadian seorang muslim sejati. Masyarakat saat ini membutuhkan siraman rohani di tengah kesibukan aktifitas bekerja sehari-hari. Radio Dais telah mendapatkan hasil dari masukan berbagai kalangan untuk membuat program dakwah yang tepat. Program siaran ini perlu diteliti dalam konteks strategi program dakwahnya agar bisa tepat sasaran dan benar secara materi, yakni sesuai dengan Alquran dan Hadits sebagai sumber utama, dengan menggunakan kitab kuning sebagai bahan untuk menyampaikan materi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi program yang digunakan pada program dakwah “kajian sore” di radio Dais Semarang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis data menurut Miles dan Huberman dengan 3 alur, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan penulis terhadap program kajian sore yang berada di radio Dais.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa program kajian sore menggunakan beberapa strategi dalam menyiarkan programnya, yaitu: Program acara kajian sore mengangkat format dialog interaktif dengan isi programnya mengenai ilmu-ilmu agama bersumber dari kitab kuning. Waktu siaran program acara kajian sore yang dipilih adalah mulai pukul 16.30-17.30 WIB disetiap harinya. Selain itu radio dais juga memilih dua orang penyiar untuk membawakan program acara kajian sore, radio dais juga memilih narasumber untuk mengisi program acara kajian sore dengan syarat bisa membaca kitab kuning. Program acara kajian sore saat ini diproduksi oleh radio dais sendiri secara *live*, sehingga radio dais tidak perlu ada pembelian program dari luar. Dalam proses eksekusi program kajian sore di radio dais sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya, yakni program acara kajian sore disiarkan pada pukul 16.30-17.30 WIB, kecuali kalau memang dari narasumber yang datangnya terlambat tentu saja waktu siaran akan mundur. Pengawasan program acara kajian sore dilakukan langsung oleh direktur operasional radio dais, hal yang biasa di awasi adalah isi dari program tersebut. Proses evaluasi tidak melibatkan pengurus MAJT, sebab direktur operasional sudah mampu mengkondisikan persoalan internal, kecuali jika ada permasalahan di luar kemampuan yang harus melibatkan pihak inti kepengurusan MAJT, baru menyelesaikan masalah dengan pengurus MAJT khususnya bidang ketakmiran.

**Kata Kunci:** Strategi program dakwah, Radio dan Program siaran

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Tinjauan Pustaka .....	4
E. Metode Penelitian .....	7
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	7
2. Definisi Konseptual.....	7
3. Sumber dan Jenis Data .....	8
4. Teknik Pengumpulan Data .....	9
5. Teknik Analisis Data .....	10
<b>BAB II      STRATEGI PROGRAM DAKWAH DAN PROGRAM SIARAN                  RADIO</b>	
A. Strategi Program Dakwah .....	13
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Strategi Program .....	14
3. Pengertian Program Dakwah.....	21

B. Program Siaran Radio .....	30
1. Program Radio .....	30
2. Program Dakwah di Radio.....	33
<b>BAB III    GAMBARAN UMUM RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG</b>	
A. Profil Radio Dais .....	36
1. Sejarah Berdirinya Radio Dais.....	38
2. Visi, Misi dan Tujuan Radio Dais.....	39
3. Perkembangan Radio Dais.....	41
4. Struktur Organisasi Radio Dais.....	42
5. Program Acara Radio Dais .....	42
B. Program Kajian Sore.....	46
1. Profil Kajian Sore .....	46
2. Unit Kerja Program Kajian Sore.....	48
C. Strategi Program Dakwah dalam Program Kajian Sore.....	49
<b>BAB IV    ANALISIS STRATEGI PROGRAM DAKWAH “KAJIAN SORE” DI RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG</b>	
A. Analisis Perencanaan Program .....	54
B. Analisis Produksi dan Pembelian Program .....	60
C. Analisis Eksekusi Program.....	63
D. Analisis Pengawasan dan Evaluasi Program.....	65
<b>BAB V    PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	70
C. Penutup.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>BIODATA</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Program harian radio dais.....	44
Tabel 2. Program mingguan radio dais.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.	Logo radio dais.....	36
Gambar 2.	Postingan program kajian sore di facebook.....	52
Gambar 3.	Postingan program kajian sore di instagram.....	52

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Program siaran dakwah di radio memiliki signifikansi yang besar dalam upaya menyampaikan nilai-nilai Islam yang sangat penting dalam membangun kepribadian seorang muslim sejati (Rizka, 2010: 01). Respon dari audien menjadi tolak ukur baik atau tidak program yang disajikan oleh radio. Sehingga dipandang perlu mempersiapkan strategi program dakwah dalam siaran di radio agar mampu meningkatkan daya tarik audien terhadap program siaran yang disajikan.

Masalah di tengah-tengah masyarakat bisa dijadikan sebagai landasan befikir untuk membuat materi dakwah sesuai kondisi lingkungan sekitar. Selanjutnya bisa di tuangkan dalam sebuah program acara pada suatu lembaga radio tertentu. Dalam proses pengadaan program tersebut, dan sampai *on air* sangat diperlukan strategi agar bisa sesuai sasaran dan dengan muatan materi yang benar.

Masyarakat saat ini membutuhkan siraman rohani di tengah kesibukan aktifitas bekerja sehari-hari. Radio Dais telah mendapatkan hasil dari masukan berbagai kalangan, baik tim internal dan pendengar setia untuk membawakan materi dakwah yang tepat pada sore hari. Disepakati bahwa program yang tepat adalah kajian sore yang memberikan solusi bagi masyarakat terutama bagi mereka yang tidak bisa tatap muka langsung di dalam ruangan (wawancara dengan Drs. H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020).

Masyarakat dakwah kini bukan saja mereka yang berada di depan mata, melainkan juga mereka yang secara bersama-sama ada diruang abstrak yang disebut dunia maya. Dengan demikian, kedepan diperlukan pola-pola penyampaian dakwah yang tidak lagi menuntut kehadiran masyarakat secara

langsung. Salah satu solusinya, dakwah disampaikan melalui bantuan media. Medialah kemudian yang akan mengantarkan pesan-pesan hingga menyentuh para jamaah dalam beragam nuansa dan suasana. Dengan begitu, dakwah dapat berjalan terus meskipun kesempatan mereka telah tersita seluruhnya. Dakwah yang disampaikan melalui media massa akan tetap datang mengunjungi mereka yang sedang istirahat di rumah masing-masing. Mereka bisa tetap menikmati sajian dakwah, tanpa harus meninggalkan kegiatan mereka (Muhtadi, 2012: 5).

Strategi program digunakan untuk semua program yang akan diselenggarakan atau sedang diselenggarakan sebagai langkah-langkah untuk mensukseskan program tersebut. Strategi tersebut terdiri dari strategi program untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas program sehingga mampu mendapatkan respon dari banyak audien (Morissan (2013:273). Secara sederhana strategi program berarti suatu upaya untuk membuat dan memperbarui sebuah program yang berkualitas sesuai dengan aturan yang berlaku, sehingga mampu menarik minat dari banyak audien.

Dalam suatu program dakwah pasti ada sebuah pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada audien, agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik kepada audien maka dibutuhkan strategi dalam menjalankan program dakwah tersebut. Bentuk program dakwah dalam media radio berupa ceramah atau dialog interaktif. Format terbaik dalam program ini adalah obrolan santai tapi serius secara tematis, namun tetap membuka peluang bagi pendengar untuk menanyakan ragam masalah.

Harus menjadi perhatian, siaran dakwah di radio tidak sama dengan di mimbar atau di sebuah majelis taklim (Syamsul, 2009: 80). Jadi strategi program dakwah adalah upaya untuk menciptakan dan memperbarui sebuah program acara dakwah untuk menarik minat banyak audien, sehingga pesan dakwah yang tersampaikan lebih efektif.

Kitab kuning adalah kitab literatur dan referensi Islam dalam bahasa arab klasik meliputi berbagai bidang studi Islam seperti qur'an, tafsir, ilmu tafsir, hadits, ilmu hadits, fiqih, ushul fiqih, aqidah fiqih, tauhid, ilmu kalam, nahwu dan sharaf, tasawuf, tarekat, akhlak, dan ilmu-ilmu apapun yang ditulis dalam bahasa arab tanpa harokat, mempunyai format sendiri yang khas dan warna kertas "kekuning-kuningan"(Mustofa,2018: 3). Kitab ini umumnya dikaji di lingkungan pondok pesantren, oleh karena itu banyak masyarakat awam yang tidak mengetahui apa isi kandungan dari kitab kuning tersebut, biasanya yang memahami kitab klasik ini adalah orang yang pernah di pondok pesantren. Radio Dais hadir sebagai salah satu radio di kota Semarang yang berorientasi pada siar dakwah Islam dan mencoba mengenalkan kitab kuning kepada masyarakat awam.

Oleh sebab itu radio Dais Semarang membuat sebuah program siaran dengan mengambil sampel dari para audien tetapnya sebagai bahan masukan dalam menyiapkan program siaran yang akan diluncurkan. Radio Dais membuat program kajian sore dengan mengangkat kitab kuning klasik sebagai sumber untuk materi siaran.

Radio Dais memiliki segmentasi seluruh lapisan masyarakat khususnya di kota Semarang. Salah satu program unggulan di radio ini adalah program "kajian sore" yang mengudara pada pukul 16.30 hingga 17.30. Program ini menyajikan siraman rohani bagi para pendengar dengan sumber yang diambil dari kitab kuning dengan pembahasan seputar tafsir al-quran, fiqih, akhlak, tauhid dan lain sebagainya. Program kajian sore ini merupakan satu-satunya program dakwah di radio Dais yang bersifat siaran langsung atau *on air* yang materinya dari kitab kuning dan berbentuk dialog interaktif dengan mendatangkan narasumber-narasumber yang berkompeten. Dalam program tersebut *da'i* atau dalam hal ini narasumber bisa menyampaikan ajaran-ajaran Islam yang tertulis di kitab kuning kepada *mad'u*, terutama *mad'u* yang tidak pernah menempuh pendidikan di pondok pesantren. Oleh



karena itu tentunya butuh sebuah strategi dalam program dakwah kajian sore di radio Dais untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada 3 pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki oleh media penyiaran. Penopang ini berupa teknik, program dan pemasaran (Morissan, 2013: 134). Teknik yang dimaksud konteks ini adalah bagaimana proses penyiaran radio meliputi alat yang digunakan untuk melakukan proses siaran, sinyal atau frekuensi, dan *suplay* energi listrik agar radio bisa optimal menyampaikan pesan kepada pendengarnya.

Selain itu yang harus diperhatikan adalah program siaran, pemilihan program siaran sangat penting untuk menarik minat masyarakat mendengarkan program tersebut. Hal yang tidak bisa dipisahkan dalam dunia media penyiaran baik negeri, swasta, maupun komunitas adalah pemasarannya, masing-masing media penyiaran punya orientasi yang berbeda untuk pemasaran media penyiaran. Oleh karena itu, setiap media pasti butuh suatu strategi, baik strategi dalam media itu sendiri ataupun strategi dalam setiap programnya, begitu juga dengan radio Dais.

Radio Dais juga menerapkan tiga pilar penopang tersebut, untuk mempertahankan stasiun radionya maupun mempertahankan program acaranya dan tentu saja untuk menjalankan tujuan, visi dan misi pendirian radio dais. Oleh karena itu radio Dais tentunya memerlukan sebuah strategi disetiap program yang dibuatnya, salah satunya yaitu program kajian sore. Program tersebut sudah pernah diteliti oleh Mohamad Nursalim, yang membahas mengenai pengaruh religiusitas pendengar setelah mendengarkan program kajian sore, dan hasil penelitian menyatakan adanya pengaruh positif yang signifikan. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi program dakwah kajian sore tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi program dakwah “kajian sore” di radio Dais 107.9 FM Semarang?

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

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan mengenai strategi program dakwah yang dilakukan oleh radio Dais pada program kajian sore dalam menyampaikan pesan dakwah kepada para pendengarnya.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

### a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi yang membaca umumnya dan bagi penulis sendiri khususnya, dalam bidang strategi program dakwah melalui media massa terutama media radio.

### b) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan masukan bagi radio Dais dan media radio lainnya terkait pembuatan program acara yang bertujuan menyampaikan pesan dakwah.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Agar penelitian ini lebih terarah dan untuk menghindari kesamaan penulisan, ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan rujukan. Penelitian tersebut antara lain :

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Abyan Naufal yang berjudul “Strategi program Nabawi TV Sebagai Media Dakwah”(2018). Penelitian ini dilakukan untuk meninjau sejauhmana sebuah tayangan sebagai media dakwah yang dilakukan Nabawi TV dikaji menggunakan strategi program,

yang terdiri dari empat tahapan (Perencanaan, Produksi dan Pembelian, Eksekusi, dan Evaluasi program). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, studi pustaka, dan wawancara. Analisis data dengan reduksi data, sajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana peran sebuah stasiun televisi dalam mengembangkan metode dakwah gaya baru melalui media televisi.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Safa'atun yang berjudul "Strategi Komunikasi Radio Da'is 107.9 FM Semarang dalam Siaran Streaming" (2015). Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh radio Da, is 107.9 FM dalam siaran streamingnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah dalam menerapkan strategi komunikasi Radio Da'is terlebih dahulu mengenal khalayak sasaran (pendengar), setelah mengetahui khalayak sasaran, dalam menyusun materi pesan radio Da'is mengangkat tema yang sedang actual. Selanjutnya metode yang digunakan Radio Da, is 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 berkirin salam dan memberikan komentar.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Isyana Tungga Dewi yang berjudul "Strategi *Programming* MNCTV Dalam Mempertahankan Program Dakwah" (2014). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi *programming* MNCTV dalam mempertahankan program dakwah? dan program dakwah apa sajakah yang ada di MNCTV?. Hasil dari penelitian

dan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa MNCTV sudah menerapkan teori tentang strategi *programming* menurut Sydney W. Head yang mencakup 5 elemen, meski masih perlu pembenahan lagi dalam perencanaan program dakwah dan pemilihan acara agar program acara yang disajikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pemirsa. Namun demikian MNCTV sudah berusaha memenuhi kebutuhan pemirsa memperoleh informasi, hiburan, dan khususnya program dakwah melalui program-program yang disajikan, meskipun masih perlu pembenahan lagi. Dan adapun program dakwah di MNCTV yaitu “Sarapan Hati” dan “Tabligh Akbar”.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Nursalim yang berjudul “Pengaruh mendengarkan program “Kajian Sore” di radio Dais terhadap religiusitas pendengar (studi komunitas pendengar setia di Kota Semarang)” (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh mendengarkan program Kajian Sore di radio Dais terhadap religiusitas pendengar. Pendekatan yang digunakan adalah statistik *inrensial* yaitu model statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Hasil penelitian ini menyatakan ada pengaruh positif yang signifikan antara mendengarkan program kajian sore di radio Dais terhadap religiusitas komunitas pendengar setia di Kota Semarang. Penelitian ini mengambil obyek yang sama dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu obyeknya pada program “Kajian Sore” di Radio Dais Semarang.

*Kelima*, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Idris yang berjudul “Strategi Dakwah Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam Pengembangan Potensi Diri Kaum Tunanetra di Mijen Kota Semarang” (2015). Peneliti berfokus pada bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh Yayasan Komunitas Sahabat Mata dalam mengembangkan potensi diri tunanetra dan apa sajakah faktor pendukung dan penghambat selama proses pengembangan potensi diri tunanetra di Yayasan Komunitas Sahabat Mata.

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi : wawancara dan observasi, wawancara untuk memperoleh data primer, sedangkan dokumentasi untuk mendapatkan data sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis data kualitatif.

Terdapat beberapa keterkaitan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu, diantaranya adalah terletak pada obyeknya sebuah program acara di stasiun radio dan menggunakan metode analisis deskriptif. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada obyek penelitian yang di penelitian ini obyeknya adalah program acara “Kajian Sore” di Radio Da’is FM dengan fokus penelitian menganalisis strategi program dakwah yang digunakan pada program acara “Kajian Sore” untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah.

## **E. Metode Penelitian**

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan cara atau prosedur statistik (Moeloeng, 2002: 2). Dalam konteks ini penulis tidak akan menampilkan data yang diperoleh dalam bentuk angka, akan tetapi data akan disajikan dalam bentuk tulisan. Menurut Azwar (2013: 6) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan.

### **2. Definisi Konseptual**

Strategi program adalah upaya untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas program sehingga mampu mendapatkan respon dari banyak audien. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen

atausering juga disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran yang terdiri dari: Perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2013: 273).

Radio dais adalah salah satu radio dakwah di Kota Semarang, radio ini berada di kompleks Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), tepatnya di menara Al-Husna lantai 1. Radio komunitas yang berfrekuensi di jalur 107.9 Mhz ini mempunyai tujuan untuk mendukung syiar dakwah dari Masjid Agung Jawa Tengah, oleh karena itu radio Dais pastinya mempunyai program acara yang bertujuan untuk berdakwah, salah satunya program andalannya adalah acara kajian sore. Program kajian sore disiarkan 60 menit (1 jam) setiap hari pukul 16.30-17.30 WIB. Format dari program ini adalah program acaranya disiarkan dalam bentuk dialog interaktif dan disiarkan langsung atau siaran *on air*. Program acara tersebut terbagi menjadi 2 segmen, yang pertama yaitu segmen dimana da'i atau narasumbernya memberikan tausiahnya atau materi dakwahnya, dan segmen yang kedua yaitu membuka sambungan telepon, sms, dan media sosial untuk audien yang ingin bertanya. (Nursalim, 2018: 48).

### 3. Sumber dan Jenis Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai semua hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, tidak semua informasi atau keterangan merupakan data penelitian. Data hanyalah sebagian saja dari informasi, yakni hanya hal-hal yang berkaitan dengan penelitian (Idrus, 2009: 61). Pada umumnya sumber data dibagi menjadi dua yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder, namun pada penelitian ini sumber data yang digunakan hanya sumber data primer dimana data berasal dari hasil penggalian yang dilakukan peneliti melalui wawancara dengan manajemen radio da'is.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa cara untuk pengumpulan datanya, yaitu :

##### a) Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, langsung, dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 1991: 63). Pada penelitian ini penulis melakukan pengamatan di radio Da'is dalam menyiarkan program acara Kajian Sore, akan tetapi peneliti tidak ikut berpartisipasi dalam segala produksi program acara tersebut. Metode ini digunakan oleh penulis untuk melakukan pengamatan secara langsung mengenai strategi program dakwah kajian sore di radio Dais Semarang.

##### b) Wawancara

Wawancara yaitu percakapan atau tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subyek penelitian untuk kemudian dijawab (Danim, 2002: 130). Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur, yaitu dalam melakukan wawancara peneliti membawa pedoman garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan (Sarosa, 2012: 47). Metode ini digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan keterangan bagi tujuan penelitian dan mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai Radio Dais sebagai radio dakwah.

##### c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2002: 206). Peneliti

menggunakan metode ini untuk mendapatkan dokumen atau arsip yang ada di radio Dais Semarang sebagai sumber data yang penting.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil, observasi, wawancara, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Pada tahap ini data dikumpulkan, dikerjakan, dan dimanfaatkan sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan yang ada.

Untuk menganalisis data agar lebih mudah dalam pengambilan keputusan, maka peneliti menggunakan analisis data kualitatif Miles dan Huberman, yang dimana dalam menjelaskan analisis data menggunakan tiga alur, yaitu :

##### a. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data adalah tahap dimana peneliti akan memilih data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, mengorganisasikan rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Maka dari itu, selama penelitian ini berlangsung peneliti harus mencatat segala hal yang berkaitan dengan program kajian sore dan strategi program yang digunakan.

##### b. Penyajian data (*data display*)

Pada tahap penyajian data ini, penulis akan menganalisis hasil dari wawancara yang didapat dari narasumber, dokumentasi yang didapat dari tempat penelitian, dan juga hasil observasi peneliti di lapangan. Sehingga memunculkan suatu deskripsi tentang strategi program dakwah yang digunakan dalam program kajian sore di radio Dais Semarang.



c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang penulis peroleh melalui penelitian ini (Miles, dkk, 1992: 16). Sehingga penulis dapat memberikan kesimpulannya dari data yang sudah dianalisa tersebut, dari hasil penelitian yang dilakukan.

## **BAB II**

# **STRATEGI PROGRAM DAKWAH DAN PROGRAM SIARAN RADIO**

### **A. Strategi Program Dakwah**

#### **1. Pengertian Strategi**

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Kemudian muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas, jadi awal muncul kata strategi dari kalangan militer dan menjadi konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang jenderal (The art of general), atau suatu rancangan yang terbaik untuk menggunakan dana, daya, dan upaya dalam memenangkan suatu peperangan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planing) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2007: 32).

K.Andrews dikutip Mudrajat Kuncoro (2005: 1) mengatakan bahwa strategi adalah pola sasaran, tujuan, dan kebijakan atau rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan. Anwar Arifin mengatakan bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan (Arifin A. , 1984 : 10).

Pengertian strategi menurut beberapa ahli sebagai berikut:

- a. Igor Ansoff mendefinisikan strategi adalah sebuah proses manajemen, hubungan antara lembaga dan lingkungan, terdiri dari perencanaan strategik, perencanaan kapabilitaas, dan manajemen perubahan.
- b. Arnoldo C. Hax dan Nocholas S. Manjluk, mengartikan strategi adalah sebuah cara menuntun lembaga pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggung

jawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan secara strategik.

- c. WF Glueck dan LR Jauch mendefinisikan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, luas, dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan (Chaniago, 2014: 89).

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah segala usaha, daya, dan upaya yang dilakukan orang, organisasi, ataupun institusi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Di dalam strategi ternyata juga mempunyai beberapa jenis atau tipenya, menurut David yang dikutip oleh Rachmat (2014: 143) tipe-tipe dari strategi adalah sebagai berikut :

- a. Strategi Intensif, strategi ini digolongkan berdasarkan intensitas yang dilakukan. Penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk bisa disebut sebagai strategi intensif sebab hal-hal tersebut membutuhkan upaya intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif suatu perusahaan dengan produk yang ada saat ini.
- b. Strategi Diversifikasi, terbagi menjadi dua yaitu, strategi diversifikasi terkait, apabila rantai nilai bisnis memiliki kesesuaian strategik lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif. Selanjutnya, strategi diversifikasi tidak terkait, apabila rantai nilai bisnis tidak mirip, sehingga tidak ada hubungan lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif.
- c. Strategi Integrasi, memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan pesaing.

## 2. Strategi Program

Strategi program adalah upaya untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas program sehingga mampu mendapatkan respon dari banyak audien. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program

siaran yang terdiri dari: Perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program.

Perencanaan program mencakup persiapan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran mendapatkan tujuan program dan keuangannya. Pada stasiun radio perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program, yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien. Perencanaan program radio, juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan. Merencanakan dan memilih program merupakan keputusan bersama antara bagian program dan bagian pemasaran. Kedua bagian ini harus bahu-membahu menyusun strategi program terbaik, sekaligus bisa memasarkan iklan sebanyak-banyaknya. Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan kepada pasar audien. Dengan demikian, audien adalah pasar karenanya setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategis (*strategic marketing plan*) yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki. Perencanaan program juga mencakup strategi pemasaran, strategi pemasaran ini ditentukan berdasarkan analisis situasi, yaitu suatu studi terinci mengenai kondisi pasar audien yang dihadapi stasiun penyiaran beserta kondisi program yang tersedia. Berdasarkan analisis situasi ini, media penyiaran mencoba memahami pasar audien yang mencakup segmentasi audien dan tingkat persaingan yang ada.

Produksi dan pembelian program yang bertanggung jawab adalah manajer program, melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain misalnya dengan membeli program (akuisisi). Dalam melakukan akuisisi atau pembelian program, manajaer program harus

terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran dan manajer umum. Sedangkan apabila dalam hal perencanaan program merumuskan untuk memproduksi sendiri program yang diinginkan, maka tugas tersebut dilakukan oleh bagian produksi atau departemen produksi stasiun penyiaran. Kata kunci untuk memproduksi atau membuat program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui proses produksi program. Banyak sedikitnya jumlah program yang dibuat sendiri dan program yang dibeli sangat bervariasi di antara berbagai stasiun penyiaran, Kapan suatu program sebaiknya diproduksi sendiri oleh stasiun penyiaran dan kapan sebaiknya suatu program diproduksi pihak lain? Hal ini biasanya ditentukan oleh kondisi stasiun bersangkutan. Pada umumnya stasiun radio membuat sendiri sebagian besar programnya, karena dalam media radio yang sampai ke *audien* hanya berupa suara, oleh karena itu sebagian besar program radio banyak yang diproduksi sendiri oleh para penyiar-penyiar yang sudah jadi pekerjaannya untuk mengeluarkan suara dan biasanya juga dibantu oleh tim editing untuk sebuah program yang tidak siaran langsung atau tidak *on air*. Kegiatan produksi radio pada departemen program stasiun radio mencakup bagian-bagian sebagai berikut:

**Music Director**, adalah orang yang memiliki tugas sebagai berikut:

- Menambahkan atau mengeluarkan lagu-lagu yang akan diputar dalam stasiun radio tersebut.
- Mempersiapkan daftar lagu yang akan diputar (*playlist*) dalam semua program di stasiun radio.
- Mendengarkan dan memeriksa rekaman lagu/ musik baru.
- Berkonsultasi dengan manajer program mengenai rotasi lagu/ musik.

- Menjalin hubungan dengan perusahaan rekaman untuk mendapatkan lagu/ musik terbaru.
- Menghubungi toko kaset untuk mengetahui penjualan kaset, CD lagu/ musik.
- Membuat katalog dan menyusun kaset/ CD rekaman lagu/ musik.

**Manajer Produksi**, tanggung jawab utama manajer produksi antara lain sebagai berikut:

- Memproduksi iklan lokal, iklan layanan masyarakat (ILM), dan pengumuman.
- Mengawasi kualitas suara stasiun radio.

**Penyiar**, biasa disebut juga dengan *announcer*, yang memiliki tugas atau tanggung jawab sebagai berikut:

- Membawakan sebuah program acara.
- Mengantar rekaman lagu/ musik dan program.
- Membacakan iklan-iklan (*live commercials*), layanan publik, dan identifikasi stasiun penyiaran.
- Menyampaikan laporan/ informasi waktu, cuaca, dan lalu lintas.
- Membacakan berita (jika siaran program berita).
- Menjalankan peralatan *control room* di studio siaran.
- Ikut serta memproduksi iklan dan pengumuman.
- Bertindak sebagai pengisi suara untuk iklan dan pengumuman lainnya.
- Membantu *music director* serta manajer produksi.

Pada beberapa stasiun radio, khususnya yang memiliki format berita, program berita ditangani langsung oleh manajer program atau membentuk suatu bagian khusus berita yang terdiri dari dua bagian atau posisi, yaitu:

**News Director**, adalah orang yang memiliki tanggung jawab dan tugas sebagai berikut:

- Menentukan dan melaksanakan kebijakan pemberitaan, olahraga, dan program layanan masyarakat.
- Mengawasi seluruh staf pemberitaan.
- Memutuskan apa yang akan diliput dan bagaimana meliputnya.
- Memilih topik serta tamu untuk program kemasyarakatan.
- Menjadi host dalam program wawancara.

**Reporter**, tanggung jawab dan tugas seorang reporter mencakup mencari, mengumpulkan, menulis, melaporkan berita-berita lokal dan terkadang juga bisa membacakan berita (Morissan, 2013: 326-328).

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. 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 sudah ditentukan. Dalam hal ini, pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara yang sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang paling optimal, Karena dalam penempatan acara yang kurang baik membuat program itu menjadi sia-sia. Bagian program harus menganalisis dan memilih setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai *audien* yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan audien yang berbeda pula. Kalangan yang berbeda menonton di waktu yang berbeda. Jika *audien* yang menjadi sasaran adalah para remaja, maka jangan memutar acara itu selama jam sekolah atau pada saat larut malam. Jika *audien* sasaran adalah laki-laki dan perempuan semua umur, maka perlu dipertimbangkan untuk meletakkan acara tersebut pada jam tayang utama (*prime time*).

*Programmer* harus menentukan sasaran audien secara realistis. Tidak ada gunanya mencoba menarik *audien* yang tidak bisa menonton pada saatnya. Siaran berita sangat penting disiarkan pada pagi hari, tengah hari, malam hari, dan tengah malam. Tetapi siaran berita menjadi sia-sia bila ditayangkan sesudah pagi menjelang siang dan di senja hari sebelum malam (kecuali stasiun penyiaran yang berformat berita). Dalam menyusun jadwal acara, *programmer* harus mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi kebiasaan menonton audien seperti mobilitas *audien*, jenis pekerjaan, kebutuhan dan ketertarikan *audien* kepada hal-hal tertentu berdasarkan siklus harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Hal ini yang perlu diperhatikan adalah persaingan atau kompetisi dari stasiun penyiaran lainnya, yaitu dengan melakukan perubahan jadwal program acara, jika perlu sebagai salah satu bentuk strategi dalam penataan program acara.

Dalam menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku *audien*, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk mendengarkan radio ataupun menonton televisi pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio dan televisi harus dapat menemani aktivitas apa pun. Aktivitas *audien* pada umumnya memiliki pola yang sama pada setiap bagian hari, apakah pagi, siang, atau malam hari. *Programmer* menyusun jadwal acara berdasarkan aktivitas *audien* ini. Berdasarkan pembagian siklus aktivitas *audien* mulai dari bangun tidur hingga tidur lagi, maka waktu siaran dibagi kedalam lima segmen. Setiap segmen memiliki ciri-ciri atau sifat *audien* yang berbeda, bagian segmen tersebut yaitu:

1. Prime Time                      jam 19.30 – 23.00
2. Late Fringe Time                jam 23.00 – 01.00
3. All Other Time                    jam 01.00 – 10.00
4. Day Time                            jam 10.00 – 16.30
5. Fringe Time                        jam 16.30 – 19.30



Diantara lima bagian segmen tersebut prime time lah yang merupakan waktu siaran televisi maupun radio yang paling banyak menarik *audien*, karena pada jam tersebut *audien* yang berada pada segmen ini sangat beragam. Pola pembagian waktu siaran tersebut berbeda lagi pada saat *weekend* atau akhir pekan, karena ada beberapa stasiun penyiaran yang mempunyai beberapa program acara andalan di akhir pekan (Morissan, 2013: 344).

Proses pengawasan dan evaluasi menunjukkan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. kegiatan evaluasi terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan, jika kinerja keduanya tidak sama maka diperlukan langkah-langkah perbaikan. Pengawasan dan evaluasi program dilakukan oleh manajer program dengan melihat Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPSS) yang disusun oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui keputusan No. 9 Tahun 2004 dan harus dipatuhi oleh setiap stasiun penyiaran. Pelanggaran terhadap ketentuan ini akan dikenakan sanksi mulai dari sanksi ringan hingga berat. Stasiun penyiaran melalui manajer program wajib mensosialisasikan isi P3SPSS kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pengolahan, pembuatan, pembelian penayangan, dan pendanaan program siaran lembaga penyiaran bersangkutan. Manajer program sering disebut sebagai “pelindung” (*protector*) atas lisensi atau izin siaran yang diperoleh stasiun penyiaran. Hal ini disebabkan manajer program bertanggung jawab untuk memastikan bahwa program stasiun sudah berjalan sesuai dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi. Menurut Peter Pringle yang dikutip oleh Morissan, dalam

hal pengawasan program (*program control*), manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran.
2. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku.
3. Memelihara catatan (*record*) program yang disiarkan.
4. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.
5. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan (Morissan, 2013: 273-354).

Dapat disimpulkan bahwa strategi program adalah usaha ataupun upaya untuk menciptakan dan meningkatkan suatu program di media penyiaran sehingga mampu mendapatkan respon yang baik dari banyak pendengar, selain itu strategi program juga bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi.

### 3. Pengertian Program Dakwah

#### a. Pengertian Program

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik radio maupun televisi. Program di sini dapat disamaartikan dengan suatu barang atau produk yang dijual kepada pihak lain, dalam konteks ini audien atau para pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam dunia penyiaran terdapat sebuah rumus, yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton. (Morissan, 2013: 210).

Program siaran secara keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan, atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran ini menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung pada jenis programnya, apakah jenis hiburan, informasi iptek, dan berita. (Fachruddin, 2013: 148). Bagian yang paling bertanggung jawab dalam mengelola program atau acara pada suatu stasiun penyiaran adalah bagian atau departemen program. Bagian ini mempunyai tugas membawa atau menggiring *audien* kepada suatu stasiun penyiaran melalui berbagai programnya. Jika suatu program bisa menarik banyak *audien* dan jika program itu memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pemasang iklan untuk mempromosikan produknya, maka media penyiaran bersangkutan akan mendapatkan pemasang iklan dan mendapatkan pemasukan. Dengan demikian, pendapatan dan prospek suatu media penyiaran sangat ditentukan oleh bagian program.

Orang yang bertanggung jawab mengelola bagian program biasa disebut dengan *programmer*. Bagian program biasanya terdiri atas staf dan manajer program, bagian ini bertanggung jawab untuk merencanakan program atau apa saja yang akan disajikan kepada khalayak selama satu periode tertentu. Bagian program yang bagus biasanya terdiri dari orang-orang yang mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai oleh *audien*. Bagian pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan:

- 1) *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai *audien* yang dituju.
- 2) *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi

pemasang iklan yang berminat memasang iklan pada program bersangkutan.

- 3) *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu. Pemilihan waktu yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program.
- 4) *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor (Morissan, 2013: 212).

Stasiun televisi maupun radio setiap harinya menyajikan berbagai jenis program yang jumlahnya sangat banyak dan jenisnya sangat beragam. Pada dasarnya apa saja bisa dijadikan sebuah program untuk disajikan selama program itu menarik dan disukai *audien*, dan selama tidak bertentangan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Berbagai jenis program itu secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu: 1) program informasi dan 2) program hiburan. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak atau *audien*. Daya tarik program ini adalah informasi, dan informasi itulah yang dijual kepada *audien*. Dengan demikian program informasi tidak hanya melulu program berita dimana presenter dan penyiar membacakan berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk juga talk show (perbincangan). Sedangkan program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur *audien* dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, sandiwara, Permainan (*quiz*), musik, pertunjukkan dan sebagainya.

Dalam pembuatan sebuah program seorang *programmer* harus bisa menentukan hal apa yang akan digunakan sebagai senjata untuk menarik *audien*, sehingga program tersebut bisa meraih

keberhasilan. Oleh karena itu agar sebuah program bisa meraih keberhasilan perlu adanya elemen-elemen atau hal-hal apa saja yang harus dimasukkan kedalam sebuah program. Menurut Morissan (2013), ada beberapa elemen keberhasilan program yaitu:

- 1) Konflik, salah satu elemen yang paling penting dalam keberhasilan program adalah konflik, yaitu adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh-tokoh yang terlibat.
- 2) Durasi, jika memungkinkan *programmer* sebaiknya tidak berfikir untuk membuat suatu program yang bersifat hanya satu kali tayang. Suatu program yang berhasil adalah program yang dapat bertahan selama mungkin.
- 3) Kesukaan, Adakalanya orang menyukai suatu program bukan karena isinya, namun lebih tertarik kepada penampilan pembawa acaranya atau pemain utamanya, oleh karena itu elemen kesukaan menjadi salah satu elemen penting dalam keberhasilan program.
- 4) Konsistensi, suatu program harus konsisten terhadap tema dan karakter pemain yang dibawanya sejak awal, jam tayang dan durasi penayangan juga harus konsisten sesuai yang telah direncanakan.
- 5) Energi, setiap program harus memiliki energi yang mampu untuk menahan *audien* agar tidak mengalihkan perhatiannya kepada hal-hal lain.
- 6) *Timing*, dalam hal ini *timing* adalah waktu penyiaran sebuah program, dengan demikian setiap program harus dapat menjaga keharmonisannya dengan waktu.
- 7) *Tren*, seorang *programmer* dalam membuat sebuah program harus memiliki kesadaran terhadap adanya hal-hal yang tengah digandrungi (*tren*) di tengah masyarakat (Morissan, 2013: 364-376).

## b. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah suatu kegiatan yang mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkar dalam memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dakwah dapat diartikan sebagai seruan, ajakan, panggilan, dengan lisan atau tingkah laku ataupun perbuatan nyata. Lebih tegasnya bahwa dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun secara kelompok. Penyampaian ajaran tersebut berupa perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasul-Nya (*amar ma'ruf nahi mungkar*) (Syamsuddin, 2016: 10). Allah berfirman dalam Surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ

أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (An-Nahl, 16: 125)*

Ayat ini menginformasikan, pertama berdakwah hukumnya *fardhu ain*. Kewajiban berdakwah merupakan tanggung jawab dan tugas setiap muslim kapan dan di mana pun ia berada. Tugas dakwah ini bukan hanya kewajiban para ulama, melainkan juga menjadi kewajiban bagi setiap muslim dan muslimat. Kedua dan yang terpenting, ayat diatas juga menunjukkan bahwa penyiaran agama harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga pesan dakwah dapat

diterima oleh *mad'u* dengan kemauan dan kesadaran hatinya tanpa paksaan (Hidayat, 2019: 95).

Unsur-unsur dakwah meliputi:

a) Da'i

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *da'i* adalah orang yang pekerjaannya berdakwah, dengan melalui kegiatan dakwah tersebut para *da'i* menyebarkan ajaran Islam. *Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan ataupun perbuatan baik secara individu, kelompok, organisasi, atau lembaga. *Da'i* sering juga disebut sebagai mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam) (Aziz, 2004: 77). Dapat dikatakan bahwa *da'i* adalah orang yang mengajak manusia lain untuk berbuat kebajikan dan mencegah kemungkaran dengan melalui lisan, tulisan, ataupun perbuatan.

b) Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah yang senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural. Perubahan ini mengharuskan da'i untuk selalu memahami dan memperhatikan objek dakwah (Supena, 2007: 111). Mad'u terdiri dari berbagai golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, dengan melihat sisi dari profesi, ekonomi, dan seterusnya. Dengan realitas seperti itu, stratifikasi sasaran perlu dibuat dan disusun supaya kegiatan dakwah dapat berlangsung secara efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan. Penyusunan dan pembuatan tersebut biar berdasarkan tingkat usia, pendidikan dan pengetahuan, tingkat sosial ekonomi dan pekerjaan, tempat tinggal dan sebagainya (Hafifuddin, 1998: 97)

c) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi dari pesan-pesan dakwah islam. Pesan yang disampaikan hendaknya dikemas ataupun disampaikan secara menarik, dan tentunya dengan mempertimbangkan keadaan mad'u (Munir, 2009: 14). Materi dakwah adalah sesuatu yang ingin disampaikan oleh subyek dakwah (da'i) kepada obyek dakwah (mad'u). Secara umum yang menjadi materi dakwah atau pesan dakwah yaitu segala ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah.

d) Metode Dakwah

Metode didefinisikan sebagai jalan atau cara yang harus ditempuh dalam melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan. Sedangkan metode dakwah adalah cara yang digunakan da'i untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam bentuk kegiatan nyata dan praktik untuk mencapai tujuan dakwah. Metode yang tidak benar, meskipun materi yang disampaikan baik, maka pesan baik tersebut bisa ditolak. Seorang da'i mesti jeli dan bijak dalam memilih metode, karena metode sangat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan dakwah (Aripudin, 2011: 8). Macam-macam metode dakwah meliputi : Dakwah lisan (*da'wah bil al-lisan*), Dakwah tulis (*da'wah bil al-qolam*) dan Dakwah tindakan (*da'wah bil al-hal*).

e) Media Dakwah

Media merupakan alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dan pengirim pesan kepada penerima pesan, sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa, sehingga proses belajar mengajar berlangsung



dengan efektif dan efisien sesuai dengan yang diharapkan (Sadiman, dkk., 2002:6). Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, contohnya adalah televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Bachtiar, 1997: 35).

f) Efek Dakwah

Dalam bahasa komunikasi umum efek dakwah juga disebut dengan umpan balik (*feedback*). Efek dakwah dibagi menjadi 3 yaitu:

- 1) Efek Kognitif, efek ini terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan diapresiasi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan informasi.
- 2) Efek Afektif, efek ini timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- 3) Efek Behavioral, efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan perilaku (Wahyu illahi, 2010: 21).

c. Program Dakwah

Sudah dipaparkan diatas bahwa program adalah satu bagian dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan, dalam media penyiaran program sangatlah penting karena melalui program tersebut media penyiaran bisa menarik banyak khalayak dan juga para pemasang iklan, sehingga media penyiaran tersebut bisa memperoleh keuntungan. Program juga bisa menjadi ciri khas bagi sebuah media penyiaran, oleh karenanya tidak heran jika ada orang yang lebih mengetahui nama programnya dibandingkan nama medianya. Dalam dunia penyiaran terdapat sebuah rumus, yaitu program yang baik akan mendapatkan

pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton. (Morissan, 2013: 210).

Sedangkan dakwah adalah suatu kegiatan yang mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran dalam memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Syamsuddin, 2016: 10). Dalam kegiatan berdakwah perlu adanya sebuah media agar penyampaian dakwah dari *da'i* kepada *mad'u* bisa lebih efektif dan efisien. Diera modern ini banyak media dakwah yang bisa dimanfaatkan dalam kegiatan berdakwah, salah satunya adalah media massa elektronik seperti televisi, dan radio, juga media massa cetak seperti koran, majalah, tabloid dan sebagainya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa program dakwah adalah satu bagian dari isi siaran radio atau televisi yang mengandung pesan baik dalam bentuk suara, gambar, ataupun gambar dan suara yang tersusun dengan baik serta mempunyai tujuan untuk mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran serta mengikuti petunjuk (agama) dalam memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Program dakwah banyak dibuat oleh para *programmer* dari berbagai media penyiaran untuk mengisi slot waktu di media penyiaran tersebut, dan bahkan tidak sedikit media penyiaran yang menjadikan program dakwah tersebut sebagai program andalan mereka. Program dakwah yang terdapat di media penyiaran tersebut juga berbagai macam bentuknya dari yang ceramah, *talkhow*, sandiwara dan sebagainya.

## B. Program Siaran Radio

### 1. Program Radio

Tingkat persaingan stasiun radio di beberapa kota-kota besar cukup tinggi dalam merebut perhatian *audien*, oleh karena itu pengelolaan radio diharuskan untuk semakin jeli membidik *audiennya*. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Menurut Pringle Starr McCavitt yang dikutip oleh Morissan dalam bukunya yang berjudul Manajemen Media Penyiaran (2013), menjelaskan bahwa program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format. Dengan kata lain bahwa format adalah penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio. Lebih sederhana dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan *audiennya*. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio, harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya *audien*. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran tersebut dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran pun tidak hanya menentukan bagaimana pengolahan program siaran tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran tersebut (Morissan, 2013: 230). Untuk sebuah stasiun radio baru sangat penting untuk menentukan format siaran sebelum memulai kegiatan penyiaran. Proses penentuan format dimulai dari penentuan visi dan misi yang ingin dicapai media penyiaran tersebut. Dari sini ditentukan format siaran apa yang relevan beserta implementasinya pada wilayah program dan pemasaran. Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan

untuk kesiapan berkompetisi dengan media penyiaran lainnya. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek misalnya aspek demografis *audien* seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografi. Berdasarkan pembagian tersebut, maka muncullah stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok tersebut. Pada stasiun penyiaran radio terdapat beberapa format, misalnya radio anak-anak, remaja, radio berita, radio dakwah, radio budaya dan sebagainya. Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir-hampir tidak pernah melibatkan pihak-pihak luar dalam proses produksinya. Jadi orang-orang yang bekerja di media radio diharapkan mempunyai kemampuan dan keterampilan, sehingga dalam memproduksi suatu program radio bisa menghasilkan program yang menarik untuk didengar. (Morissan, 2013: 231).

Program radio sebenarnya tidak terlalu banyak jenisnya, radio memiliki berbagai macam program acara namun jenis program radio secara umum terdiri dari :

- 1) Musik Progam. Program yang menyiarkan musik untuk menghibur pendengar. Biasanya dibuat format sesuai jenis musiknya dan jarang sekali dicampur untuk berbagai jenis musik. Misalnya siaran khusus untuk musik keroncong, pop, jazz, dangdut, campursari, barat, Indonesia dan sebagainya.
- 2) *Talkshow*. *Talkshow* pada dasarnya adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Setiap penyiar radio sudah semestinya adalah seorang yang pandai menyusun kata-kata. Program perbincangan biasanya diarahkan oleh seorang pemandu acara (*host*) bersama satu atau lebih narasumber untuk membahas sebuah topik yang sudah dirancang sebelumnya. Tiga bentuk program perbincangan yang banyak digunakan stasiun radio adalah:

- a. *One on one show*, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar atau *host* dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
  - b. *Panel discussion*, dalam bentuk ini pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
  - c. *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik ditentukan lebih dahulu oleh penyiar, diberikan contoh berdasarkan pengalaman penyiar, kemudian pendengar diminta untuk memberikan respon berdasarkan pengalaman masing-masing ke stasiun radio (Morissan, 2013: 237).
- 3) *News Program*. Berita radio merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat yang penting dan menarik. Berita radio hendaknya merupakan informasi yang dapat menarik sebanyak mungkin *audien* radio yang bersangkutan. Jika audien radio adalah para eksekutif muda, maka tentunya berita yang disiarkan terkait dengan informasi yang mereka butuhkan misalnya informasi bisnis atau peraturan ekonomi baru yang dikeluarkan pemerintah dan sebagainya. Secara umum format penyajian berita radio terdiri atas: 1) Siaran langsung (*live report*), yaitu reporter mendapatkan fakta atau peristiwa dari lapangan dan pada saat bersamaan melaporkan dari lokasi. 2) Siaran tunda, dalam hal ini reporter mendapatkan fakta dari lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dahulu sebelum disiarkan (Morissan, 2013: 236). *Program News* terdiri dari: Buletin (paket berita) berisi rangkaian berita-berita terkini (copy, straight news) bidang ekonomi, politik, sosial, olahraga, dan sebagainya; lokal, regional, nasional, ataupun internasional. Durasi 30 menit atau lebih, durasi bisa lebih lama jika diselingi lagu dan “basa-basi” siaran seperti biasa. *News insert* (insert berita) berisi informasi

aktual berupa *straight news* atau Voicer. Durasi 2-5 menit tergantung panjang-pendek dan banyak-tidaknya berita yang disajikan. Biasanya disajikan setiap jam tertentu. Bisa berupa *breaking news*, disampaikan penyiar secara khusus di sela-sela siaran non-berita. Majalah Udara berisi *straight news*, wawancara, dialog interaktif, *feature* pendek, dokumenter, dan sebagainya. Program News biasanya dirancang dengan format siaran berita tune pembuka, penyampaian bidang pemberitaan dengan backsound musik diteruskan dengan pembacaan isi berita, penyampaian bidang berita yang lain, pembacaan isi berita dilanjutkan dengan ulasan berita dan penutup program (Sartono, 2008: 165-166).

## 2. Program Dakwah di Radio

Pada umumnya stasiun radio memberikan jadwal program siaran dakwah pada pagi hari mulai pukul 05.00 WIB, namun ada juga stasiun radio yang mengudarakan program siaran dakwahnya pada sore hari mulai pukul 17.00 WIB, bentuk program dakwah tersebut berupa ceramah atau dialog. Format terbaik dalam program ini adalah obrolan santai tapi serius secara tematis, namun tetap membuka peluang bagi pendengar untuk menanyakan ragam masalah. Yang harus menjadi perhatian, siaran dakwah di radio tidak sama dengan di mimbar atau di sebuah majelis taklim. Ceramah di radio harus menggunakan “pendekatan pribadi”, berupa obrolan atau narasi bergaya obrolan (*conversational style*). Jika harus dibantu naskah, tuliskan naskah tersebut sesuai dengan aturan penulisan naskah siaran.

Selain itu, manajer program dapat menyajikan siaran dakwah dalam format lain, seperti:

- 1) Insert renungan, diputar pada jam-jam tertentu atau pada saat pergantian acara. Berisi kutipan ayat Al-Qur’an, hadis, atau kisah yang mengandung hikmah mendalam.

- 2) Berita, yakni informasi seputar kegiatan keagamaan dan keutamaan.
- 3) Feature dan documenter dakwah, misalnya feature tentang muallaf, penjaga masjid, muadzin, imam masjid, profil pesantren dan majelis taklim, dan sebagainya.
- 4) Bisa juga dengan cara memberikan nuansa dakwah di keseluruhan acara, seperti mengharuskan penyiar mengucapkan salam Islam dan ungkapan-ungkapan Islam, seperti *kalimah thayyibah* (tasbih, hamdalah, istigfar, takbir) (Syamsul, 2009: 80-81).

Siaran dakwah melalui radio memerlukan proses produksi siaran, yang melibatkan sejumlah orang sebagai tim kerja (team work). Tim yang bekerja dalam mengolah siaran radio biasa disebut dengan tim kreatif, yaitu sekelompok tenaga profesional yang diberi tugas dan tanggung jawab untuk melaksanakan dan mengembangkan pekerjaan kreatif dengan strategi kreatif. Ada dua bentuk produk radio siaran, pertama yaitu produk karya artistik adalah acara siaran yang diproduksi dengan pendekatan artistik yang lebih mengutamakan segi keindahan. Informasi yang disajikan bersumber dari suatu ide atau gagasan manusia yang dapat dipakai dan dijadikan bahan siaran sesuatu dengan kriteria mata acara siaran. Kedua, produk karya jurnalistik, yaitu acara siaran yang dilakukan dengan pendekatan jurnalistik yang lebih mengutamakan segi kecepatan. Informasi yang disajikan bersumber dari suatu fakta permasalahan aktual/hangat.

Ketika radio ingin menyiarkan acara-acara dakwah, yang disesuaikan hanyalah bahan-bahan, alat-alat peraga, yang lebih disederhanakan sesuai dengan acara dakwah itu sendiri. Pada siaran tilawah Al-Qur'an atau dialog dakwah interaktif misalnya, yang dipersiapkan adalah meja dan kursi buat narasumber, telepon, dan laptop (jika perlu). Ketika menyiarkan acara-acara dakwah, betapa pun cintanya kita kepada agama islam yang kita anut, kita tidak boleh sampai

menyinggung perasaan penganut agama lain, sebab radio didengar oleh berbagai segmen masyarakat. Acara dakwah islam bukan tidak mungkin juga didengar oleh masyarakat nonmuslim (Surianor, 2016: 17-20). Program dakwah di radio merupakan salah satu alternatif media guna kegiatan berdakwah, karena media radio merupakan media yang mempunyai kelebihan yang tidak bisa dimiliki oleh media massa lainnya, salah satu kelebihan media radio dengan media massa lainnya adalah dalam mendengarkan radio, khalayak atau audien tidak perlu meluangkan waktu khusus, sehingga dalam mendengarkan radio bisa dikerjakan dengan pekerjaan lain, seperti memasak, menyetir dan sebagainya. Selain itu radio juga bersifat *portabel* dimana radio bisa didengarkan dimana saja, sehingga informasi mengenai pesan dakwah dapat lebih cepat tersampaikan kepada khalayak.



## BAB III

### GAMBARAN UMUM RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG

#### A. Profil Radio Dais



Gambar. 1

Logo Radio Dais

(Sumber: <https://dais1079fm.com/>)

Nama radio	: Radio DAIS (DAKWAH ISLAM)
Frekuensi	: 107.9 FM
Kekuatan Power	: 3.000 watt
Antena	: Omnidirectional
Tanda Pengenal	: PM3 AEG
Jarak Jangkau	: Radius 70 Km
Tower	: Self Sporting
Tinggi	: 99 meter
Service area	: Semarang dan Kabupaten Sekitarnya
Slogan Radio	: Terdepan Dalam Dakwah dan Nada
Berdiri	: Sabtu pon, 23 September 2006
Nama Badan Hukum	: Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah
Akte Notaris	: 02 Notaris Ngadino, SH,MH
Ijin (IPP)	: Dari KPID
Izin Frekuensi	: Dari Dishub /Telkom(Balmon)
Alamat Studio	: Jl. Gajah Raya-Kawasan Masjid Agung
Telepon	: (024) 6746352

Alamat website	: <a href="http://www.dais1079fm.com">www.dais1079fm.com</a>
Alamat email	: <a href="mailto:dais_radio@yahoo.co.id">dais_radio@yahoo.co.id</a>
Format Siaran	: Informasi, Pendidikan & hiburan
Format Musik	: Musik Religi
Format Acara	: Dakwah dan Nada

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.

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 lagulagu 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 (Buku Profil Radio Dais).

## 1. Sejarah berdirinya Radio Dais

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.

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 masingmasing. 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.

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.

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan Radio Dais

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

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.

#### 4. Struktur Organisasi Radio Dais

Susunan pengurus radio Dakwah Islam (DAIS) 107.9 FM Masjid Agung Jawa Tengah:

- a) Pelindung : Gubernur Jawa Tengah
- b) Jajaran Direksi : 1) Direktur Utama : Dr. Guruh Fajar Shidiq, S.Kom, M.Cs  
2) Direktur Operasional : Drs. H. Karno
- c) Penyiar : 1) Fajar Tri Utami S.Kom  
2) Eko Ananto S.I.Kom  
3) Eva Risti Winata S.Sos.I  
4) Hartono S.Pd
- d) *Crew* Teknik : Marjianto S.T

#### 5. Program Acara Radio Dais

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

- a) Komposisi Program Adapun beberapa komposisi program di Radio Dais adalah berikut:

##### 1) 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.

2) 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.

3) 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.

4) Layanan Masyarakat

Layanan masyarakat di Radio Dais mendapatkan porsi 10%.

b) 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 :

a. 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.

b. 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 :

- 1) Pola Siaran harian radio Dais FM adalah siaran Radio yang meliputi program acara yang disiarkan selama tujuh hari atau beberapa hari selama seminggu secara langsung dari studio Dais FM.

Tabel 1  
Program Harian Radio Dais

NO	HARI	PUKUL	NAMA ACARA
1.	Setiap Hari	04.00-04.20	OPENING (Indonesia Raya, Tune pembuka siaran dengan lagu Opick "Assalamualaikum")
2.		04.20-04.45	Relay adzan dan sholat subuh jamaah MAJT
3.		04.45-05.00	Selingan nada-nada nasyid
4.		05.00-06.00	Jendela Hati
5.		06.00-07.00	Salam pagi
6.		07.00-08.00	Untaian Hikmah
7.		08.00-09.00	Inspirasi Pagi
8.		09.00-09.30	Siaran RA
9.		09.30-10.00	Cerita Anak Islam

10.	Setiap Hari	10.00-11.00	MAKNA (Macam-macam kiat untuk anda)
11.		11.00-11.30	ISTIQOMAH
12.		11.30-12.00	Relay adzan sholat dhuhur
13.		12.00-13.00	Kajian Kitab Tafsir Al-Munir
14.		13.00-14.00	OASE
15.		14.00-14.45	Sang Teladan
16.		14.45-15.00	Relay adzan sholat ashar
17.		15.00-16.30	Nada Taqwa
18.		16.30-17.30	Kajian Sore
19.		17.30-18.00	Relay adzan dan sholat magrib MAJT
20.	Selasa dan Sabtu	18.00-18.45	Murotal
	Rabu, Jumat dan Ahad		Kajian Petang
21.	Setiap Hari	18-45-19.15	Relay adzan dan sholat isya berjamaah
22.		19.15-22.00	Silaturahmi dan Closing

- 2) Pola Siaran Mingguan radio Dais FM adalah program-program yang ditayangkan hanya setiap minggunya di hari minggu atau hari lainnya.

Tabel 2  
Program Mingguan Radio Dais

NO	HARI	PUKUL	NAMA ACARA
1.	Ahad	07.00-09.00	Kajian Ahad Pagi
2.		09.00-10.00	Buah Hati
3.		10.00-10.30	Dongeng Anak Muslim
4.	Kamis	19.15-20.30	Relay Tilawatil Qur'an MAJT

### Deskripsi Acara Unggulan Radio Dais 107.9 FM

1. Nama Acara/Program : Jendela Hati  
 Jadwal Siar : Setiap hari pukul 05.00-06.00  
 Durasi : 60 menit  
 Isi Acara : Kajian kitab kuning
2. Nama Acara/Program : Nada Taqwa  
 Jadwal Siar : Setiap hari pukul 15.30-16.30  
 Durasi : 60 menit  
 Isi Acara : Sajian lagu-lagu rebana dan qasidah,  
*request* pendengar, pesan singkat
3. Nama Acara/Program : Kajian Sore  
 Jadwal Siar : Setiap hari pukul 16.30-17.30  
 Durasi : 60 menit  
 Isi Acara : Dialog interaktif mengenai kitab kuning  
 yang dipandu oleh kyai
4. Nama Acara/Program : Kajian Petang  
 Jadwal Siar : Rabu, Jum'at, Ahad pukul 18.00-18.45  
 Durasi : 45 menit  
 Isi Acara : Pembahasan kajian islam live dari MAJT
5. Nama Acara/Program : Kuliah Ahad Pagi  
 Jadwal Siar : Ahad pukul 07.00-09.00  
 Durasi : 60 menit  
 Isi Acara : Pembahasan kajian islam live dari MAJT

### B. Program Kajian Sore

#### 1. Profil Kajian Sore

Kajian sore merupakan salah satu program acara unggulan radio Dais dalam penyampaian dakwah islam. Acara kajian sore disiarkan dengan durasi 60 menit (1 jam) yakni mulai pukul 16.30-17.30 WIB disetiap harinya, dengan jenis program perbincangan (*talkshow*), dengan bentuk *one on one show* yaitu perbincangan saat penyiar dan

narasumber mendiskusikan materi kajian sore dengan dua mikrofon terpisah di ruang studio yang sama. Program kajian sore ini disiarkan dalam bentuk langsung atau siaran *on air*, sehingga tidak ada proses editing dan para pendengar mendapatkan kesempatan untuk bertanya langsung kepada pemateri melalui sambungan telepon, dan juga bisa melalui media massa seperti *whatsapp* dan juga *facebook*.

Pada awalnya memang semua penyiar dais tidak terkecuali diharapkan bisa membawakan program acara kajian sore tersebut, namun ada beberapa dari pihak pemateri atau narasumbernya meminta penyiarinya harus seorang laki-laki, karena dari narasumbernya pun seorang laki-laki. Dan sampai saat ini penyiar dari program kajian sore hanya 2 orang yaitu pak Karno, dan mas Arka (Hartono). Dalam program kajian sore ini terbagi menjadi dua segmen, segmen yang pertama berdurasi 30 menit dan berisi tentang opening tune acara, kemudian dari penyiar menghantarkan isi materi siaran, setelah dari penyiar langsung diberikan waktunya kepada pemateri untuk menyampaikan materinya sesuai dengan yang telah dipersiapkan sebelumnya, pada segmen pertama ini kadang kala juga penyiar dan pemateri saling tanya jawab mengenai materi yang sedang disampaikan.

Kemudian 30 menit berikutnya yang dimana juga segmen kedua, penyiar membuka sambungan telepon bagi pendengar yang ingin bertanya langsung kepada pematerinya, dalam segmen kedua ini penelpon dibatasi jumlahnya sesuai dengan sisa waktu program acaranya. Dalam sekali siaran program kajian sore, rata-rata telepon yang masuk dan bertanya kepada pemateri ada 2-3 penelpon, yang lainnya ada yang bertanya melalui chat *whatsapp* dan juga melalui komen di live *facebooknya* radio dais. Dan biasanya *audien* yang bertanya rata-rata berumur 25 tahun keatas, hal yang ditanyakan oleh *audien* bisa berupa masalah yang terkait dengan materi yang sedang dibahas, akan tetapi tidak sedikit juga *audien* yang bertanya diluar dari tema atau materi yang sedang dibahas.

Materi yang disampaikan dalam program kajian sore secara garis besar bersumber dari kitab kuning. Pemateri dari program kajian sore ini setiap harinya berganti-ganti semua jadwal yang telah ditetapkan, jadi satu pemateri membahas satu tema yang telah ditetapkan kalau pada hari tersebut tema yang dibahas belum selesai akan dilanjutkan pada minggu depan dengan hari dan pemateri yang sama. Pemateri dari program kajian sore ini diantara lain adalah:

- 1) Hari Senin : KH Ulil Albab Syaikhun SAg.
- 2) Hari Selasa : KH Drs. Abdul Hamid Suyuti
- 3) Hari Rabu : Habib Muhamad Bin Farid Al-Muthohar
- 4) Hari Kamis : KH Hilmi Wafa SE, Mpd.
- 5) Hari Jum'at : Kyai Khairul Amin, SAg.
- 6) Hari Sabtu : Ustadz Muslikhin, Lc.
- 7) Hari Ahad : KH Haris Sodaqoh

Target *audiens* atau pendengar dari program kajian sore ini adalah para pemeluk agama islam khususnya di kota Semarang dan sekitarnya, pada umumnya program acara ini untuk semua kalangan, akan tetapi kebanyakan yang mendengarkan program acara ini yang berumur 25 tahun keatas. Untuk tujuan dibuatnya program acara ini adalah memberi wahana kepada masyarakat untuk menanyakan permasalahan di bidang agama Islam langsung kepada narasumber yang kompeten (Wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 26 Desember 2019).

2. Unit Kerja Program Kajian Sore
  - a. Produser : Menjamin kelancaran penyelenggaraan siaran, sehingga mendukung pencapaian kualitas sebuah acara, jumlah pendengar dan usaha peningkatan target yang telah ditetapkan.
  - b. Pengarah Acara : Merumuskan dan menetapkan strategi programming siaran yang memenuhi bentuk format radio, termasuk strategi aspek pendukung keberhasilan siaran radio dengan memperhatikan kebutuhan khalayak. Menyusun rencana kerja

program siaran, mengarahkan serta mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja, serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektivitas dan efisiensi operasional penyiaran.

- c. Penyiar : Mempersiapkan, membuka, dan menutup acara, serta menghantarkan isi materi siaran.
- d. Teknisi : Melakukan perawatan atas semua peralatan studio siaran dan perangkat siaran luar untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran (Buku Profil Radio Dais).

### **C. Strategi Program Dakwah dalam Program “Kajian Sore”**

Strategi program dakwah adalah usaha ataupun upaya untuk menciptakan dan meningkatkan suatu program dakwah sehingga mampu mendapatkan respon yang baik dari banyak pendengar, selain itu strategi program dakwah juga bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan baik kepada sasaran dakwah. Program Kajian Sore merupakan salah satu program acara unggulan radio Dais dalam menyampaikan materi dakwah islam, dengan durasi 60 menit (1 jam) yakni mulai pukul 16.30-17.30 WIB disetiap harinya. Program kajian sore ini memiliki strategi tersendiri agar menjadi program favorit yang selalu ditunggu-tunggu oleh pendengarnya antara lain:

#### 1) Menentukan jadwal siaran

Menentukan jadwal siaran atau time schedule merupakan langkah yang pertama dan salah satu langkah penting dalam pembuatan perencanaan strategi program, hal tersebut juga diterapkan dalam program kajian sore yang dimana program kajian sore diudarkan atau disiarkan mulai pukul 16.30 sampai dengan 17.30 disetiap harinya. Pemilihan jadwal siaran ini memang sudah ditentukan sejak awal dari mulai perancangan dan pembuatan program kajian sore, yang menentukan jadwal siaran program acara kajian sore adalah bapak Karno selaku direktur operasional radio dais. Beliau juga menuturkan jika pemilihan jadwal

tersebut tidak semata-mata atas kehendaknya sendiri, melainkan atas dasar masukan teman-teman crew radio dais juga pendengar setia radio dais yang biasa disebut MODIS (Monitor Dais) (wawancara dengan Drs. H. Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020). Pemilihan jadwal siaran ini dinilai sangat strategis karena waktu tersebut merupakan waktu prime time, dimana pada jam-jam tersebut masyarakat sedang menikmati waktu bersantai dan melepas penat, setelah seharian melakukan aktivitasnya masing-masing serta sambil menunggu adzan magrib tiba. Pada jam tersebut program kajian sore hadir dalam rangka mengisi waktu luang serta memberikan pemahaman dalam beragama islam.

## 2) Menentukan Tema

Dalam setiap program yang ada di radio, penentuan tema merupakan hal yang sangat penting dalam menarik pendengar. Tema yang menarik sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi di masyarakat menjadi sebuah strategi yang ampuh dalam menarik pendengar. Program kajian sore menentukan tema yang berbasis materi dakwah seperti tata cara berwudhu, fiqih, akhlak, hukum ziarah, dan sebagainya sesuai dengan isi dari kitab kuning sebagai bahan materi siaran. Karena program acara kajian sore materi siarannya berasal dari sebuah kitab, maka penentuan tema yang digunakan untuk bahan siaran urut berdasarkan bab penjelasan dikitab tersebut. Jadi setiap hari tema untuk bahan siaran melanjutkan tema yang sudah dibahas sebelumnya, dengan begitu diharapkan penyiar, narasumber, maupun audien bisa mengetahui tema apa saja yang akan dibawakan pada minggu selanjutnya (wawancara dengan Drs. H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020).

## 3) Memilih penyiar

Pemilihan penyiar pada program kajian sore juga perlu dilakukan karena dengan memilih penyiar dapat berpengaruh juga terhadap seluruh rangkaian siaran termasuk juga dengan narasumbernya. Pada awalnya memang semua penyiar dais diharuskan bisa untuk

membawakan acara kajian sore tersebut, tetapi adakalanya jika narasumbernya seorang *habaib* yang tidak mau jika penyiarnya perempuan. Selain itu para penyiar yang ada di radio dais kurang percaya diri jika harus membawakan program acara kajian sore yang materinya bersumber dari kitab kuning. Sampai saat ini penyiar yang membawakan program acara kajian sore adalah Pak Karno dan Mas Arka. Akan tetapi tentu saja tetap akan dilakukan regenerasi pada penyiar program acara kajian sore (wawancara dengan Drs. H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020).

#### 4) Memilih Narasumber

Pemilihan narasumber untuk mengisi suatu program acara juga merupakan hal yang patut diperhatikan, dalam memilih narasumber untuk program kajian sore radio dais juga punya kriteria diantaranya adalah: narasumber tersebut dapat membaca kitab serta dapat memahami kitab kuning sebagaimana kitab kuning adalah sebagai sumber materi siaran, dapat berinteraksi dengan penyiar maupun dengan audien sesuai dengan format acara yang dibawa yaitu dialog interaktif, serta narasumber yang dipilih yang sudah banyak pengalaman di dunia dakwah. Dalam proses pemilihan narasumber pada program acara kajian sore dilakukan secara bertahap, jadi ada masa dimana program kajian sore tidak setiap hari diisi oleh narasumber. Untuk itu yang mengisi pada hari kosong tersebut, pihak radio dais berdiskusi dengan para narasumber yang sudah mengisi di program kajian sore untuk membantu mencari narasumber yang lain. Kemudian pihak radio dais meminta bantuan untuk *menshare* kepada teman-teman narasumber tersebut, hingga akhirnya terpilihlah narasumber yang bisa mengisi program acara kajian sore sampai saat ini (wawancara dengan Drs. H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020).



5) Berkolaborasi dengan MAJT TV

Radio Dais dalam melebarkan sayapnya juga berkolaborasi dengan MAJT TV dalam menyiarkan program acaranya, begitu juga dengan program kajian sore. Kolaborasi ini merupakan sebuah konvergensi media atau penggabungan media massa di lingkungan Masjid Agung Jawa Tengah dalam mengikuti perkembangan zaman. Jadi radio Dais dan MAJT TV merupakan media massa yang dimiliki oleh Masjid Agung Jawa Tengah yang dinaungi oleh pengurus MAJT khususnya bagian ketakmiran (wawancara dengan Drs. H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020). Proses kolaborasi radio dais dan MAJT TV khususnya pada program acara kajian sore adalah *crew* atau anggota dari MAJT TV meliput berlangsungnya siaran program Kajian Sore di ruang siaran radio Dais untuk selanjutnya diupload dalam media sosial yang meliputi official instagram dan facebook milik Radio Dais dan official youtube milik MAJT TV. Dan sekarang sudah bisa disiarkan secara live dalam official youtube MAJT TV tanpa melalui proses editing.

6) Mengupload di media sosial

Radio dais juga memanfaatkan adanya media sosial dalam promosi programnya yaitu dipublikasikannya pamlet dan potongan video dari program acara kajian sore di akun instagram dan facebook milik radio Dais. Dalam hal ini radio Dais tidak memiliki bagian khusus yang bertanggung jawab untuk mengupload di media sosial, akan tetapi dari pak Karno selaku direktur operasional radio dais tetap menunjuk salah satu atau beberapa penyiar untuk mengupload pamlet maupun potongan video dari program kajian sore di media sosial milik radio dais (wawancara dengan Drs. H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020). Saat siaran program acara kajian sore berlangsung radio Dais tidak hanya menyediakan layanan telepon biasa akan tetapi juga membuka pertanyaan melalui aplikasi *whatsapp* berupa chat dari para

pendengar. Contoh pamlet program acara kajian sore radio dais yang diupload di media sosial:



Gambar. 2  
Postingan Program Kajian Sore di Facebook  
Sumber: Facebook Dais Majt



Gambar. 3  
Postingan Program Kajian Sore di Instagram  
Sumber: Instagram Radio Dais 107.9 FM

## **BAB IV**

### **ANALISIS STRATEGI PROGRAM DAKWAH “KAJIAN SORE” DI RADIO DAIS SEMARANG**

Faktor yang terpenting dan berpengaruh dalam menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio adalah dilihat dari segi program atau acaranya. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan programming atau penata acara (Prayudha, 2005: 43). Menurut Morissan (2013) dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, membahas mengenai strategi program siaran yang terdiri dari: perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program.

#### **A. Analisis Perencanaan Program**

Pada stasiun radio perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun radio yang bersangkutan (Morissan, 2013: 274). Di radio dais ada banyak program acara yang juga dimana setiap acara itu memiliki format yang berbeda-beda meskipun ada juga sama. Akan tetapi ada satu program acara di radio dais yang format acaranya berbeda dengan program acara lainnya yakni program acara “kajian sore”, program acara kajian sore ini mengangkat atau memilih format siaran dialog interaktif. Program kajian sore memilih atau mengangkat format dialog interaktif karena untuk menjawab pertanyaan dari masyarakat seputar ilmu agama yang lebih mendalam dengan menghadirkan narasumber yang memang berkompeten, jadi bukan hanya sekadar menjawab pertanyaan saja, tetapi menjawab pertanyaan yang mendalam dengan dasar-dasar yang pasti dan langsung dijawab oleh narasumber disaat itu juga.

Dengan mengangkat format dialog interaktif ini, program kajian sore memiliki keunggulan daripada program acara lainnya sehingga bisa menjadi program acara unggulan radio dais. Format dialog interaktif ini menjadi strategi yang tepat untuk sebuah program acara di media massa, karena di era sekarang banyak masyarakat yang memilih semuanya harus serba instan. Oleh karena itu dengan format dialog interaktif ini audien bisa bertanya langsung dan mendapat jawaban langsung dari narasumber yang hadir, sehingga menimbulkan rasa puas pada audien. Isi dari program kajian sore adalah membahas mengenai ilmu-ilmu agama bersumber dari kitab kuning, oleh karena itu tentunya narasumber yang dipilih oleh radio dais harus bisa membaca kitab kuning. Isi dari program kajian sore tersebut dibagi menjadi dua segmen atau dua bagian yang dimana satu segmennya masing-masing berdurasi 30 menit (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Perencanaan program dalam program radio juga mencakup pemilihan seorang penyiar untuk membawakan program acara tersebut. Pada awalnya diprogram acara kajian sore semua penyiar dais diharuskan bisa membawakan program acara tersebut, namun seiring berjalannya waktu dari narasumber ada yang tidak nyaman apabila penyiar program acara kajian sore seorang wanita, oleh karena itu penyiar pada program acara kajian sore diharuskan seorang laki-laki. Sampai saat ini penyiar pada program acara sore di radio dais hanya 2 orang, yakni pak Karno dan mas Hartono. Selain pemilihan penyiar, pemilihan narasumber juga masuk dalam langkah perencanaan program acara kajian sore. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa narasumber yang dipilih untuk mengisi program acara kajian sore adalah narasumber yang bisa membaca kitab kuning. Berikut ini para narasumber yang dipilih oleh radio dais dalam mengisi program acara kajian sore:

- 1) Hari Senin : KH UlilAlbab Syaikhun S. Ag, beliau adalah pengasuh pondok pesantren Al-Ikhlas Pedurungan dan kepala yayasan Taqwalillah Meteseh
- 2) Hari Selasa : KH Drs. Abdul Hamid Suyuti, beliau adalah seorang pendakwah dan juga pensiunan guru agama
- 3) Hari Rabu : Habib Muhamad Bin Farid Al-Muthohar, beliau adalah pengasuh pondok pesantren Darul Ilm Semarang
- 4) Hari Kamis : KH Hilmi Wafa SE, Mpd, beliau adalah pengasuh pondok pesantren Futuhiyyah Mranggen Demak
- 5) Hari Jum'at : Kyai Khairul Amin, Sag, beliau adalah seorang pendakwah
- 6) Hari Sabtu : Ustadz Muslikhin, Lc, beliau adalah seorang pendakwah
- 7) Hari Ahad : KH Haris Sodaqoh, beliau adalah pengasuh pondok pesantren Al-Itqon Bugen Semarang (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Perencanaan siaran secara umum melahirkan kebijakan umum tentang bagaimana mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam sehari, seminggu, hingga setahun (Morissan, 2013: 286). Waktu yang dipilih oleh radio dais dalam menayangkan program acara kajian sore adalah disore hari dengan durasi selama 1 jam yang dimulai pada pukul 16.30 sampai dengan 17.30 WIB disetiap harinya, kecuali hari kamis yang lebih maju satu jam yakni pada pukul 15.30 sampai 16.30 WIB. Pemilihan waktu penayangan ini dimaksudkan agar banyak didengarkan oleh audien dan juga materi dakwah yang disampaikan bisa ditangkap dengan baik oleh audien, karena pada waktu tersebut merupakan salah satu waktu prime time di media massa yang dimana pada waktu tersebut audien banyak yang bersantai karena telah selesai dari aktivitasnya masing-masing sambil menunggu adzan magrib tiba, jadi kajian

sore hadir untuk menemani waktu bersantai audien dengan memberikan materi-materi dakwahnya.

Perencanaan program sebuah media penyiaran juga difokuskan pada pemilihan target audien, karena keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami audiennya. Dalam hal ini audien dipahami dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran, karena audien adalah konsumen yang memiliki kebutuhan terhadap suatu program atau dalam hal pemasaran yaitu produk (Morissan, 2013: 171). Audien dalam media penyiaran masih dibagi dalam beberapa bagian atau segmen, seperti segmentasi demografis yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, latar belakang pendidikan, agama serta suku dan kebangsaan. Segmentasi geografis yang membagi audien berdasarkan wilayah tempat tinggal. Radio dais dalam memilih target audiennya berdasarkan segmentasi demografis adalah seluruh lapisan masyarakat sebab target audien radio dais berdasarkan agama islam dengan segala usia dan status sosial. Sedangkan untuk segmentasi geografis radio dais memilih wilayah Provinsi Jawa Tengah pada umumnya dan Kota Semarang sekitarnya pada khususnya. Untuk program acara kajian sore sendiri tidak memilih target audien yang terlalu sempit, karena pada umumnya program acara kajian sore ini ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat yang beragama islam, akan tetapi dilihat dari para audien yang bertanya melalui sambungan telepon maupun chat aplikasi whatsapp rata-rata pendengar program acara kajian sore adalah masyarakat yang berusia 25 keatas (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Menurut Morissan (2013) perencanaan program juga mencakup bauran program yang mencakup empat elemen, yaitu: 1) Produk program (*product*), 2) Harga program (*price*), 3) Distribusi program (*place*), 4) Promosi program (*promotion*). Pertama, produk program diartikan bahwa program adalah suatu produk yang ditawarkan kepada audien yang mencakup

nama program dan kemasan program acara. Memilih satu nama bagi suatu program acara merupakan kegiatan yang penting ditinjau dari perspektif promosi karena nama program acara berfungsi menyampaikan atribut dan makna. Begitu juga dengan program acara kajian sore, nama program acara kajian sore terdiri dari 2 kata yakni kata “kajian” kata ini dipilih karena memang isi dari program acara tersebut berbentuk kajian yaitu sebuah penyampaian pesan-pesan dakwah langsung dari pemateri kepada audien, dan kata yang kedua yaitu “sore” kata ini diambil karena memang jadwal penyiaran dari kajian tersebut pada sore hari dari mulai 16.30 - 17.30 WIB. Oleh karena itu program acara tersebut diberi nama program acara “Kajian Sore”, nama program ini dimaksudkan agar para audien lebih mudah untuk mengingatnya. Kemasan adalah aspek lain dari strategi pemasaran yang perannya dirasa semakin penting saat ini. Dalam media penyiaran kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk menarik perhatian audien melalui penampilan suatu program acara. Dalam program acara kajian sore kemasan program yang ditonjolkan adalah pemilihan narasumber atau pemateri yang kebanyakan merupakan para pengurus dari sebuah pondok pesantren dari berbagai daerah di Kota Semarang dan Demak. Selain itu pemilihan format acara yang disiarkan secara langsung dan dialog interaktif juga termasuk dalam kemasan program acara kajian sore di radio dais.

Kedua yaitu harga program, adalah harga yang mencakup biaya produksi program dan biaya yang akan dikenakan kepada pemasang iklan. Program kajian sore di radio dais merupakan sebuah program acara yang diproduksi sendiri oleh radio dais, oleh karena itu dalam proses produksinya tidak mengeluarkan biaya. Begitu juga dengan iklan, radio dais merupakan sebuah media penyiaran radio yang berbentuk komunitas, jadi tidak ada iklan komersial yang masuk ke radio dais, sementara radio dais hanya memproduksi sendiri iklan layanan masyarakat yang juga dalam proses

produksinya tidak mengeluarkan biaya (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Ketiga yaitu distribusi program yang artinya bagaimana mengirimkan program dan kapan waktu siaran yang tepat bagi program acara tersebut, pemilihan waktu siaran yang tepat berperan cukup penting dalam membantu keberhasilan program acara bersangkutan. Program siaran harus dapat ditangkap dengan baik oleh audien, artinya tidak ada gangguan yang dapat merusak kenyamanan audien saat mengkonsumsi suatu program acara. Radio dais dalam mengirimkan program acaranya menggunakan antena yang terpasang di puncak menara Al Husna kawasan MAJT, dengan ketinggian menara yang hampir 100 meter siaran radio dais bisa mencapai luar Kota Semarang. Sementara itu sampai saat ini radio dais belum mempunyai stasiun relai dalam menyebarluaskan siarannya ke daerah-daerah yang lebih terpencil. Untuk waktu siaran yang tepat di program acara kajian sore adalah pada sore hari yaitu dari pukul 16.30 – 17.30 WIB, waktu siaran sore hari tersebut diharapkan bisa mengisi waktu bersantai para audien yang lelah setelah seharian melakukan aktivitasnya.

Keempat yaitu promosi program, yaitu proses bagaimana memberi tahu audien mengenai adanya suatu program sehingga mereka tertarik untuk menonton atau mendengarkannya. Dewasa ini banyak sekali media yang digunakan untuk mempromosikan suatu program acara salah satu yang paling banyak diminati adalah media sosial karena saat ini banyak audien yang telah menggunakan media sosial, radio dais juga memanfaatkan media sosial untuk promosi program acara kajian sorenya. Radio dais dalam mempromosikan program acara kajian sorenya melalui akun media sosial instagram dan facebook radio dais. Di media sosial *instagram* radio dais mempromosikan program acara kajian sore dengan bentuk pamlet yang didalam pamlet tersebut berisikan nama program acaranya yaitu kajian sore, lambang dari radio dais, foto dan nama dari narasumber, serta hari dan waktu siaran. Untuk



tambahandibagian keterangan ditulis ada nomor telepon dan nomor *whatsapp* dari radio untuk para audien yang ingin bertanya kepada narasumber. Sedangkan di media sosial facebook radio dais dalam mempromosikan program acara kajian sore menggunakan cuplikan video dari program acara kajian sore yang direkam kemudian *diupload* di akun facebook milik radio dais(wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 jaunari 2020).

## **B. Analisis Produksi dan Pembelian Program**

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarnya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan, media penyiaran dikenal oleh khalayak dari berbagai program yang ditayangkannya. Program bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri. Jika program dibuat pihak lain, berarti stasiun penyiaran membeli program tersebut. Dengan demikian, dilihat dari siapa yang memproduksi program, maka terdapat dua tipe program yaitu program yang diproduksi sendiri dan program yang diproduksi pihak lain (Morissan, 2013: 306).Proses produksi suatu program dimulai dengan munculnya sebuah ide atau gagasan, pada program acara kajian sore ini ide awal muncul karena ingin memberikan akses pertanyaan dari audien yang ingin mendapat jawaban langsung saat itu juga tentang ilmu agama islam, karena pada program acara lain pertanyaan dari audien hanya bisa ditampung terlebih dahulu baru kemudian dijawab pada hari besoknya.

Banyak sedikitnya jumlah program yang dibuat sendiri dan program yang dibeli sangat bervariasi diantara berbagai stasiun penyiaran, akan tetapi pada umumnya stasiun radio membuat sendiri sebagian besar programnya. Begitu juga dengan radio dais, sebagian besar program acara diradio dais adalah buatan sendiri, salah satunya adalah program acara kajian sore. Produksi program acara kajian sore tidak seperti program acara lainnya di

radio dais yang melalui proses *take voice* atau rekaman dan *editing*, karena dalam program acara kajian sore proses produksinya bersifat secara *live* atau siaran langsung saat itu juga. Hal ini dimaksudkan agar para audien yang mempunyai pertanyaan bisa bertanya dan langsung mendapat jawaban dari pematerinya saat itu juga, tidak seperti program acara lainnya, yang harus menampung pertanyaan terlebih dahulu yang kemudian akan disiarkan kembali pada hari berikutnya (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Proses produksi program acara kajian sore seperti yang sudah direncanakan terdiri dari dua, segmen yang pertama berisi *opening tune* acara, kemudian penyiar menyapa pendengar dan narasumber, setelah itu penyiar sedikit membahas materi pada minggu kemarin sebelum nantinya akan diteruskan materinya oleh narasumber pada hari tersebut. Kemudian penyiar memberikan waktunya kepada narasumber untuk menyampaikan materinya, setelah dirasa cukup untuk menyampaikan materinya, penyiar memberikan *break* dan diisi dengan lagu sembari penyiar menyiapkan untuk segmen kedua. Pada segmen kedua penyiar membuka sambungan telepon maupun mengirim pesan via aplikasi *whatsapp* bagi pendengar yang ingin bertanya langsung kepada pemateri atau narasumber. Jumlah penelepon maupun yang bertanya melalui *chat* di *whatsapp* dibatasi jumlahnya sesuai dengan sisa waktu program acaranya, diakhir acara penyiar membacakan kesimpulan materi yang telah dibahas dan dilanjutkan dengan *closing* atau penutupan acara (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Secara umum produksi program radio memerlukan beberapa bagian yaitu: 1) Music director, adalah orang yang mempunyai tugas sebagai berikut: menambahkan atau mengeluarkan lagu-lagu yang akan diputar, mempersiapkan daftar lagu yang akan diputar (*playlist*), mendengarkan dan memeriksa rekaman music/lagu; 2) Manajer Produksi, adalah orang yang bertanggung jawab untuk memproduksi iklan lokal, iklan layanan masyarakat,

dan pengumuman, serta mengawasi seluruh proses produksi program acara di media penyiaran tersebut; dan 3) Penyiar, seorang penyiar mempunyai tanggung jawab yakni membawakan dan menghantarkan suatu program acara, menyampaikan laporan/informasi waktu, cuaca, dan lalu lintas, menjalankan peralatan control room sebagai alat yang menunjang proses produksi siaran (Morissan, 2013: 327). Dalam program acara kajian sore orang yang terlibat dalam proses produksinya adalah produser, pengarah acara, penyiar, dan teknisi. Produser disini tugasnya sama seperti manajer produksi yaitu mengawasi penyelenggaraan proses produksi program acara kajian sore, akan tetapi produser di radio dais hanya memproduksi ILM (Iklan Layanan Masyarakat) dan tidak memproduksi iklan komersil, karena status dari radio dais yang merupakan radio komunitas bukan radio komersil (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Selanjutnya yaitu ada seorang pengarah acara yang mempunyai tugas untuk merumuskan dan menetapkan bentuk format program acara kajian sore, mengawasi dan mengevaluasi kinerja program acara kajian sore. Penyiar kajian sore yang mempunyai tugas untuk mempersiapkan, membuka, dan menutup acara, serta menghantarkan isi materi siaran, selain itu penyiar program acara kajian sore di radio dais juga mempunyai tugas untuk mengoperasikan semua alat di ruang studio sebagai alat penunjang untuk proses produksi program acara kajian sore. Dan yang terakhir adalah seorang teknisi, teknisi disini bertugas untuk melakukan perawatan atas semua peralatan studio siaran dan perangkat siaran luar untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran, akan tetapi seorang teknisi di sini tidak selalu berada di studio siaran radio dais, seorang teknisi akan bertugas jika ada kendala dalam proses produksi siaran ataupun hanya untuk mengecek peralatan siaran. Dalam proses produksi program acara kajian sore tidak memerlukan seorang music director, karena dalam program acara kajian sore tersebut hanya memutar

satu lagu disela-sela istirahat dan jeda sebelum masuk disegmen kedua, jadi hanya perlu seorang penyiar yang akan memilih lagu tersebut.

Proses produksi program acara kajian sore juga disiarkan secara live di akun facebook milik radio dais, dalam proses tersebut radio dais membutuhkan kamera hp yang tersambung dengan jaringan internet dan ditaruh di meja siar dengan ditopang oleh tripod kecil. Jadi selain bisa didengarkan melalui frekuensi radio dais, program acara kajian sore juga bisa dilihat secara live di akun facebook milik radio dais. Proses produksi program acara kajian sore setiap harinya juga direkam dikomputer ruang siaran radio dais. Selain itu, radio dais juga bekerja sama dengan MAJT TV untuk menyiarkan program acara kajian sore tersebut. Dalam proses produksinya crew dari MAJT TV juga ikut terlibat didalamnya, pada proses tersebut dua orang crew dari MAJT TV mengambil gambar atau merekamnya yang kemudian nanti akan diedit terlebih dahulu sebelum diupload di akun youtube milik MAJT TV(wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

### **C. Analisis Eksekusi Program**

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program acara sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Pada program kajian sore di radio dais jadwal teriri dari dua bagian, yaitu jadwal penyangan atau waktu siaran dan jadwal dari narasumber untuk mengisi program acara tersebut. Pada program acara kajian sore di radio dais eksekusi programnya sudah sesuai dengan rencana yang sudah direncanakan seperti yang sudah dijelaskan diatas pada bagian analisis perencanaan program, yaitu setiap hari dengan durasi satu jam mulai pukul 16.30 sampai dengan 17.30 WIB kecuali hari kamis yang lebih maju satu jam dari jadwal yang seharusnya dimulai dari pukul 15.30 sampai dengan 16.30 WIB. Selain pada jadwal penyiaran yang sudah sesuai dengan rencana program, pada jadwal narasumber pun juga sudah sesuai dengan jadwal yang telah dibuat sebelumnya, hal ini karena pada

program acara kajian sore setiap harinya narasumber selalu berganti. Namun ada kalanya juga narasumber yang dijadwalkan hadir untuk mengisi program acara kajian sore datang terlambat dari jadwal yang sudah ditentukan dan kadang juga tidak bisa hadir untuk mengisi program acara kajian sore. Untuk mengatasi hal tersebut radio dais tetap menyiarkan program acara kajian sore dengan memutarakan rekaman dari minggu lalu yang sudah direkam pada saat *live on air*.

Eksekusi program juga mencakup pembagian waktu siaran, dalam menentukan jadwal penyangan suatu 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. Karena pada prinsipnya siaran radio maupun televisi harus dapat menemani aktivitas apa pun (Morissan, 2013: 343). Oleh karena itu media penyiaran haruslah membagi waktu siaran dalam setiap program-programnya. Waktu siaran dalam sehari dibagi menjadi lima bagian, yaitu:

1. *Prime Time*            pukul 19.30-23.00
2. *Late Fringe Time*    pukul 23.00-01.00
3. *All Other Time*        pukul 01.00-10.00
4. *Day Time*                pukul 10.00-16.30
5. *Fringe Time*            pukul 16.30-19.30

Berdasarkan pembagian waktu siaran diatas radio dais memilih pada bagian *fringe time* untuk menyiarkan atau menayangkan program acara kajian sore yang dimulai pada pukul 16.30-17.30 WIB. Pada waktu ini perilaku audien dari anak-anak, remaja sampai orang dewasa kebanyakan adalah waktu untuk bersantai dan menunggu waktu adzan magrib bagi yang beragama islam, karena setelah seharian melakukan aktivitasnya masing-masing. Oleh karena itu diharapkan dari memilih waktu siaran ini program acara kajian sore bisa menemani waktu bersantai audien, selain itu materi dakwah yang disampaikan oleh narasumber yang berasal dari kitab kuning bisa diterima

dengan baik oleh audien, terutama pada audien yang tidak pernah mengenyam pendidikan pondok pesantren. Pada waktu tersebut pula banyak audien yang bersantai jadi kemungkinan besar program acara kajian sore bisa didengarkan oleh banyak kalangan (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

Dalam perencanaannya, acara kajian sore mengangkat format programnya dengan format dialog interaktif . Pada bagian eksekusi ini program acara kajian sore juga menyiarkan sesuai dengan yang telah direncanakan yaitu mengangkat dialog interaktif melalui sambungan telepon. Dialog interaktif ini ditayangkan pada segmen kedua setelah disegmen pertama narasumber memberikan materi dakwahnya. Sambil menunggu audien untuk telepon dan masuk pada sesi dialog interaktif, pada segmen kedua ini penyiar juga membacakan pertanyaan yang masuk melalui *chat* di aplikasi *whatsapp*. Pada sesi dialog interaktif melalui sambungan telepon ini jumlahnya dibatasi oleh waktu yang tersisa pada segmen kedua, jadi semisal hanya ada satu atau dua audien yang bertanya namun waktu hampir menunjukkan pukul 17.30 WIB, maka sesi dialog interaktif tersebut ditutup karena penyiar juga harus membacakan kesimpulan materi dan *closing* acara (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020).

#### **D. Analisis Pengawasan dan Evaluasi Program**

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif (Morissan, 2013: 354).

Proses pengawasan program pada umumnya mengawasi bagaimana standar operasional terkait perencanaan, produksi dan eksekusi program acara tersebut berlangsung. Pengawasan program acara kajian sore di radio Dais dilakukan oleh direktur operasional radio Dais yaitu Drs. H. Karno (wawancara dengan Drs.H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020), proses pengawasan tersebut dilakukan dari mulai perencanaan, produksi hingga eksekusi program acara kajian sore. Pada proses perencanaan program, direktur operasional radio Dais mengawasi dari pemilihan format program, isi program, penyiar, hingga narasumber untuk program acara kajian sore. Pengawasan dari pemilihan format program dilakukan agar program acara kajian sore bisa memiliki format yang bagus dan bisa mendapat audien yang banyak, sehingga melalui program acara kajian sore radio Dais bisa menyebarkan materi-materi dakwah kepada masyarakat dan tentu saja untuk mensukseskan visi dan misi radio Dais.

Isi program atau *content* juga tidak lepas dari pengawasan program acara kajian sore, pengawasan ini bertujuan agar isi dari program acara kajian sore sesuai dengan yang diharapkan oleh radio Dais, selain itu isi program tersebut bisa memberikan pemahaman bagi audien tentang ilmu-ilmu agama islam. Isi program perlu diberi pengawasan agar dari proses penyiaran program acara kajian sore tidak ada pelanggaran didalamnya. Dalam hal ini narasumber dan penyiar juga diawasi, sehingga diharapkan dari narasumber maupun penyiar bisa mematuhi semua peraturan dalam menyiarkan program acara kajian sore sehingga tidak bisa sewenang-wenangnya, apabila didalam proses penyiaran program acara kajian sore dari narasumber ataupun penyiar melakukan pelanggaran akan segera dilakukan evaluasi (wawancara dengan Drs.H.Karno direktur operasional radio dais, 25 februari 2020).

Proses pengawasan pada bagian produksi program dilakukan dengan tujuan agar jalannya produksi program acara kajian sore sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan yakni dengan durasi penayangan satu jam

dengan dibagi menjadi dua segmen, jadi masing-masing segmen berdurasi 30 menit. Dari satu jam tersebut berisi tentang *opening* tune, *opening* penyiar, pemaparan dari narasumber, *break* untuk memutar lagu, sesi tanya jawab kemudian kesimpulan dari penyiar dan *closing* acara. Isian dari segmen tersebut haruslah urut, sehingga bisa melancarkan proses produksi program acara kajian sore. Apabila dari isian segmen diatas tidak urut maka seluruh orang yang terlibat dalam jalannya proses produksi akan diberi evaluasi. Begitu juga dengan bagian eksekusi program yang juga diawasi langsung oleh Pak Karno selaku direktur operasional radio dais pada bagian ini direktur operasional radio Dais mengawasi penyiar dan narasumber dalam hal kedatangan ke studio saat akan menjalani proses produksi program acara kajian sore, karena jika sampai terlambat datang dari penyiar maupun narasumber maka akan mempengaruhi durasi program acara kajian sore.

Proses pengawasan yang dilakukan oleh direktur operasional radio Dais dalam hal ini program acara kajian sore adalah dengan datang langsung ke studio radio Dais. Karena memang dalam prakteknya pak Karno selaku direktur operasional radio Dais juga merupakan penyiar di program acara kajian sore tersebut. Proses demikian dilakukan agar setiap program yang disiarkan oleh radio dais khususnya program acara kajian sore bisa memberi pembelajaran bagi masyarakat terutama kaum muslim sesuai dengan target audien radio dais. Selain itu agar melalui program-programnya radio dais bisa memakmurkan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) sesuai dengan misi dari radio Dais sendiri.

Setelah proses pengawasan dilakukan dari awal sampai akhir, maka setelah itu dilakukan proses selanjutnya yaitu evaluasi pada program acara kajian sore. Evaluasi program kali ini dilakukan oleh radio Dais dalam hal ini yang bertanggung jawab adalah direktur operasional. Evaluasi di radio Dais dilakukan pada enam bulan sekali atau satu semester, semua program yang waktu proses pengawasan ada kesalahan-kesalahan akan dibahas pada



evaluasi tersebut, termasuk juga program acara kajian sore. Proses ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kesuksesan sebuah program acara yang dibuat, apakah materi yang kurang lengkap dan adakah sebuah materi yang menyimpang, atautkah penyampaian materi dari narasumber yang kurang jelas atau bahkan menurunnya pendengar disuatu program acara. Apabila sebuah program acara tersebut kurang memenuhi kriteria yang ada, maka dilakukan perbaikan pada bagian-bagian yang dirasa kurang atau bahkan penggantian program acara. Akan tetapi pada program acara kajian sore sejauh ini hanya dievaluasi pada bagian narasumber yang sering datang ke studio terlambat, oleh karena itu digantikan dengan narasumber yang lain, dan tidak sampai dievaluasi pada bagian format dan isi programnya atau bahkan sampai harus pergantian program, karena pada program kajian sore masih banyak pendengarnya. Proses evaluasi tidak melibatkan pengurus MAJT, sebab direktur operasional sudah mampu mengkondisikan persoalan-persoalan internal. Kecuali jika ada permasalahan di luar kemampuan yang harus melibatkan pihak inti kepengurusan MAJT, baru menyelesaikan masalah dengan bidang ketakmiran (wawancara dengan mbak Fajar sekretaris radio dais, 9 januari 2020)

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Strategi program dakwah kajian sore di radio Dais setelah penulis teliti menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: Dalam perencanaan program, program acara kajian sore mengangkat format dialog interaktif dengan isi programnya mengenai ilmu-ilmu agama bersumber dari kitab kuning. Waktu siaran program acara kajian sore yang dipilih adalah mulai pukul 16.30-17.30 WIB disetiap harinya. Selain itu radio dais juga memilih dua orang penyiar untuk membawakan program acara kajian sore, radio dais juga memilih narasumber untuk mengisi program acara kajian sore dengan syarat bisa membaca kitab kuning. Program acara kajian sore saat ini diproduksi oleh radio dais sendiri secara *live*, sehingga radio dais tidak perlu ada pembelian program dari luar.

Dalam proses eksekusi program kajian sore di radio dais sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya, yakni program acara kajian sore disiarkan pada pukul 16.30-17.30 WIB, kecuali kalau memang dari narasumber yang datangnya terlambat tentu saja waktu siaran akan mundur. Pengawasan program acara kajian sore dilakukan langsung oleh direktur operasional radio dais, hal yang biasa diawasi adalah isi dari program tersebut. Proses evaluasi tidak melibatkan pengurus MAJT, sebab direktur operasional sudah mampu mengkondisikan persoalan internal, kecuali jika ada permasalahan di luar kemampuan yang harus melibatkan pihak inti kepengurusan MAJT, baru menyelesaikan masalah dengan pengurus MAJT khususnya bidang ketakmiran.

Berdasarkan analisis dan pembahasan “Strategi program dakwah kajian sore di radio dais” penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi program yang dilakukan oleh program acara kajian sore dapat memberikan warna yang lain bagi radio dais sebagai radio komunitas yang berbasis pada

kegiatan dakwah. Selain itu melalui program acara kajian sore radio dais juga bisa menjalankan visi, misi, dan tujuannya.

## **B. Saran**

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

1. Kepada pengelola dan unit kerja program acara kajian sore hendaknya bisa lebih aktif lagi dalam melakukan promosi program kedalam media sosial, meskipun saat ini sudah melakukan promosi di media sosial, namun dari pengamatan penulis promosi tersebut masih kurang.
2. Kepada narasumber yang bertugas untuk mengisi program acara kajian sore sebisa mungkin bisa lebih awal lagi dalam hal kehadiran, agar program acara kajian sore bisa berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.
3. Pada program acara kajian sore seharusnya dapat memaksimalkan penggunaan media sosial untuk digunakan dalam hal dialog interaktif, karena menurut pengamatan dari penulis sambungan telepon dalam program acara kajian sore hanya bisa dilakukan melalui telepon regular saja, belum bisa melalui *whatsapp* telepon.

## **C. Penutup**

Demikian pemaparan hasil penelitian yang dapat penulis paparkan, harapan peneliti meski pun hasil penelitian ini sangat sederhana mudah-mudahan bisa bermanfaat bagi diri peneliti khususnya dan bagi teman-teman pembaca umumnya. Namun demikian peneliti mengakui bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti perlu minta kritik dan saran yang membangun agar bisa menyempurnakan demi kebaikan bagi penulis di masa datang.

## Daftar Pustaka

- Arifin, A. 1984. *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Amrico.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aripudin, A. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, S. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Chaniago, Siti Aminah. 2014. "Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat". *Jurnal Hukum Islam*, 12 (1), 92
- Danim, S. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Effendy, O. U. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fachruddin, A. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia group.
- Hidayat, L. 2019. "Strategi Dakwah Pada Masyarakat Samin". *Islamic Communication Journal*, 4 (1), 92-101.
- Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Illahi, W. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Rosda.
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana keunggulan kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moeloeng, L. J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. 2013. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengolah Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Muhtadi, A. S. 2012. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mustofa. 2018. “Kitab Kuning Sebagai Literatur Keislaman Dalam Konteks Perpustakaan Pesantren”. *Jurnal Tibanndaru*, 2 (2), 1-14.
- Prayudha, H. 2005. *Radio Suatu Pengantar untuk wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rafi'udin, M. A. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sarosa, S. 2012. *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Sartono, S. 2008. *Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1 untuk SMK*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional.
- Subagyo, J. 1991. *Metode Penelitian, dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Surianor. 2016. “Analisis Program Dakwah Pada Radio-Radio Siaran Swasta Niaga di Kalimantan Selatan”. *Jurnal ilmu Dakwah* 29, (15) 15-33.
- Syamsul, A. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio Basic Announcing*. Bandung: Penerbit Nuansa.

#### Skripsi

- Nursalim, M. 2018. Pengaruh Mendengarkan Program “Kajian Sore” di Radio Dais Terhadap Religiusitas Pendengar (Studi Komunitas Pendengar Setia di Kota Semarang). *Skripsi*, Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.
- Prasti, Rizka. 2010. Dakwah Melalui Media Radio (Analisis Program Cahaya Pagi di Radio RASFM). *Skripsi*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

## Lampiran 01



Wawancara dengan Mbak Fajar selaku sekretaris radio Dais



Wawancara dengan pak Karno selaku direktur operasional radio Dais



Proses siaran langsung program acara Kajian Sore di radio Dais



Proses siaran langsung program acara Kajian Sore di radio Dais

## Lampiran 03

### Lampiran 02

Draft pertanyaan wawancara

1. Apa tujuan dari adanya program kajian sore?
2. Apa format yang digunakan dalam program kajian sore?
3. Bagaimana prosedur program acara kajian sore?
4. Siapa sasaran audien pendengar dari program kajian sore?
5. Kapan program siaran program kajian sore disiarkan?
6. Apa yang membedakan program acara kajian sore dengan program acara lainnya?
7. Bagaimana cara memilih penyiar untuk membawakan program acara kajian sore?
8. Bagaimana cara memilih narasumber untuk membawakan program acara kajian sore?
9. Bagaimana strategi program dakwah yang digunakan dalam program kajian sore?
10. Darimana sumber materi yang dibawakan dalam program acara kajian sore?
11. Apa kelebihan dan kekurangan dalam program acara kajian sore?
12. Bagaimana langkah-langkah dalam perencanaan program acara kajian sore?
13. Bagaimana produksi dalam program acara kajian sore?
14. Bagaimana eksekusi dalam program acara kajian sore?
15. Bagaimana pengawasan dan evaluasi dalam program acara kajian sore?



## Lampiran 03



**RADIO DAKWAH ISLAM**  
Komplek Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT)  
Jln. Gajah Raya Semarang, ☎ (024)6746352, 📞 082133670000  
Website : [www.dais1079fm.com](http://www.dais1079fm.com)

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 81/S/RADIO-DAIS/III/2020

Yang bertandatangan dibawah ini Direktur Operasional Radio Dais 107,9 MHz Masjid Agung Jawa Tengah, menerangkan bahwa :

Nama : Dian Prakoso  
Tmpt, Tgl Lahir : Semarang, 28 Mei 1997  
NIM : 1501026054  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian (*research*) di Radio Dais, Masjid Agung Jawa Tengah Semarang, terhitung tanggal 26 Desember 2019 sampai 25 Februari 2020 guna penyusunan skripsi dengan judul : **Strategi program Dakwah "Kajian Sore" di Radio DAIS 107.9 FM Semarang.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 11 Maret 2020

Direktur Operasional,



Drs. H. Karno, MH



## **BIODATA PENULIS**

Nama : Dian Prakoso  
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 28 Mei 1997  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Genuksari RT 10 RW 04 Genuk Kota Semarang  
No. HP : 0896-1332-190  
Email : dianprak28@gmail.com  
Riwayat Pendidikan :

1. TK Pertiwi 43
2. SDN Genuksari 04
3. SMPN 20 Semarang
4. SMKN 1 Semarang
5. UIN Walisongo Semarang, Fakultas Dakwah dan Komunikasi (Jurusan KPI)