

**STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA TENGAH
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DALAM
SIARAN DAKWAH**



SKRIPSI

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

Konsentrasi Radio Dakwah

Oleh:

Windan Primadani Agustin

1501026046

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

SEMARANG

2022

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (Lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

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

Assalamu'alaikum wr.wb

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

Nama : Windan Primadani Agustin

Nim : 1501026046

Fak/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / KPI

Judul Skripsi : **STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA TENGAH
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDEGAR DALAM
SIARAN DAKWAH**

Kami menyetujui dan memohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Semarang, Mei 2022

Pembimbing,



Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag

NIP. 19720410 200112 1 003

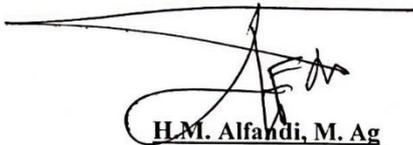
SKRIPSI
**STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA TENGAH DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DALAM SIARAN DAKWAH**

Disusun Oleh:
Windan Primadani Agustin
1501026046

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 24 Juni 2022 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

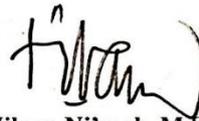
Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



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

Sekretaris/Penguji II



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

Penguji III



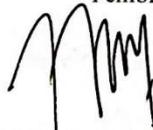
Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag
NIP. 19660508 199101 2 001

Penguji IV



Alifa Nur Fitri, M.I.Kom
NIP. 19890730 201903 1 010

Mengetahui
Pembimbing



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

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal 4 Juni 2022



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

PERNYATAAN

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

Semarang, 29 Mei 2022

Windan Primadani Agustin

NIM: 1501026046

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

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

Dengan penuh kesadaran dan kerendahan hati, penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendengar dalam Siaran Dakwah”** tidak terlepas dari bantuan, semangat dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah merestui penulisan skripsi ini.
3. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag., selaku Ketua Jurusan dan Ibu Nilnan Ni'mah MSI selaku Sekretaris Jurusan KPI.
4. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah Komunikasi UIN Walisongo, yang telah membimbing, mengarahkan, mengkritik dan memberikan ilmunya kepada peneliti selama dalam masa perkuliahan.

6. Staf karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Keluarga tercinta Bapak Ibu yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi, dukungan serta semangat secara materiil dan immaterial mereka selama ini membuat perjalanan hidup penulis lebih berarti.
8. Sahabat Novicha Dwi (Kempis) dan Mama Ilma Nurtiasa, terimakasih selalu memberikan semangat, dukungan dan banyak memberikan curahan ide kepada penulis.
9. Teman-teman KKN Posko 59 Kak Atana, Laely, dan Ainoy.
10. Teman seperjuangan yang sudah berjuang sampai akhir Imamatul, Hikmah kalian hebat.
11. Teman-teman mahasiswa KPI-B 2015 yang selalu membanggakan.
12. Mas Bag yang sudah menemani selama masa perkuliahan semester 2 hingga semester akhir proses skripsi.
13. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

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

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

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca, terutama dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).

Semarang, 29 Mei 2022

Penulis,

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi :

1. Ke dua orang tua tercinta, Bapak *Suwono* dan Ibu *Suyatmi*, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kasih sayang dan ridho-Nya pada beliau berdua, Amin.
2. Adik saya Wafik Isnaini Distanti yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
3. Almamaterku Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

MOTTO

**“Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan
menciptakan masa depan yang cerah”**

-Umar bin Khatab-

ABSTRAK

Windan Primadani Agustin (1501026046), “Strategi Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendengar dalam Siaran Dakwah”.

Dais Masjid Agung Jawa Tengah sebagai obyek penelitian tentunya menarik untuk diteliti, sebagai salah satu radio dakwah terkenal dibawah naungan ta'mir masjid Agusng jawa tengah tentunya memiliki nama besar tersendiri yang menjadi rujukan bagi seseorang untuk memperoleh informasi tentang ajaran agama Islam, sehingga berbagai strategi yang dilakukan oleh Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam menyikapi perkembangan zaman yang mampu meningkatkan minat pendengar untuk terus mendengarkan siaran Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah?. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pimpinan dan pegawai radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah sedangkan Sumber data sekunder literatur buku-buku yaitu tentang wacana radio yang mempunyai kaitan erat dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah dilakukan dengan pengemasan program siaran yang mengikuti perkembangan zaman namun tetap mengacu pada visi misi radio DAIS, Selalu berinovasi untuk tetap menjadi radio percontohan dalam penyiaran dakwah Islam dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi DAIS Play, penyusunan rencana kerja dan program siaran secara terstruktur, mengaktifkan keterlibatan pendengar untuk memberikan masukan dan melakukan kegiatan mengadakan pertemuan dengan komunitas pendengar, cara mengembangkan kajian-kajian Islam menggandeng Ulama-Ulama Jawa Tengah, setiap penyiar bertanggungjawab atas tugas dan program siaran masing-masing secara terjadwal, berpikir kreatif mungkin kapanpun, dan di manapun, komunikatif (*how to say*), cerdas, dan selalu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk pendengarnya supaya tidak monoton dan membosankan, yang terakhir pengadaan evaluasi terhadap program dan kinerja seluruh staf secara rutin atau terjadwal.

Kata Kunci: Strategi, Meningkatkan Minat, Siaran Dakwah

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metode Penelitian.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	14

BAB II STRATEGI, RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH, DAN MINAT

A. Strategi.....	16
B. Radio Sebagai Media Dakwah.....	17
1. Pengertian Radio	17
2. Fungsi dan Tujuan Radio	18

3. Unsur-Unsur Radio.....	20
4. Strategi Siaran Radio	21
5. Dakwah Melalui Radio	28
C. Minat	29
1. Pengertian Minat	29
2. Fungsi Minat	30
3. Macam-Macam Minat	31
4. Unsur-Unsur Minat.....	31
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	32

**BAB III STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA TENGAH
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DALAM SIARAN
DAKWAH**

A. Profil Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah.....	34
B. Pelaksanaan Strategi Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Dalam Siaran Dakwah	39

**BAB IV ANALISIS STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA
TENGAH DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DALAM
SIARAN DAKWAH**

54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	66
C. Penutup.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah Islam merupakan aktualisasi imani (*teologis*), yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan, yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam, dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu (Achmad, 2002: 2). Kegiatan dakwah bertujuan untuk merealisasikan ajaran agama Islam dalam kehidupan manusia yang dilaksanakan secara terus menerus agar Islam diketahui, diterima, dihayati dan diamalkan dalam kehidupan seperti yang telah Allah takdirkan. Tujuan dakwah adalah memperjuangkan yang ma'ruf dan meninggalkan yang munkar (Tasmara, 2007: 33).

Pada masa awal Islam, dakwah dilaksanakan dengan menggunakan media berbicara dan kontak langsung, saat ini dakwah dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, terdapat beraneka ragam media berdakwah diantaranya radio, televisi, surat kabar, film, teater, majalah, reklame, dan publikasi lainnya. Para juru dakwah Islam tentunya harus bisa menggunakan kesempatan berda'wah dengan menggunakan saluran media-media tersebut (Syihata, 2010: 30), sesuai dengan firman Allah Q.S An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ .

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.....” (Depag RI., 2006: 453).

Media dakwah bukan saja berperan sebagai alat bantu dakwah, namun bila ditinjau dakwah sebagai suatu sistem, dimana sistem ini terdiri dari

beberapa komponen (unsur) yang saling kait mengait, bantu membantu dalam mencapai tujuan, maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan atau kedudukan yang sama dibanding dengan komponen yang lain, seperti metode dakwah, obyek dakwah dan sebagainya (Syukir, 2013: 163-164).

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan dakwah bukan hanya disampaikan melalui pertemuan langsung antara da'i dan mad'u, tetapi sudah berkembang dengan penggunaan berbagai media, karena media dalam kehidupan masyarakat modern telah menjadi bagian hidup yang tidak bisa dipisahkan (Suminto, 2015: 3). Diantara media dakwah yang dapat menembus ke semua lapisan masyarakat adalah Radio, Keunggulan dakwah melalui radio adalah tidak tergantung pada ruang, waktu, dan berkumpulnya mad'u, biaya relatif murah efektif dan efisien ditinjau dari banyaknya orang yang memiliki radio serta banyaknya gelombang radio yang setiap saat menyiarkan dakwah (Slamet, 1994 : 93).

Radio sebagaimana media komunikasi massa lainnya tidak berada di ruang hampa, tetapi berada di dalam komunitas masyarakat yang heterogen dengan segala macam kompleksitas permasalahan, seolah-olah siaran radio memiliki material besar berupa siaran musik dan kata. Material ini diproses melalui transmisi teknologi dan pemrograman kreatif kepada publik tanpa mengenal pretensi spesifik meski ada pendengar tertentu yang dituju. Interaksi radio dengan lingkungannya bersifat antar institusi sehingga dalam konteks itu terdapat konsekuensi etik yang harus dipatuhi bersama (Masduki, 2004: 9).

Meskipun demikian, perkembangan teknologi informasi dengan adanya jaringan internet sehingga seseorang lebih mudah memperoleh akses dakwah melalaui media sosial seperti youtube, facebook, twitter dan lainnya menjadikan keberadaan radio sebagai media dakwah mulai berkurang peminatnya, sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Agus Fathuddin Yusuf, M. Ag. sebagai direktur utama Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah bahwa radio dakwah di era milenial saat ini harus bekerja keras untuk mempertahankan minat

pendengar siaran dakwah, karena perkembangan sosial media dengan fasilitasnya menjadikan banyak orang beralih ke sosial media tersebut untuk mendapatkan siaran dakwah. Oleh karena itu radio dakwah seperti Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah memerlukan berbagai strategi agar minat pendengar tidak semakin berkurang, salah satunya dengan jumpa pendengar, pelatihan, bekerja sama dengan berbagai instansi terkait agar keberadaan siaran Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah tetap di minati masyarakat dan tentunya dengan terus mengemas program yang menarik bagi pendengar.

Radio sebagai media dakwah memiliki ciri khas tersendiri meskipun kemajuan media elektronik dan Teknologi informasi seperti sosial media semakin canggih, namun bukan berarti media massa yang lama seperti radio tidak mendapat perhatian dari masyarakat. Media ini dapat digunakan untuk kepentingan penyiaran agama Islam. (Wijaya, 2010 : 52)

Radio mempunyai karakter sendiri berbeda dengan media lainnya. Radio mempunyai kekuatan untuk memilah-milah khalayaknya dalam segmen yang kecil, dalam segmen kelompok, umur keanggotaan keluarga, perolehan pendapatan maupun pendidikan. Kekuatan radio yang lain adalah kenyataannya sebagai media "*Half ears* media" artinya mendengarkan radio bisa "disambi" dengan kegiatan lain termasuk (dan ini yang terpenting) di kendaraan di jalan raya. Di kota-kota besar yang sering menghadapi kemacetan lalu lintas, radio merupakan satu-satunya media yang bisa dinikmati oleh pengguna kendaraan. (Ishadi, 2009 :141).

Radio sebagai media dakwah perlu diarahkan pada peningkatan minat pendengar terhadap siaran dakwa tersebut, minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Mappiare, 2008: 62).

Minat merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi motivasi seseorang. Secara sederhana, minat (interest) berarti kecenderungan dan

kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu (Syah, 2010: 133). Minat adalah suatu landasan yang paling meyakinkan demi keberhasilan suatu proses penyiaran dakwah (Singer, 2005: 78).

Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi dapat dikatakan serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi-kondisi tertentu, sehingga seseorang itu mau dan ingin melakukan sesuatu, dan bila ia tidak suka, maka ia akan berusaha untuk meniadakan atau mengelakkan perasaan tidak suka itu. Begitu juga minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri, sehingga dapat diketahui bahwa minat adalah sumber motivasi yang pokok. Dengan demikian fungsi minat tidak berbeda dengan fungsi motivasi yaitu adanya keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melaksanakan sesuatu dan juga memberi tujuan dan arah kepada tingkah laku sehari-hari (Gerungan, 2006: 141). Jika seorang memiliki rasa ingin mengerti ajaran agama dalam siaran dakwah radio, maka orang tersebut akan cepat dapat mengerti dan mengingatnya.

Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah sebagai obyek penelitian tentanya menarik untuk diteliti, sebagai salah satu radio dakwah terkenal dibawah naungan ta'mir masjid Agusng jawa tengah tentunya memiliki nama besar tersendiri yang menjadi rujukan bagi seseorang untuk memperoleh infrmasi tentang ajaran agama Islam, sehingga berbagai strategi yang dilakukan oleh Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam menyikapi perkembangan zaman yang mampu meningkatkan minat pendengar untuk terus mendengarkan siaran Dais Masjid Agung Jawa Tengah sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Strategi Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendegar dalam Siaran Dakwah".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus permasalahannya adalah bagaimana strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritik

Manfaat penelitian untuk menambah dan memperluas khasanah keilmuan Islam terutama dalam pengembangan komunikasi dakwah dan fungsi Radio sebagai media dakwah.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat menambah wacana tentang dakwah di radio bagi para da'i sebagai alternatif media dakwahnya.
- b. Manfaat ini harapan bagi penulis agar temuannya dapat menjadi sumbangan pengetahuan tentang khasanah keislaman bagi para pembacanya.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari adanya asumsi plagiarisasi, maka berikut ini akan penulis paparkan beberapa pustaka yang berhubungan dengan penelitian yang akan penulis laksanakan:

Pertama, penelitian Misbahul Munir (2018) berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Program Mutiara Hikmah Di Radio Rasika FM”. Hasil penelitian menunjukkan secara umum strategi yang digunakan oleh radio Rasika Fm dalam program Mutiara Hikmah adalah menyusun strategi

komunikasi dan strategi program. Dalam menyusun strategi komunikasi dapat terlihat dari analisis khalayak yaitu dengan melalui survey membership, penyusunan pesan melalui metode AIDDA, penetapan metode melalui metode redundancy dan canalizing, dan pemilihan media komunikasi dengan menggunakan berbagai macam media untuk menunjang program Mutiara Hikmah agar lebih dikenal oleh khalayak pendengar. Dari segi strategi program yaitu melalui proses perencanaan program siaran, proses produksi dan pembelian program, proses eksekusi program, dan proses pengawasan serta evaluasi program, yang semua itu sangat penting dan dibutuhkan dalam proses penyusunan salah satu programnya yaitu program Mutiara Hikmah.

Penelitian Misbahul Munir memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu tentang strategi komunikasi radio dakwah, namun penelitian Misbahul Munir lebih mengarah bentuk strategi dalam mengenalkan program, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih mengarah strategi yang lebih spesifik dalam meningkatkan minat pendengar.

Kedua, Ulya Afifyah (2019), berjudul “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dais Semarang dalam meningkatkan jumlah Pendengar”. Hasil penelitian menunjukkan Strategi komunikasi penyiar Radio Dais Semarang dalam meningkatkan jumlah pendengar yaitu, melakukan beberapa tahapan pertama, gaya penyiar dalam menyapa pendengar pada saat siaran. Gaya dan teknik siaran harus diperhatikan oleh penyiar sebab ini berkaitan dengan format siaran. Kedua, strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah pendengar yaitu dengan promosi di sosial media, selain itu juga menambah jangkauan akses melalui aplikasi Dais Play, Siaran Streaming serta membagikan aktifitas di channel Youtube. Ketiga, Konsistensi yang terus dijaga sampai sekarang yaitu Dakwah.

Penelitian Ulya Afifyah memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu tentang strategi Radio Dais dalam eksistensinya bagi pendengar, namun penelitian Ulya Afifyah lebih kearah peningkatan jumlah yang diukur

dengan peningkatan jumlah pendengar, sedangkan penelitian yang peneliti kaji lebih ke arah peningkatan minat pendengar terhadap program-program radio Dais

Ketiga, penelitian saudara Asih Susanti (2003), dengan judul “Studi Kritis Terhadap Program Siar Dakwah Radio Karysma (91.45) FM Boyolali”. Hasil penelitian menunjukkan Kontroversial Penyiaran radio ini lebih berani dan bijaksana, dengan tujuan merebut posisi pendengarnya. Ada beberapa aspek program dakwah dapat tercapai dengan baik. Aspek Sumber Resource atau aspek sumber ini berarti para da’i. Da’i diharapkan dapat memberikan pesan dakwah kepada pendengar dengan baik, yang didukung oleh kemampuan yang profesional. Aspek Materi merupakan pesan dakwah yang disiarkan melalui media radio yang bersumber dari al-Qur’an dan hadits. Aspek Tujuan Dakwah pada Radio Karysma adalah untuk meningkatkan rasa keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, dengan melaksanakan ajaran Islam. Aspek Lingkungan Dakwah Lingkungan dakwah adalah kondisi masyarakat umum dakwah yang diharapkan di sesuaikan dengan kondisi mad’u tidak meninggalkan latar belakang pendengar, baik, petani, pedagang, pelajar dan sebagainya.

Penelitian Asih Susanti memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu tentang program siaran radio Dais, namun penelitian Asih Susanti lebih fokus pada program yang dilakukan secara umum, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih mengarah pada strategi agar mendengar berminat mendengar.

Keempat, penelitian Sidhik Fajar Rini S (2005) dengan judul “Strategi Pengelolaan Program Siaran Dakwah Di Radio Mentari Sukajadi Kota Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan program siaran dakwah di radio Mentari Sukajadi kota Pekanbaru telah memiliki pengelolaan yang bagus, dan permasalahan yang sebenarnya terjadi yang dialami Radio Mentari adalah kendala pada dana dan jangkauan frekuensi yang terbatas.

Penelitian Sidhik Fajar Rini S memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu tentang pengelolaan program, namun penelitian Sidhik Fajar Rini S lebih fokus pada pengelolaan program yang dilakukan secara umum, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih mengarah pada strategi agar mendengar berminat mendengar.

Kelima, penelitian saudara Rasdiana (2014), dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Suara As’adiyah Fm Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Suara As’adiyah FM deskripsi format siaran program acara Mimbar Agama Islam yaitu tidak terlepas dari latar belakang dan proses penyusunan format siaran Mimbar Agama Islam kemudian disajikan dengan format *roundown* regular yakni pembukaan acara yang disampaikan oleh penyiar, kemudian materi dakwah yang disampaikan oleh narasumber yang mengisi dengan metode ceramah yang tematik dan sistem kitab kuning, terakhir *closing* acara yang kembali disampaikan oleh penyiar Mimbar Agama Islam. Strategi komunikasi dakwah yang digunakan dalam program religi Mimbar Agama Islam di Radio Suara As’adiyah FM Sekarang dengan menggunakan metode *canalizing* dan bentuk isinya menggunakan pendekatan persuasif dan pendekatan informatif.

Penelitian Rasdiana memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu tentang strategi Radio Dais dalam eksistensinya bagi pendengar, namun penelitian Ulya Afifiyah lebih kearah telaah format siaran, sedangkan penelitian yang peneliti kaji lebih ke arah strategi agar mendengar berminat mendengar.

Keenam, penelitian saudara Dinda Helsa Novia dan Besti Rohana Simbolon (2019) dalam jurnal *Jurnal Social Opinion*, Volume 4 Nomor 1, dengan judul “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendengar”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyiar menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam meningkatkan minat pendengar, yaitu strategi kesesuaian,

strategi menggunakan bahasa Persuasif, strategi daya menarik pendengar, dan strategi pembentuk kebiasaan. Pendengar berminat dan menikmati siaran informasi dan hiburan yang disajikan oleh radio SLA Fm karena penyiar selalu memberikan yang terbaik.

Penelitian Dinda Helsa Novia dan Besti Rohana Simbolon memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu tentang strategi Radio dan minat pendengar, namun penelitian Dinda Helsa Novia dan Besti Rohana Simbolon lebih kearah strategi komunikasinya, sedangkan penelitian yang peneliti kaji lebih ke arah strategi dakwah.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian jenis kualitatif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011: 6). Penelitian ini terfokus pada strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan-pendekatan komunikasi, yaitu pendekatan ilmu komunikasi, yaitu studi keilmuan atau analisis dengan melihat strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah (Muhtadi dkk, 2013: 116), sedangkan spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif yang menjadikan karakteristik informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada. Deskriptif ini digunakan untuk menghimpun data yang aktual, dalam hal ini penulis menganalisis staregi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan mi nat pendengar dalam

siaran dakwah. Setelah menganalisis pesan dakwah penulis melakukan kesimpulan dari pesan tersebut, hal ini agar jelas dan mudah dipahami.

2. Definisi Konseptual

a. Strategi Radio

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari kegiatan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat (<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html>).

Radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara (Alwi, 2008: 788). Strategi radio yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rencana strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah yang terkait dengan perencanaan program, produksi, pengawasan dan evaluasi, segmentasi, targeting, positioning, eksistensi, mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan penetapan media komunikasi

b. Minat

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang (Shaleh & Wahab, 2014: 263). Maksud minat dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan pendengar radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah untuk mendengarkan secara intens dan senang pada siaran radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah yang terkait dengan perasaan senang, perhatian, motif, dan daya penarik.

3. Sumber dan Jenis Data Penelitian

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada obyek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2008: 91). Data primer tersebut adalah wawancara dengan pimpinan dan pegawai radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh dari peneliti dari subyek penelitian (Azwar, 2008: 92). Data ini diperoleh dari literatur buku-buku tentang wacana radio yang mempunyai kaitan erat dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian, maka peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara / Interview

Metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang subyek yang diteliti (Danim, 2012: 130). Wawancara dilakukan terhadap sumber data terutama untuk menggali informasi yang belum jelas pada saat observasi. Wawancara harus dilaksanakan dengan efektif, artinya dalam kurun waktu yang sesingkat-singkatnya dapat diperoleh data sebanyak-banyaknya, bahasa harus jelas dan terarah.

Jenis pedoman interview yang akan digunakan oleh peneliti adalah jenis pedoman interview tidak terstruktur, yakni pedoman wawancara yang hanya memuat garis-garis besar pertanyaan yang akan diajukan (Arikunto, 2012: 230 dan 231), Wawancara ini digunakan untuk

melengkapi data yang dapat diperoleh dengan data dan komentar. Dalam hal ini penulis mengadakan wawancara langsung pimpinan dan pegawai Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah guna melengkapi data-data yang kurang detail yang tugasnya ada sangkut pautnya dengan penelitian penulis.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, surat kabar, transkrip, majalah dan notulen rapat (Arikunto, 2012: 139). Dalam penelitian ini dokumentasi berupa data tentang gambaran umum Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah, data tentang strategi Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah baik berupa dokumen rencana kerja, foto kegiatan maupun program kerja yang telah terlaksana.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif yaitu menyajikan dan menganalisis fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi maupun mempelajari implikasi (Moleong, 2011: 10).

Langkah-langkah analisis data deskriptif yang dimaksud sebagai berikut:

a. *Data Reduction*

Mereduksi data bisa berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2005: 92). Setelah data penelitian yang diperoleh di lapangan terkumpul, proses *data reduction* terus dilakukan dengan cara

memisahkan catatan antara data yang sesuai dengan data yang tidak, berarti data itu dipilih-pilih.

Data yang peneliti pilih-pilih adalah data dari hasil pengumpulan data metode wawancara dan metode dokumenter. Seperti data hasil wawancara tentang strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah data itu dipilih-pilih sesuai dengan masalah penelitian yang peneliti pakai.

b. *Data Display*

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk *tabel*, *grafik*, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2005: 95).

Data yang peneliti sajikan adalah data dari pengumpulan data kemudian dipilih-pilih mana data yang berkaitan dengan masalah penelitian, selanjutnya data itu disajikan penyajian data berbentuk uraian deskriptif. Dari hasil pemilihan data maka data itu dapat disajikan seperti data tentang rencana, aplikasi maupun evaluasi strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah.

c. *Verification Data / Conclusion Drawing*

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Sugiyono (2005: 99), mengungkapkan *verification data/ conclusion drawing* yaitu upaya untuk mengartikan data yang ditampilkan dengan melibatkan pemahaman peneliti. Kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Data yang didapat merupakan kesimpulan dari berbagai proses dalam penelitian kualitatif, seperti pengumpulan data kemudian dipilih-pilih data yang sesuai, kemudian disajikan, setelah disajikan ada proses menyimpulkan, setelah itu menyimpulkan data, ada hasil penelitian yaitu temuan baru berupa deskripsi, yang sebelumnya masih remang-remang, tapi setelah diadakan penelitian masalah tersebut menjadi jelas. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas yaitu analisis stategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah (Sugiyono, 2005: 99).

G. Sistematika Penelitian

Dalam rangka menguraikan pembahasan masalah di atas, peneliti berusaha menyusun kerangka penelitian secara sistematis agar pembahasan lebih terarah dan mudah dipahami. Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab I adalah pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II adalah kerangka teoritik. Bab ini berisi tentang kerangka teori. Kerangka teori ini terdiri dari tiga sub bab yaitu sub bab pertama tentang strategi meliputi pengertian strategi, bentuk bentuk strategi, dan perumusan strategi, sub Bab kedua tentang radio meliputi pengertian radio dan radio sebagai media dakwah, terakhir tentang minat meliputi pengertian minat, fungsi minat, unsur-unsur minat, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan minat

Bab III adalah strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah. Sub bab pertama tentang profil radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah yang meliputi sejarah berdirinya radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah, struktur organisasi radio Dais Masjid

Agung Jawa Tengah, visi dan misi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah, program siaran radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah. Sub bab kedua tentang strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah.

Bab IV adalah analisis strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah.

Bab V adalah penutup. Bab yang terakhir ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian ini, saran serta penutup.

BAB II

STRATEGI, RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH, DAN MINAT

A. Strategi

Istilah “strategi” menurut bahasa adalah suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran dan tujuan khusus. Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi dipakai dalam konteks militer sejak zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai awal masa industrialisasi (Arifin, 2011: 227). Strategi adalah perencanaan suatu rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.

Strategi merupakan rencana yang mengandung cara komprehensif dan integratif yang dapat dijadikan pegangan untuk bekerja, berjuang dan berbuat guna memenangkan kompetisi (Sagala, 2007: 137). *Strategy is unified comprehensive and integrated plan that relates the strategy advantages of the firm to the challenges of the enterprise and achieve through proper execution by the organization*” (strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan) (Purwanto, 2007: 74).

Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah semua dari keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya (Aziz, 2004: 349-350).

Jadi strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Perumusan strategi adalah proses memilih pola tindakan utama (strategi) untuk menetapkan visi organisasi. Strategi akan dirumuskan melalui tahapan utama, analisis arah, untuk menentukan misi, visi, tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, analisis situasi tahapan untuk mencapai situasi dan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang akan menjadi dasar perumusan strategi, penetapan strategi, yaitu tahapan untuk identifikasi alternatif dan memilih strategi yang akan dijadikan oleh organisasi atau lembaga dakwah itu sendiri (Tripomo dan Udan, 2005: 25-26).

Keberhasilan suatu tindakan yang dilakukan terletak pada strategi yang telah direncanakan, agar aktivitas dakwah berjalan optimal, efektif, efisien dan dalam waktu yang relatif singkat, tentunya strategi dakwah Islam menjadi hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan secara serius oleh lembaga dakwah terlebih juru dakwah (da'i).

B. Radio Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian Radio

Radio merupakan media atau sarana yang berkaitan dengan penerimaan bunyi (pendengaran). Media radio adalah suatu alat, perantara, sarana, komunikasi yang menyampaikan pesannya dilakukan melalui udara yang hanya dapat diterima oleh indera pendengar dengan cara didengarkan. Pengertian radio itu sendiri adalah “ Siaran/pengiriman bunyi pemancar (tempat pesawat untuk menyiarkan) (Alwi, 2008: 719).

Radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*). Media radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar.

Disebut kekuatan kelima karena radio dianggap “adiknya” surat kabar, yang menjadikan radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan dan memiliki daya tarik tersendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara, (Romli, 2013 : 19).

Dalam hal ini radio yang mempunyai sifat auditif ; menimbulkan imajinasi pada pendengar, imajinasi seorang pendengar sebagai reaksi terhadap apa yang ia dengar dari pesawat radio, akan berlainan dengan imajinasi pendengar lainnya. (Onong Uchjana, 2010 : 149). Ditinjau dari segi penyiarannya, radio siaran terbagi ke dalam :

- a. Acara khusus terdiri dari kata-kata, segala bahan siarannya dilukiskan dengan kata-kata. Seperti halnya warta berita, komentar, ulasan pers, *news round-ups*, wawancara, reportase dan sebagainya.
- b. Acara khusus musik yaitu segala bentuk kesenian yang pokok isinya dilukiskan dalam bentuk musik. Seperti halnya musik klasik, seni klasik, musik populer, nasional, daerah, musik barat dan sebagainya.
- c. Dan adapula campuran kata-kata dan musik atau dengan efek suara, seperti ; sandiwara radio, langenswara, dan sebagainya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa radio adalah siaran pengiriman suatu atau bunyi melalui suara, yang mempunyai sifat auditif, dan sifatnya langsung, yang langsung dapat didengar oleh khalayak seperti halnya berita, hiburan, pendidikan, siraman rohani dan sebagainya. (Efendi, 2010: 88).

2. Fungsi dan Tujuan Radio

Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Secara garis besar, ada tiga bentuk kebutuhan khalayak di sini, yaitu : Informasi, pendidikan dan hiburan. Jika salah satunya tidak dapat dipenuhi maka radio kehilangan fungsi sosial dan juga kehilangan pendengarnya. Menurut Masduki (2011: 3) radio dalam kapasitasnya

sebagai media publik, memiliki beberapa tingkatan peran sosial atau yang dikenal dalam konsep radio *for society*. *Pertama*, Radio sebagai media penyampaian informasi atau pesan dakwah dari satu pihak ke pihak lain. *Kedua*, radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. *Ketiga*, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. *Keempat*, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. Oleh karena itu, sebagai sebuah institusi yang kompleks, radio harus memiliki kode etik berupa sikap obyektif, seimbang, informasi yang edukatif, serta pertimbangan yang selalu memperhatikan dampak positif dan negatif sebuah acara sebelum dipilih untuk kemudian ditayangkan.

Radio sebagaimana internet, koran, majalah dan televisi adalah medium komunikasi massa yang dapat digunakan setiap orang untuk mencapai tujuan tertentu. Di Indonesia ada tiga tujuan dominan pendirian radio. *Pertama*, pelayanan kebutuhan pendengar. Dalam hal ini, pendirian diawali dengan penelitian khalayak untuk mengetahui bagaimana kebutuhan pendengar terhadap media radio, baik isi siaran, waktu siar, maupun kemasan acaranya. Tujuan ini bersifat idealistik karena jika tidak ditemukan signifikansi yang tinggi dari kebutuhan pendengar maka sebuah radio tidak didirikan begitu saja. *Kedua*, aktualisasi kepentingan pengelola. Setiap orang yang berkiprah di bidang keradioan pasti memiliki motivasi pribadi, misalnya ingin populer, memperluas relasi, atau ingin memperkuat eksistensi dirinya dalam kaulah pergulatan politik. Tidak ada yang salah dari motivasi itu, tetapi apabila terlalu dominan, maka yang terjadi adalah personifikasi seluruh program siaran radio. *Ketiga*, perolehan pendapatan ekonomi. Inilah tujuan paling populer. Di mana radio telah menjadi obyek mencari keuntungan dan lapangan kerja yang mengharuskan pemilik mengalokasikan keuntungannya melalui iklan yang bersifat *on air* atau

program *off air* agar mampu untuk terus bersaing dan berkembang dan juga untuk meningkatkan kualitas acara serta SDM-nya. (Masduki, 2011:6).

3. Unsur-unsur Radio

Radio sebagai media elektronik dimasukkan kepada Komunikasi Massa, karena ada berita yang disiarkan secara luas dan dapat didengar oleh orang banyak (Amir, 2009: 28). Yang dimaksudkan dengan komunikasi massa ialah komunikasi melalui media massa modern, dan media massa ini adalah surat kabar, film, radio, dan televisi. Jadi yang diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada *massa yang abstrak*, yakni sejumlah orang tidak tampak oleh si penyampai pesan (Effendy, 2014: 50).

Sebagai unsur dari proses komunikasi, dalam hal ini sebagai media massa, radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Jelas berbeda dengan surat kabar yang merupakan media cetak, juga dengan film yang bersifat mekanik optik. Dengan televisi, kalau pun ada persamaannya dalam sifatnya yang elektronik, terdapat perbedaan, yakni radio sifatnya audial, televisi audiovisual. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan; walaupun ada lambang-lambang nirverbal, yang dipergunakan jumlahnya minim, umpamanya tanda waktu pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Keuntungan radio siaran bagi komunikasi ialah sifatnya yang santai. Orang bisa menikmati acara siaran radio sambil makan, sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil. Tidak demikian dengan media massa lainnya.

Daya pikat untuk dapat melancarkan pesan ini penting artinya dalam proses komunikasi, terutama melalui media massa, disebabkan sifatnya yang *satu arah (one way traffic communication)*. Komunikasi hanya dari komunikator kepada komunikan. Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan. Kelemahan ini bagi radio ditambah lagi dengan sifatnya yang

lain, yakni “sekilas dengar”. Pesan yang sampai pada khalayak hanya sekilas saja, begitu terdengar begitu hilang. Arus balik (*feedback*) tidak mungkin pada saat itu. Pendengar tidak mengerti atau ingin memperoleh penjelasan lebih jauh, tak mungkin meminta kepada penyiar untuk mengulangi lagi. Karena kelemahan-kelemahan itulah, maka radio siaran banyak dipelajari dan diteliti untuk mencari teknik-teknik yang dapat mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut sehingga komunikasi melalui radio siaran lebih efektif (Effendy, 2014 : 18–19).

Adapun unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Komunikator → Orang yang menyampaikan pesan
- b. Pesan → Pernyataan yang didukung oleh lambang
- c. Komunikan → Orang yang menerima pesan
- d. Media → Sarana/saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
- e. Efek → Dampak sebagai pengaruh dari pesan (Effendy, 2014: 6).

Menurut Masduki (2011: 9) radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.

4. Strategi Siaran Radio

Radio dalam melaksanakan program siaran membutuhkan strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2011: 273).

- a. Perencanaan Program Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. 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 bersangkutan.
- b. Produksi dan Pembelian Program Kata kunci untuk memproduksi program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah inhouse production atau produksi sendiri. Menurut Ningsih (2016: 20), pada proses siaran ada dua cara yang bisa digunakan, yaitu:
- 1) Live atau siaran langsung: on air, produksi dilakukan secara langsung dari ruang siaran tanpa melalui tahapan pengeditan dan penggabungan materi secara mekanis.
 - 2) Tapping atau rekaman: siaran rekaman merupakan siaran yang proses produksinya dilakukan dahulu baru kemudian pada hari berikutnya disiarkan.
 - 3) Eksekusi. Program Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan.

Bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audiens yang diinginkan karena jam yang berbeda akan mendapatkan audiens yang berbeda pula. Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin, untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara, yakni pembagian waktu siaran (Morissan, 2011: 343).

- c. 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. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. 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.

Radio dalam konteks komunikasi, untuk menyusun Strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009: 183), yaitu:

a. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tapi juga saling mempengaruhi. Hal itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*), faktor situasi dan kondisi komunikan yang meliputi:

- 1) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak
- 2) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada
- 3) Situasi dimana khalayak berada Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikan tidak akan berlangsung, untuk berlangsungnya suatu komunikasi dan kemudian tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan

kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Hal ini sesuai dengan rumus klasik AIDDA sebagai adoption process, yaitu Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action. Artinya dimulai dari membangkitkan perhatian (Attention), kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (Interest), sehingga khalayak memiliki hasrat (Desire), untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator, dan akhirnya diambil keputusan (Decision) untuk mengamalkannya dalam tindakan (Action) (Fajar, 2009: 93).

Menurut Wilbur Scharmm yang dikutip oleh Effendi bahwa apa yang dinamakan *the condition of success in communication* yaitu syarat-syarat untuk keberhasilan dalam menyusun pesan antara lain sebagai berikut:

- 1) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud
- 2) Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut
- 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat

digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Effendi, 2010: 41).

c. Menetapkan Metode

Untuk mencapai efektifitas komunikasi, selain dari kemampuan isi pesan yang diselaraskan dengan kerangka referensi, situasi dan kondisi khalayak, maka metode komunikasi merupakan hal yang dapat mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*, sedangkan menurut bentuk isinya dikenal dengan metode *informative, persuasive, edukatif* dan *kursif*.

1) *Redudancy (repetition)*

Redudancy merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan. Metode ini memungkinkan peluang mendapat khalayak semakin besar, pesan penting mudah diingat oleh khalayak dan member kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya. Dengan penggunaan metode ini banyak manfaat yang dapat diambil, manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Meskipun demikian sebaiknya komunikator tetap memperhatikan variasi-variasi yang menarik dan tidak membosankan dalam pengulangan pesannya (Fajar, 2009: 198-199).

2) *Canalizing*

Pada mulanya komunikator memberikan pesan kepada khalayak, kemudian secara perlahan diubah pola pikir dan sikapnya ke arah yang komunikator kehendaki. Cara inilah yang disebut sebagai metode *canalizing*. Maksudnya komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Pada metode ini proses komunikasinya adalah

komunikator terlebih dahulu mengenal khalayak kemudian memberikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak kemudian dirubah sedikit demi sedikit ke arah tujuan yang komunikator kehendaki (Fajar, 2009: 199-200).

3) Informatif

Metode ini lebih ditunjukkan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.

4) Persuasif

Metode ini mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.

5) Edukatif,

Metode ini memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan terencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

6) Kursif

Kursif Merupakan metode mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa tanpa perlu berpikir panjang.

d. Penetapan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal. (Fajar, 2009: 204).

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting yang harus diperhitungkan. Menurut Elizabeth-Noelle Neuman yang dikutip oleh Rakhmat, secara teknik menunjukkan empat tanda pokok dari komunikasi menggunakan media, khususnya media massa yaitu:

- 1) Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis.
- 2) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi atau para komunikan.
- 3) Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.
- 4) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar. (Rakhmat, 2005: 189).

Poin penting dalam strategi pengelolaan radio siaran adalah merencanakan format siaran dengan lingkup (1). Produksi siaran (2). Personalitas siaran (3). Program siaran dalam perspektif pemasaran yang digunakan untuk membidik pendengar. Pengelolaan produksi siaran berdasarkan strategi riset pendengar dengan cara memformat siaran radio yang disesuaikan dengan kondisi geografis maupun demografis yaitu disesuaikan dengan situasi yang berdasarkan usia, pendidikan, sosial budaya wilayah. Sedangkan pada personalitas siaran maka radio siaran dalam pengelolannya selalu mementingkan panca indra terutam pada alat pendengaran sehingga siaran diprogramkan sedemikian rupa agar sampai ke pendengar serasa akrab dengan bahasa gaul dan mudah dipahami. Pesan radio siaran harus disusun secara singkat dan jelas (*concise and clear*) atau menurut istilah Mark W. Hall pesan radio siaran itu harus *be cristal clear* (Efendy, 2009: 107)

5. Dakwah Melalui Radio

Islam adalah agama dakwah, yakni agama yang menugaskan umatnya untuk menyerukan manusia, suku-suku, rakyat dan bangsa kepada jalan Allah. Natsir (2003: 10) dakwah dengan menggunakan media radio akan mencapai tujuan yang sesuai dengan misi dakwah, bilamana pendengar

memiliki penceramah dan dilakukan dalam sehari-hari yang sesuai dengan ajaran-ajaran agama islam. Agar kegiatan dakwah tidak menyimpang dari ajaran Islam, para da'i harus mengetahui dan memperhatikan kaidah-kaidah umum tentang dakwah dan prinsip-prinsip mendasar tentang ajaran Islam, dalam kaitannya secara umum karena aktivitas dakwah merupakan salah satu persoalan yang terkait 47 antara hubungan manusia dengan sesamanya dan hubungan manusia dengan sekitarnya. Dari konsep atau kaidah itu lahir berbagai sifat, yaitu sikap positif dan kebaikan diantaranya : persaudaraan, kedamaian, kemaslahatan dan sebagainya (Muhiddin, 2002: 181). Pemanfaatan media radio untuk berdakwah, mempunyai kelebihan yaitu program radio dipersiapkan benar-benar berbobot (mutu), radio merupakan bagian dari masyarakat, sehingga mudah untuk mengenalnya (Syukir, 2013: 176). Disamping itu, media radiopun lebih hebat daya penetrasinya. Ia dapat menembus kepelosok-pelosok yang tidak dicapai oleh media lain. Ia tidak mengenal batas-batas territorial suatu negara. Adapun kelemahan radio untuk berdakwah yaitu sifat radio siaran hanya untuk didengar, untuk konsumsi telinga. Dengan demikian informasi yang disiarkan melalui media radio bersifat sepintas lalu terikat oleh pemancarnya dan waktu siaran, artinya siaran radio tidak setiap saat dapat didengar menurut kehendaknya (obyek dakwah) (Suminto, 2004: 55). Sebagai media yang mengandalkan pada kekuatan pemancar gelombang elektromagnetik komunikasi melalui radio sering mengalami gangguan, terutama yang disebabkan faktor teknis yang berupa suara sering terputus-putus (Darmanto, 2008: 13-14). Dari keunggulan dan kelemahan pada radio sebagai media elektromagnetik, radio tetap memancarkan suara dakwah Islamnya.

Meskipun teknologi elektromagnetik yang digunakan tidak seberapa dibandingkan dengan perangkat elektronik yang lain, radio tetap mempunyai tempat dan potensial untuk dimanfaatkan masyarakat umum, terutama dalam program acara baik lokal maupun nasional. Salah satu potensi tersebut adalah siaran radio dapat diterima oleh masyarakat baik di daerah kota maupun pedesaan.

C. Minat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong bagi seseorang untuk melakukan kegiatan. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada pilihan tertentu (Mappiare, 1982: 62). Minat menurut Tarigan (1990: 104) adalah kecenderungan watak seseorang untuk berusaha terus menerus dalam mencapai suatu tujuan.

.Menurut Shaleh dan Wahab (2014: 263), “Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Menurut Syah (2009: 136) minat merupakan kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Whiterington (2012: 122) minat adalah kesadaran seseorang suatu obyek, seseorang, suatu soal atau situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya.

Dari berbagai pengertian minat yang dikemukakan oleh para ahli dapat diambil suatu kesimpulan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk memberi dorongan dalam memperhatikan sesuatu yang memberi pengaruh terhadap pengalaman atau kecenderungan yang membawa subyek merasa tertarik pada sesuatu.

2. Fungsi Minat

Minat merupakan ukuran senang atau tidaknya kita melaksanakan sesuatu. Orang berminat maka akan terdorong untuk berbuat (Sanders, 2011: 23). Minat berbeda dengan kesenangan, ia berbeda dari minat bukan dalam kualitas melainkan dalam ketetapan (*persistence*). Kesenangan merupakan minat yang sementara selama kesenangan itu ada, sehingga intensitas dan motivasi yang menyertainya sama tinggi dengan minat. Namun ia segera mulai berkurang karena kegiatan yang ditimbulkannya hanya memberi kepuasan yang sementara. Minat lebih tetap karena minat

memuaskan kebutuhan yang penting dalam kehidupan seseorang. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ngalim Purwanto bahwa ada 3 fungsi minat, yaitu:

- a. Mendorong manusia untuk berbuat. Jadi sebagai penggerak atau motor yang memberikan energi kepada seseorang untuk melakukan sesuatu.
- b. Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita yang hendak dicapai.
- c. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi, guna mencapai tujuan dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut (Purwanto, 2015: 76-77).

Menurut Thoah (2013: 109-110), ada beberapa fungsi minat bagi kehidupan adalah sebagai berikut:

- 1) Minat mempengaruhi bentuk intensitas cita-cita.
- 2) Minat sebagai pendorong yang kuat.
- 3) Prestasi selalu dipengaruhi oleh jenis dan intensitas minat seseorang.
- 4) Minat yang terbentuk sejak masa kanak-kanak sering terbawa seumur hidup karena minat membawa kepuasan. Seseorang cenderung untuk mengulang-ulang tindakan yang didasari dengan minat, dan minat ini dapat bertahan selama hidup (Munandar, 2012: 11).

3. Macam-macam Minat

Menurut Witherington (2001: 125) minat ada 2 macam, yaitu:

- a. Minat primitif atau biologis, yaitu minat yang timbul dari kebutuhan jaringan yang berkaitan pada soal-soal makanan, *comfort* (kebahagiaan hidup) atau kebebasan aktifitas.
- b. Minat kultural atau minat sosial, yaitu minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya, minat dari taraf tinggi merupakan hasil dari pendidikan.

4. Unsur-Unsur Minat

Unsur-Unsur Minat antara lain :

a Perasaan senang

Perasaan senang meliputi sejumlah rasa yang lebih spesifik, seperti rasa puas, rasa gembira, rasa nikmat, rasa simpati, rasa sayang. Perasaan ini merupakan faktor psikis yang non intelektual, yang khusus berpengaruh semangat untuk melakukan suatu kegiatan. Minat ini erat kaitannya dengan perasaan senang, karena itu dapat dikatakan minat itu terjadi karena sikap senang kepada sesuatu. Sehingga seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.

b Perhatian

Perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertuju pada suatu obyek, atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktifitas. Perhatian bersifat lebih sementara dan ada hubungannya dengan minat. Perbedaannya adalah minat sifatnya menetap sedangkan perhatian sifatnya sementara, adakalanya timbul dan adakalanya menghilang.

c Motif

Motif adalah daya penggerak di dalam diri orang untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan tertentu. Motif itu merupakan suatu kondisi internal atau disposisi internal (kesiapsiagaan). Kata motif diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam diri subyek untuk melakukan aktifitas-aktifitas tertentu demi tercapainya suatu tujuan.

d Daya penarik

Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat melakukan sesuatu aktifitas tertentu. Misalnya, ingin mendapatkan

penghargaan dari masyarakat, ingin mendapat penerimaan dan perhatian dari orang lain (Shaleh dan Muhibb, 2014: 260-263).

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat dipengaruhi oleh 2 faktor, sebagaimana yang diungkapkan oleh Muhibbin Syah, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor intrinsik dan ekstrinsik.

a. Faktor intrinsik

Yaitu hal dan keadaan yang berasal dari dalam diri seseorang yang dapat mendorongnya melakukan tindakan belajar, meliputi perasaan menyenangkan materi dan kebutuhannya terhadap materi tersebut.

b. Faktor ekstrinsik

Yaitu hal dan keadaan yang datang dari luar individu seseorang yang juga mendorongnya untuk melakukan kegiatan belajar meliputi pujian, hadiah, peraturan atau tata tertib sekolah, suri tauladan orang tua dan cara mengajar guru (Syah, 2009: 137).

Sedangkan Abdul Shaleh dalam bukunya psikologi suatu pengantar dalam perspektif Islam menyatakan bahwa minat dapat timbul dari 3 faktor sebagai berikut: *Pertama*, dorongan dari dalam diri individu itu sendiri, seperti dorongan untuk makan, maka seseorang akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. *Kedua*, motif sosial, dari sini minat dapat bangkit untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat untuk belajar timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat. *Ketiga*, faktor emosional, minat berhubungan erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut (Shaleh, dkk, 2014: 264).

Minat dapat dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor dari dalam dan faktor dari luar. Faktor dari dalam ini adalah faktor yang muncul dari dalam

diri seseorang tanpa adanya rangsangan dari luar. Sedangkan faktor dari luar adalah faktor yang datangnya karena adanya rangsangan dari luar diri seseorang misalnya adanya pengakuan dari masyarakat.

BAB III

STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA TENGAH DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DALAM SIARAN DAKWAH

A. Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

1. Sejarah Berdirinya Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

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 (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

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

pencarian SDM yang nantinya mengoperasikan radio, menyiapkan program acara dan sebagainya (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

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 (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah 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 (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

2. Visi, Misi dan Tujuan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

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).

Adapun isi visi dan misi yang dibuat pendiri Radio Dais ini adalah sebagai berikut:

Visi Dais Masjid Agung Jawa Tengah adalah “Melayani Kebutuhan Rohani Umat Islam dan Melakukan Pelayanan Kepada Masyarakat Secara Umum”. Seperti tercermin dari motto Radio Dais “Terdepan dalam Dakwah dan Nada”. Untuk dapat mencapai tujuan dakwah sebagaimana tersirat dalam visi Dais Masjid Agung Jawa Tengah maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021):

- a. Memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat Islam di wilayah jangkauannya.
- b. Memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik dan pendidikan serta budaya.
- c. Memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat.
- d. Mengembangkan musik dan hiburan sesuai dengan kaidah Islam.
- e. Memakmurkan Masjid Agung Jawa Tengah.

- f. Membantu Pemerintah ikut mencerdaskan anak bangsa yang memiliki sifat *akhlakul karimah*.

Latar belakang didirikannya Dais Masjid Agung Jawa Tengah 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 (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

3. Struktur Organisasi dan Susunan Pengelola Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

a. Pendiri

Ketua : Drs. H. Ali Mufiz, MPA.

Wakil Ketua I : Prof. Dr. H. Ali Mansyur, SH., SPN., M. Hum.

Wakil Ketua II : Dr. H. Noor Achmad, M. A.

Sekretaris : H. Agus Fathuddin Yusuf, S. Ag.

b. Anggota :

1) Drs. H. Karno, MH.

2) Soemardjiyanto, A. Md.

3) Dwi Octo Gunarso, S. Sos

4) Puas Setyaningsih, S. Sos

5) Wiyatmo, S. Sos.

c. Penasehat

1) Drs. H. Ali Mufiz, MPA.

2) Prof. Dr. H. Ali Mansyur, SH., SPN. M.Hum

3) Dr. H. Noor Achmad, M. A.

d. Pelaksana Harian

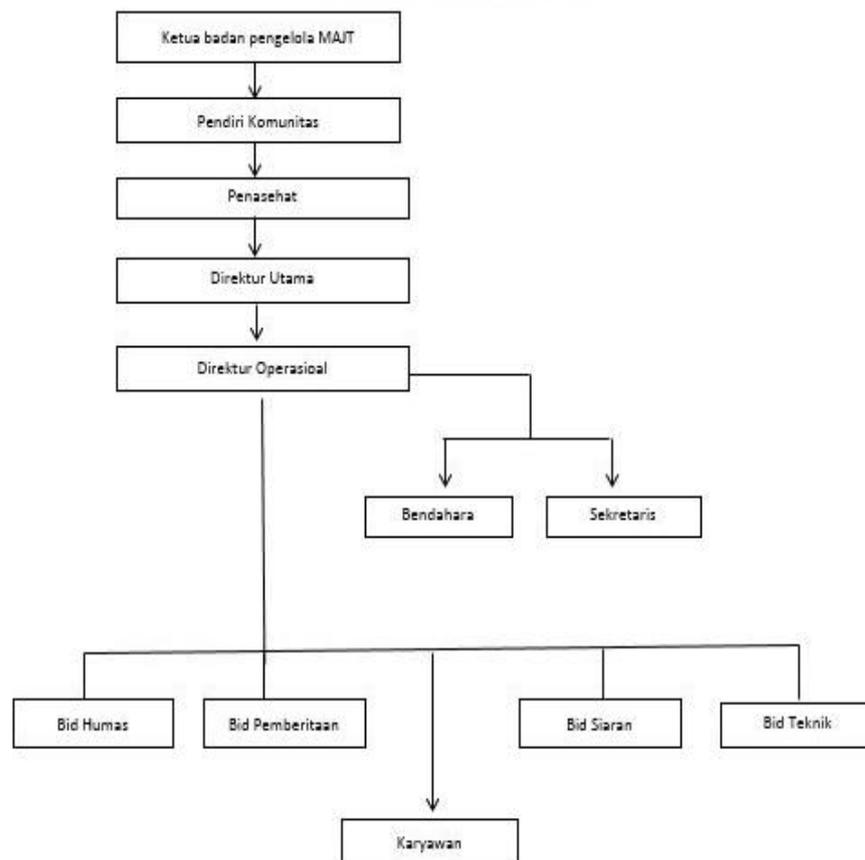
Direktur Utama : H. Agus Fathuddin Yusuf, M. Ag.

Direktur Operasional : Drs. H. Karno, MH.

Bidang Teknik : Soemardjiyanto, A. Md.

Penyiar : Risma Dewi Kumalasari, S.Ag.(Risma DAIS) Fajar Tri Utami (Fajar DAIS) Eko Ananto (Conan DAIS) Prihatiningsih Widyastuti (Widya DAIS) M. Nur Asyrofi, S. Ag. (Opi DAIS) Yusuf Anshori (Yusuf DAIS) Eva Resti (Eva DAIS) (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

Susunan Pengelola Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021)



4. Operasionalisasi Dais Masjid Agung Jawa Tengah

Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah di dalam reorientasinya tidak hanya bertanggungjawab kepada komunitasnya, tetapi juga kepada masyarakat, oleh sebab itu radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah walaupun sebagai radio komunitas harus dikelola secara *professional* dan *kompetitif* untuk menuju ke institusi bisnis. Semangat kerja tinggi yang menjadi ciri dari radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah belum sepenuhnya digawangi dengan sarana dan prasarana yang memungkinkan timbulkan kreativitas maksimal bagi perkembangan radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah. Cakupan wilayah yang luas serta besarnya perhatian dari para pendengar radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah 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 (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021).

B. Pelaksanaan Strategi Radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendengar dalam Siaran Dakwah.

Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah 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. Perkembangan media saat ini tidak menjadi penghalang bagi perkembangan program-program radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah. Hal tersebut diwujudkan dengan adanya inovasi, kolaborasi

dengan berbagai media untuk meluaskan jangkauan program siaran di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah. Selama lebih kurang dari 15 tahun menjadi penyiar radio DAIS yakni sejak 2006 selalu berusaha untuk menghadirkan program-program siaran yang sesuai dengan segmentasi atau kebutuhan pendengar. Program siaran tersebut digolongkan menurut jenis usia.

Secara khusus strategi radio dakwah komunitas DAIS Masjid Agung Jawa Tengah diantaranya:

1. Pengemasan program siaran di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dikemas dengan mengikuti perkembangan zaman namun tetap mengacu pada visi misi radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah yakni mensyi'arkan Islam dengan cara yang moderat, wasathiyah dan ahlu sunnah wal jama'ah (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).
2. Selalu berinovasi untuk tetap menjadi radio percontohan dalam penyiaran dakwah Islam seperti, pemanfaatan media sosial dari mulai facebook, instagram, hingga *live streaming* youtube dan sebagainya, sehingga jangkauan segmentasi penyiarannya dapat menyeluruh ke semua kalangan masyarakat dalam hal ini semua pendengar. Sosial media sendiri seperti Instagram atau Facebook mendapat perhatian masyarakat serta pengikutnya cukup banyak. Untuk Instagram sendiri memiliki pengikut 867 dan 172 unggahan di halaman instagram. Sedangkan di akun facebook sendiri sampai tanggal 26 januari memiliki 7,861 likes. Di kedua sosial media tersebut, radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah sering membagikan atau memposting jadwal siaran dimana itu bertujuan untuk memberikan informasi terkait siaran. Tidak hanya itu, di kedua akun tersebut sering membagikan pencapaian yang sudah didapatkan Radio Dais Semarang dan kartu ucapan-ucapan perayaan (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021 dan observasi, media sosial Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021 sampai 14 Januari 2021).

3. Pembuatan aplikasi DAIS Play yang dapat diunduh melalui *mobile phone* baik di *playstore* maupun di *appstore* diharapkan dapat menambah eksistensi dan meningkatkan minat pendengar radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah. Cara radio DAIS memaintenance pendengar melalui publikasi-publikasi acara di media sosial, kemudian *posdik* dan sebagainya (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
4. Proses penyusunan rencana kerja dan program siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah secara terstruktur yakni dengan cara, pengadaan rapat-rapat internal antara pengelola Masjid Agung Jawa Tengah dengan para penyiar DAIS (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).
5. Pengelolaan yang diterapkan oleh radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah adalah dari segi teknis atau peralatan semaksimal mungkin, memperluas jangkauan siaran, meninggikan tower, serta melengkapi sarana studio, semaksimal mungkin menggunakan SDM yang berkualitas. Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah juga aktif mendorong partisipasi masyarakat dengan cara meminta masukan-masukan dari komunitas pendengar setia radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).
6. Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah menganggap pendengarnya sebagai bagian dari keluarga, dikarenakan DAIS adalah radio komunitas sehingga pelibatan pendengar dalam hal memberi masukan program menjadi acuan untuk tetap eksis dalam mensyi'arkan Islam (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
7. Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah juga melibatkan komunitas pendengar untuk mengisi konten siaran termasuk dalam evaluasi tahunan (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).

8. Sebelum adanya pandemi covid-19, strategi untuk meningkatkan minat pendengar, radio DAIS juga rutin menyelenggarakan program siaran *off air* seperti, mengadakan pertemuan dengan komunitas pendengar yakni MODIS, perayaan hari lahir (harlah) DAIS dalam bentuk jalan sehat, makan bersama dan sebagainya (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
9. Radio DAIS Masjid Agung Jawa secara intens melakukan komunikasi dengan pendengar dengan cara komunikasi melalui adanya grup whatsapp. Para penggemar juga sudah tergabung dalam satu wadah grup Whatsapp dan cara untuk masuk menjadi anggota grup juga mudah. Link bisa ditemui di kolom caption Instagram dan Facebook. Caranya tinggal cari link di caption-caption media sosial lalu di klik dan disambungkan ke aplikasi Whatsapp dan otomatis langsung join atau bergabung dalam Grup. Kegiatan atau aktivitas grup sendiri sering membagikan kegiatan mereka sehari-hari, informasi, motivasi dan lain sebagainya (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021 dan observasi, media sosial Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah tanggal 11 Januari 2021 sampai 14 Januari 2021).
10. Peningkatan sumber daya manusia (SDM) di lingkungan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah adalah dengan cara mengembangkan kajian-kajian Islam menggandeng Ulama-Ulama Jawa Tengah khususnya Semarang dan sekitarnya untuk ikut serta berdakwah melalui program siaran di radio DAIS Masjid Agung Jawa (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
11. Tugas utama seorang penyiar radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah adalah melakukan tugas siaran untuk mencari pendengar sebanyak-banyaknya dan merawat mereka untuk mendengarkan lebih lama dengan mengoptimalkan kemampuannya sebagai seorang penyiar. Dengan dapat mendapatkan banyak pendengar sesuai target audiensnya, kredibilitas penyiar tersebut akan diperhitungkan baik di mata perusahaan dimana dia bekerja, pendengar, pengiklan, dan kompetitor. Dalam hal ini, seorang

penyiar dituntut untuk berpikir kreatif mungkin kapanpun, dan di manapun, komunikatif (*how to say*), cerdas, dan selalu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk pendengarnya supaya tidak monoton dan membosankan

12. Pengadaan evaluasi secara rutin atau terjadwal yang diharapkan dapat menjaga eksistensi, dan kualitas program siaran radio DAIS, serta diharapkan dapat tetap menjadi *quality control* agar program siaran di radio DAIS tidak melenceng dari nilai-nilai dakwah Islam. *Quality Control* dilakukan secara berjenjang oleh pimpinan radio DAIS melalui penyusunan laporan-laporan kegiatan penyiaran, termasuk *quality control* dari pendengar ditampung menjadi satu untuk kemudian diadakan pembahasan pada saat rapat evaluasi (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).

Agar dapat memunculkan minat orang untuk mendengar siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, juga dilakukan program yang secara keseluruhan sudah menjangkau semua segmentasi pendengar, dari mulai segmen anak-anak, remaja dewasa, dan orang tua. Pengemasan program siaran telah disusun dengan menyesuaikan perkembangan zaman yakni dikemas secara modern, kontemporel dan populer. Pengemasan mata acara siaran, konten, iklan layanan masyarakat secara kreatif, dan penyiar yang profesional menambah bobot kualitas siaran radio DAIS (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).

Mengelola program keagamaan tidak jauh berbeda dengan program hiburan. Bagian terpenting dalam menyusun program keagamaan yang akan disiarkan adalah bagaimana program tidak monoton, sehingga akan menarik minat pendengar untuk mendengarkannya. Sedangkan sasaran yang dituju ditujukan untuk semua kalangan dan terutama muslim, jika ada yang non-muslim mendengarkan ya Alhamdulillah (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021). Di Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah sendiri terdapat 22 program utama yang

disiarkan selama satu minggu. Mulai dari program anak-anak, remaja, dewasa, dan siraman rohani. Hal itu dengan tujuan. Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah lebih berorientasi menyentuh sisi religi pendengar, maka penyiarpun dalam gaya pembawaannya juga lembut agar mudah menyentuh. Beberapa hal yang menjadi strategi dalam hal program siaran yang dilakukan oleh radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah untuk meningkatkan minat pendengar diantaranya:

1. Perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan pendengar yang terdapat pada satu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dalam merencanakan program disesuaikan dengan segmentasi yaitu umat Islam, sehingga program acara yang dirilis seluruhnya tentang agama Islam. Dengan harapan pendengar memperoleh keseimbangan antara kebutuhan hiburan dan dakwah (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).
2. Program siaran untuk segmen anak-anak seperti, dongeng, lagu anak muslim, termasuk berkolaborasi dengan beberapa sekolah taman kanak-kanak yang berkunjung untuk melakukan siaran langsung di studio DAIS.
3. Program siaran kebanyakan segmentasi dewasa seperti kajian-kajian kitab, persoalan zakat, persoalan remaja dan persoalan kehidupan lainnya yang bertemakan edukasi agama, termasuk acara musik-musik Islami (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
4. Setiap penyiar, lebih kurang dari 5 orang kru penyiar di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah bertanggungjawab atas tugas dan program siaran masing-masing secara terjadwal. Kru tersebut diantaranya penyiar tetap, *music director*, penyusun naskah, tim produksi dan bagian pengelola media sosial atau publikasi. Agar pendengar tetap setia dan mendengarkan dan

menantikan siarannya, penyiar selalu menekankan mprogram yang disiarkan harus berubah-ubah dan bervariasi agar pendengar tidak jenuh. Selain itu ia juga mengatakan jika masalah candaan dari penelepon itu sudah banyak dan sudah biasa, ya tergantung bagaimana menyikapinya, yang pasti harus sabar dan harus lebih pintar dari pendengar karena terkadang pendengar hanya mengetes kemampuan penyiar. Dalam Radio ini juga sering mengadakan reuni antara penyiar dan pendengar, untuk terus menjalin silaturahmi yang baik (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).

5. Seorang penyiar radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dituntut untuk berpikir kreatif mungkin kapanpun, dan di manapun, komunikatif (*how to say*), cerdas, dan selalu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk pendengarnya supaya tidak monoton dan membosankan (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
6. Seorang penyiar radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dituntut untuk mengerti info yang akan dibicarakan, memahami dan membacanya sebelum *on air*. Karena dengan persiapan yang baik akan lebih mendekatkan penyiar dengan informasinya sehingga benar-benar paham dan dapat mengantisipasi terjadinya kesalahan dalam menyampaikan berita tersebut pada pendengarnya, memperhatikan materi yang disiapkan dengan teliti dan memahami kalimat atau kata-kata yang harus mendapat penekanan dalam penyebutan, penyiar harus menguasai istilah-istilah asing yang harus dibaca dengan baik dan benar, dan kemudian dalam menyampaikan materi siaran penyiar tidak bertele-tele dan langsung pada permasalahan. Penyiar juga memberikan contoh kasus yang sesuai dengan realita yang ada (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
7. Penyiar di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah juga menekankan pada bahasa persuasif yang bersifat membujuk. Penyiar radio saat menyiarkan harus tidak memiliki beban dan penyiar harus bersifat keremajaan, pembawaan yang tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua. Dan penyiar juga

menggunakan bahasa yang tidak terlalu baku terkadang ia menggunakan bahasa daerah (bahasa Jawa) untuk lebih dekat dengan pendengar. Kalau strateginya agar pendengar tetap setia menantikan siarannya, maka isi dari yang ia siarkan haruslah up to date. “Sebelum menyiarkan terlebih dahulu ditinjau termasuk lagu-lagu religi terbaru, jika lagu-lagu religi akan diputarkan juga namun dikemas lebih menarik lah agar pendengar tidak bosan. Jika ada candaan yang dilontarkan para pendengar melalui penelpon negatif tidak lah terlalu direspon dan akan dialihkan ke pembahasan yang lain. Disetiap kesempatan penyiar sering melakukan kopdar dengan para pendengar untuk lebih akrab. Kami sering berkumpul di salah satu warung kopi yang mudah dijangkau oleh siapa saja ataupun di waktu-waktu tertentu seperti bulan Ramadhan kami mengadakan acara buka bersama dengan panti asuhan dan para pendengar yang bersedia ikut bergabung (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).

8. Penyiar di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah juga menggunakan strategi pembentukan kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan mendengarkan atau memperhatikan bagian mana yang akan menjadi bagian favoritnya. Oleh karena itu penyajian setiap program dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu dan program yang unik dalam menyajikan informasi dan hiburan (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).
9. Beberapa masukan spesifik untuk radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah yakni, di harapkan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah senantiasa berinovasi, berkolaborasi dan *updatetable* dalam menyajikan program-program siarannya agar tetap eksis dan dicintai para pendengarnya. Terinspirasi dari radio Madina FM yaitu radio Masjid Jami' Malang diharapkan dapat menginspirasi radio DAIS agar setiap 15 menit sebelum adzan dapat diputarkan tarkhim dan atau bacaan al Qur'an surat Ar Rahman versi Syekh Mahmud Al Khusairi. Hal tersebut karena beberapa masjid

lokal sekitar biasanya kebingungan mencari referensi untuk memutar tarkhim sehingga, diharapkan radio DAIS dapat menjadi pionir khususnya di wilayah Semarang dan sekitarnya agar dapat merealisasikan hal tersebut dan menambah nuansa keislaman di masyarakat (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).

Komposisi program siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah lebih menitik beratkan pada siaran yang dapat dinikmati oleh masyarakat menengah ke bawah, ke atas dengan mayoritas pendengar beragama Islam. Adapun beberapa komposisi program di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah adalah sebagai 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 emosional masyarakat serta hiburan yang sehat seperti Pop Religi, Nasyid, Balasik, Qosidah, Rebana, 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 30%. Materi siaran pendidikan fokus pada pendidikan Islam seperti membaca kitab kuning, interaktif agama, serta mendalami ilmu tasawuf dan lain-lain.
3. Informasi Informasi dalam program acara di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah mendapat porsi 10% juga merupakan menu utama, baik informasi lokal/daerah maupun nasional, bahkan apabila ada berita yang sangat actual dan ingin cepat diketahui masyarakat DAIS mengadakan breaking news.
4. Layanan Masyarakat Layanan masyarakat di radio DAIS mendapatkan porsi 10% (Wawancara Agus Fatuddin Yusuf, pimpinan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 11 Januari 2021).

Berikut beberapa program acara yang dilakukan di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah:

1. Menu Acara radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

Menu acara radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah digambarkan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Menu Acara radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021)

Pukul	Nama Acara
04.00-04.20	OPENING (Indonesia Raya, Tune pembuka siaran dengan lagu Opick
04.20-04.45	Relay adzan dan sholat subuh jamaah MAJT
04.45-05.00	Selingan nada-nada Nasyid
05.00-06.00	Jendela Hati
06.00-07.00	Salam Pagi
07.00-08.00	Untaian Hikmah
08.00-09.00	Relay berita RRI
09.00-09.30	Nada Anak Muslim
09.30-10.00	Mutiara Iman bersama KH. Yazid Bustomi
10.00-11.00	MAKNA (Macam-macam Kiat untuk Anda) Senin : Botani Selasa : Kesehatan Rabu : IPTEK
11.00-11.30	ISTIQOMAH
11.30-12.00	Relay adzan sholat dhuhur
12.00-12.30	Tapak-tapak Islami
12.30-14.00	OASE
14.00-14.45	Sang Teladan

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

2. Program Mingguan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

Program mingguan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah digambarkan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2

Program Mingguan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021)

No	Pukul	Nama acara
1	07.00-08.00	Kajian Ahad Pagi (Ahad)
2	09.00-09.30	Nada Anak Muslim
3	09.30-10.00	Mutiara Iman Bersama KH. Yazid Bustomi
4	10.00-10.30	Dongeng Anak Muslim
5	19.15-20.30	Relay Pelajaran Tilawatul Qur'an MAJT (Kamis)

3. Deskripsi Acara Unggulan Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

Deskripsi acara unggulan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah sebagai berikut (Dokumentasi Profil Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 4 Januari 2021):

a. Jendela Hati

Setiap Hari : 05.00 – 06.00 WIB

Durasi : 60 menit

Isi Acara : Kajian kitab kuning

b. Nada Taqwa

Setiap Hari : 15.30 – 16.30 WIB

Durasi : 60 menit

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

c. Kajian Sore

Setiap Hari : 16.30 – 7.30 WIB

Durasi : 60 menit

Isi Acara : Dialog interaktif mengenai kitab kuning yang dipandu oleh kyai

d. Kajian Petang

Rabu, Jumat, Ahad : 18.00 – 18.45 WIB

Durasi : 45 menit

Isi Acara : Pembahasan kajian Islam live dari MAJT TV

e. Pesantren ke Pesantren

Ahad : 14.00-14.30 WIB

Durasi : 30 Menit

Isi Acara : Pembahasan suatu pondok pesantren

f. Kuliah Ahad Pagi

Ahad : 07.00 – 08.00 WIB

Durasi : 60 Menit

Isi Acara : Pembahasan kajian Islam live dari MAJT

Satu pembeda radio DAIS dengan radio pada umumnya adalah dari segi tema siaran yakni semua nya bertemakan atau bernafaskan islami. Penyajian materi program siaran, iklan layanan masyarakat islami, dan lagu-lagu islami sebagai mana motto radio DAIS yakni “Terdepan dalam Nada dan Dakwah”. Sehingga DAIS senantiasa dalam penyusunan program siarannya selalu berpaku pada nilai-nilai dakwah keislaman (Wawancara Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 13 Januari 2021).

Beberapa pendengar seperti Sabik menyatakan bahwa lebih kurang dari delapan tahun menjadi pendengar setia radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, secara hati radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah telah mampu mengikat hati para pendengarnya. Kualitas program siaran islami yang berbobot sangat bermanfaat dan membuat nyaman pendengar. Penyajian kajian-kajian Islami, lagu-lagu Islami yang menentramkan hati membuat pendengar menjadi betah berlama-lama menikmati sajian siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah. Komunikasi secara intens yang dibangun melalui grup-grup maupun secara langsung melalui telepon saat siaran, juga membuat pendengar senantiasa rela mengorbankan waktunya untuk mendengarkan siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah (Wawancara Sabik, Pendengar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 18 Januari 2021).

Begitu juga yang iungkapkan oleh Ilma yang menyatakan nilai lebih dari radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dibandingkan dengan radio lain, radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah merupakan spesialis radio dakwah Islam sesuai dengan motto radio DAIS yakni terdepan dalam dakwah dan nada. Karakteristik radio siaran yang berfokus pada syi'ar atau dakwah agama islam.

Penyajian lagu-lagu religi baik qosidah hingga pop religi menjadi ciri khusus sajian siaran nada dakwah islami di radio DAIS. Secara kepuasan terhadap program siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah keseluruhan sangat puas. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya komunitas pendengar setia yakni MODIS yang senantiasa berkiprah mendampingi dan mensupport setiap program-program yang di hadirkan oleh radio radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah. Radio DAIS dinilai berhasil dalam mengemas program-program siaran islami namun tetap mengikuti perkembangan zaman. Artinya, radio radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah berhasil mengemas acara siara secara modern dan profesional (Wawancara Ilma, Pendengar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 20 Januari 2021).

Lebih lanjut Sabik menyatakan perkembangan siaran di radio radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah juga dapat dibuktikan dengan adanya aplikasi DAIS Play yang dapat di unduh di playstore maupun appstore. Acara *streaming* live facebook, instagram hingga youtube juga menjadi bukti kemodernnan siaran radio radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah tersebut. Sehingga luas jangkauan siaran radio radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah menjadi tidak terbatas artinya, meskipun pendengar berada diluar radius sinyal radio komunitas DAIS tersebut, baik diluar kota, luar negeri, tetap dapat mengikuti dan mendengarkan siaran radio DAIS melalui kanal live media sosial DAIS maupun melalui aplikasi DAIS Play. Pengembangan siaran radio DAIS juga diwujudkan dengan adanya kolaborasi siaran audio visual dengan MAJT TV yang dapat dinikmati melalui kanal MAJT TV maupun siaran radio DAIS tersebut. Peningkatan minat pendengar terhadap program siaran di radio DAIS diharapkan dapat terus meluas. Radio DAIS adalah radio rekomendasi untuk didengarkan dikarenakan sajian program siaran islami modern serta adanya komunitas pendengar setia membuat para pendengar radio DAIS tidak hanya mendapat kemanfaatan ilmu dari sajian siaran nya namun juga menambah saudara dan relasi melalui komunitas MODIS atau monitor DAIS tersebut (Wawancara Sabik, Pendengar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 18 Januari 2021).

BAB IV

ANALISIS STRATEGI RADIO DAIS MASJID AGUNG JAWA TENGAH DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DALAM SIARAN DAKWAH

Kegiatan dakwah umumnya dilakukan dengan cara tatap muka antara da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan, namun seiring dengan perkembangan zaman didukung pula oleh kemajuan teknologi yang semakin pesat, maka Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah tidak hanya melakukan aktivitas dakwah dengan cara tatap muka tetapi dengan mengajak masyarakat memanfaatkan media radio sebagai media untuk mendengarkan dakwah, jika masyarakat melewatkan beberapa program acara dakwah, radio mesra memberikan media yang membuat masyarakat yang melewatkan acara radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah yaitu melalui media seperti youtube, facebook, streaming yang dapat ditemukan pada smartphone yang hampir seluruh lapisan masyarakat memilikinya.

Strategi radio Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah secara umum dalam mempertahankan pendengar dakwah ditengah banyaknya perkembangan media massa yang lain seperti televisi, smartphone, surat kabar, terutama smartphone yang hampir semua orang menggunakannya dan tidak peduli lagi dengan media yang lain. Dengan berbagai kekurangan dari radio salah satunya yaitu radio hanya dapat didengar dan tidak dapat melihat gambar dakwah melalui media radio tidak hanya terbatas pada radio zaman dulu, perkembangan zaman pada saat ini menuntut radio salah satunya radio Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah untuk meningkatkan pola menyebar informasi, berita, pendidikan, hiburan, dan yang terpenting dakwah. Radio Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan kualitas untuk memungkinkan seluruh lapisan masyarakat menerima informasi, berita, dan dakwah dengan masuk ke *platform* digital. *Platform* digital dapat menjadi alat yang efektif ditengah maraknya perkembangan *smartphone*,

dengan platform digital ini masyarakat dapat mengakses acara radio mesra melalui media sosial, seperti facebook, instagram, hingga *live streaming* youtube, WA, Pembuatan aplikasi DAIS Play yang dapat diunduh melalui *mobile phone* baik di playstore maupun di *appstore* diharapkan dapat menambah eksistensi dan meningkatkan minat pendengar radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dan hal ini memungkinkan pendengar dalam usia muda maupun tua yang menggunakan smartphone dapat mengakses acara dari radio radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah bahkan informasi dan dakwah tersebut dapat diakses kembali dan berulang-ulang.

Oguchi (2015) mengemukakan pendengar radio merupakan pasar utama yang disasar oleh media, untuk itu perlu sebuah strategi komunikasi media penyiaran Radio mutlak diperlukan sebuah perencanaan dari suatu manajemen organisasi dalam meraih tujuan yang telah di rencanakan. Seperti yang dikemukakan dalam penelitian Nielsen yang menyebutkan bahwa di era globalisasi ini dengan makin tumbuh pesatnya media internet akan mengakibatkan berbagai asumsi terhadap bertahannya eksistensi dari media radio dimasa depan

Radio streaming, off airdan endorser, dapat dikatakan tidakbersinggungan secara langsung dengan on air oleh karena itu disebut sebagai brand activation karena ketiga hal inilah yang akan mendukung dan memperkuat brand suatu stasiun radio. Radio streaming misalnya, walaupun menyiarkan on air namun kali ini dilakukan melalui web, tapi keberadaan radio streaming dalam faktor ini menandakan bahwa pendengar radio di Semarang mulai akrab dengan teknologi ini, mereka sudah *aware* dengan keberadaan radio streaming, dimana mereka dapat mendengarkan radio tanpaperangkat radio, namun yang mereka perlukan hanyalah koneksi internet. hal ini ternyata sesuai dengan yang dijelaskan oleh Fajar Widianoro bahwa pengguna mobile internet terbesar di Indonesia adalah di kota Semarang. Di tahun 2019, pertumbuhan pengakses mobile internet di Semarang hanya sekitar 60%. Namun di tahun 2020 ini jumlahnya meningkat menjadi 80%,. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa memang warga Semarang sudah *melek* internet, dan ternyata kesadaran mereka akan internet ini juga berakibat pada bisnis radio, bahwaradio perlu memiliki link radio streaming agar pendengar yang

tidak membawa perangkat radio tetap dapat mendengarkan stasiun radio tersebut melalui internet. Tentu hal ini membuat para pengelola seharusnya mulai memikirkan secara lebih serius tentang keberadaan link radio streaming dan mulai mempromosikannya. Karena tidak menutup kemungkinan radio akan mendapatkan pendengar setia dari radio streaming. Jadi keberadaan radio streaming dapat memperkuat brand stasiunradio tersebut (Rosalia, 2020).

Dalam menghadapi persaingan ini kemampuan radio dakwah untuk beradaptasi dengan lingkungan persaingan sangat diperlukan disamping itu kreatifitas dan inovasi sama sekali tidak boleh diabaikan. Adapun dalam upaya mengembangkan dakwah melalui radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah sekaligus meningkatkan minat pendengar, pada dasarnya strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa sewaktu-waktu berubah bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2014:32). Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009: 183) yaitu:

1. Mengetahui sasaran komunikasi

Mengetahui sasaran komunikasi atau mengetahui khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan mengetahui kondisi khalayak masyarakat kota Semarang yang mayoritas beragama Islam, tepat sekali radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah yang memiliki karakteristik program siarannya 100% Islami, akan mampu menjadi radio masa depan sebab memiliki kekhasan yang tidak dimiliki oleh radio lain. Oleh karena itu, sangat memudahkan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Luasnya wilayah siaran bukan berarti menyalahi UU nomor 32 akan tetapi permasalahannya agar radio komunitas bersatu dengan harapan menjadi networking yang bagus dengan suatu program yang menyentuh. Sekarang di setiap kabupaten mempunyai masjid agung kalau setiap masjid mempunyai radio dan mempunyai jaringan dengan radio komunitas Jawa Tengah diharapkan akan tercipta Islam yang Rahmatan Lilalamin.

2. Menyusun pesan

Setelah mengetahui materi radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, menurut peneliti materinya sangat sesuai dengan visi Radio Dais, yaitu melayani kebutuhan rohani umat Islam dan melakukan pelayanan kepada masyarakat secara umum. Oleh karena itu, format yang menjadi dasar pembuatan materi siaran adalah yang memberikan sentuhan emosional Islami dengan porsi nada dan dakwah, artinya setiap acara yang dirilis radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dikemas baik musik, pendidikan, budaya/sandiwara sesuai akidah Islam, yang mempunyai daya tarik tersendiri.

Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Ada beberapa materi siaran sasaran komunikasi yang terdiri dari:

- a. Materi dari luar yaitu yang berbentuk lagu-lagu pop religi, nasyid, balasik, qosidah, Arabian dan lagu anak Islami.
- b. Materi produksi sendiri yaitu murrotal alqur'an, hadits, sandiwara, puisi Islami, membaca kitab kuning.

Ada tiga jenis daya tarik: rasional, emosional dan moral. Daya tarik rasional menunjukkan bahwa dengan mendengarkan Radio Dais pengetahuan tentang agama Islam semakin meningkat. Daya tarik emosional membangkitkan emosi-emosi yang positif setelah mendengarkan Radio Dais. Daya tarik positif seperti rasa cinta, kebanggaan, kesenangan akan ajaran agama Islam. Daya tarik moral diarahkan pada perasaan khalayak tentang apa benar dan pantas. Daya tarik ini sering digunakan untuk mendorong orang peduli dan beramal untuk kegiatan amal seperti lingkungan bersih, hubungan antar ras harmonis dan bantuan untuk mereka yang tidak mampu.

Orang mempunyai sikap simpati dan empati kepada sebuah objek yang mengesankan sehingga muncul rasa suka, simpati, cinta, dan menarik. Bisa dari jenis lagu, suara penyiar, sikap penyiar, atau memang merasa sebagai kebutuhan. Ada beberapa tipe pendengar, pertama pendengar aktif yaitu pendengar yang mempunyai keterlibatan langsung dengan acara. Kedua pendengar pasif, jumlahnya tidak terbatas dan sulit untuk mendeteksi pendengar

pasif, yaitu mereka yang hanya mendengarkan dan tidak berinteraksi langsung dengan penyiar (Ermayanti, Suprapti, & Sukaatmadja, 2015).

3. Menetapkan metode

Menetapkan metode baik dalam komunikasi personal maupun non personal, dampak pesan pada khalayak dipengaruhi juga oleh cara memandang komunikator. Pesan yang disampaikan oleh sumber terpercaya adalah yang lebih persuasif. Dalam industri televisi para pemasar memakai selebritis sebagai tokoh dengan kredibilitas tinggi menjadi pendukung pembelian seperti atlet, aktor. Begitu pula radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah menggunakan para da'i kondang seperti Ustadz Jefri Albukhori, Ustadz Yusuf Mansur, Aa Gym dan lain_lain, sebagai nara sumber di acara pengajian. Dengan harapan pendengar khalayak tergugah baik pikiran maupun perasaannya dan menjalankan perintah agama dengan sebaik-baiknya

Dalam hal ini, metode penyampaian dapat di lihat dari dua aspek yaitu:

- a. Menurut cara pelaksanaannya Selain acara on air, Dais juga mempunyai acara live dari luar studio seperti pengajian akbar yang diadakan oleh umat Islam.
- b. Menurut bentuk isinya. Metode informatif seperti program berita relay dari RRI, nada Islami, Indonesia menyapa, warta berita, sillaturrahi. Metode persuasif seperti program Kuliah Ahad pagi, renungan. Metode edukatif seperti program wisata hati, kewirausahaan, asmaul husna, makna.

Pentingnya strategi komunikasi khususnya menganalisis kebutuhan pendengar terhadap peningkatan minat pendengar yang telah dilakukan oleh DAIS Masjid Agung Jawa Tengah. Dari hasil penelitian penelitian Njegovan, Duraskovic and Kostic (2012) yang meneliti model strategi kreatif sebagai model manajemen penyiaran. Penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi media penyiaran perlu dilakukan upaya-upaya untuk beralih dari metode-metode tradisional menjadi metode modern seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Salah satu strategi yang harus diterapkan adalah menyeimbangkan antara hiburan dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi teknologi dan pengetahuan terbaru.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa langkah-langkah strategi komunikasi yang dilakukan oleh radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah cukup berhasil mempertahankan loyalitas pendengar, salah satunya adalah senantiasa berupaya menyentuh isu-isu yang sensitive terhadap kehidupan masyarakat serta menyajikan hiburan-hiburan Islami yang sedang digemari oleh masyarakat. penyampaian informasi sesuai dengan karakteristik masyarakat yang sebagian besar terdiri dari kalangan muslim juga berdampak pada loyalitas pendengar terhadap radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah menganggap pendengarnya sebagai bagian dari keluarga, dikarenakan DAIS adalah radio komunitas sehingga pelibatan pendengar dalam hal memberi masukan program menjadi acuan untuk tetap eksis dalam mensyi'arkan Islam. Radio DAIS juga rutin menyelenggarakan program siaran *off air* seperti, mengadakan pertemuan dengan komunitas pendengar yakni MODIS, perayaan hari lahir (harlah) DAIS dalam bentuk jalan sehat, makan bersama dan sebagainya, karena untuk meningkatkan *heart share* (kecintaan pendengar terhadap siaran radio) semua strategi dan taktik akan berjalan lancar bila tidak disertai peningkatan value dari siara. Peningkatan value berarti kita meningkatkan program yang kuat. Memberikan service membuat pendengar loyal dan mampu menjalankan proses yang sesuai dengan kepuasan pendengar (Kartajaya dan Syakhir, 2016: 165).

Kegiatan off air merupakan salah satu bentuk *brand activation* yang cukup lazim dilakukan oleh suatu perusahaan. Kegiatan off air sering dimanfaatkan oleh stasiun radio sebagai ajang promosi, baik mempromosikan *brand*-nya, channel radionya ataupun program-program andalan dan ternyata bagi pendengar radio di Semarang, kegiatan off air yang diselenggarakan oleh stasiun radio dianggap menjadi daya tarik untuk pada akhirnya mendengarkan radio tersebut, karena dalam kegiatan off air pendengar dapat "bertemu" langsung dengan brand radio yang selama ini mereka dengarkan bahkan dengan yang belum pernah mendengarkan, kegiatan off air bagi pendengar radio dapat menjadi suatu *event* dimana pendengar dapat lebih mengenal siapa brand ini dimana hal ini dapat dilihat dari kegiatan macam apa yang diselenggarakan oleh radio, dan pendengar pun dapat mengenal

siapa saja yang bekerja di radio tersebut, dimana biasanya mereka hanya mendengarkan melalui audio namun dengan diadakannya kegiatan off air, pendengar dapat melihat langsung siapa saja penyiar ataupun timyang lain, hal ini menarik karena merupakan hal baru bagi pendengar. Pentingnya kegiatan off air ini membuat pihak radio sepatutnya membuat divisi off air atau promosi dan membedakannyadengan divisi on air, karena masih banyak perusahaan radio yang belum mengetahui pentingnya pemisahan divisi ini dengan alasan untuk menekan pengeluaran gaji, namun nyatanya kegiatan off air menjadi salah satu alasan mengapa pendengar mendengarkan radio, jadi keberadaannya tidak dapat dianggap sebelah mata (Rosalia, 2020).

Menurut Khomsahrial Romli, strategi memperoleh pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan pendengar meliputi (Romli, 2016: 87):

1. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat. Penyiar di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah juga menggunakan strategi pembentukan kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan mendengarkan atau memperhatikan bagian mana yang akan menjadi bagian favoritnya. Oleh karena itu penyajian setiap program dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu dan program yang unik dalam menyajikan informasi dan hiburan

2. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habbit Formation*)

Pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi seksama. Oleh karena itu penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu

tertentu. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah harus memiliki keunikan, menyenangkan dan menggunakan penyampaian dengan tata bahasa tutur pendengarnya.

3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of audience flow*)

Memaksimalkan pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari suatu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*). Satu pembeda radio DAIS dengan radio pada umumnya adalah dari segi tema siaran yakni semua nya bertemakan atau bernafaskan islami. Penyajian materi program siaran, iklan layanan masyarakat Islami, dan lagu-lagu Islami

4. Strategi penyimpangan sumber-sumber program (*conservation of program resources*)

Penyimpangan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah tersebut dengan pendekatan dan penyajian yang berbeda.

5. Strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran sehingga semua dapat di akomodir dalam program yang disajikan. Hal ini dilakukan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dengan membuat group WA.

Selanjutnya dalam pelaksanaan strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah, Evaluasi diperlukan untuk mengetahui kekurangan dan memperbaiki setiap program siaran yang bertujuan agar mendapatkan hasil yang lebih baik dari setiap segmen acara atau kegiatan sebelumnya. Evaluasi yaitu guna diadakan perbaikan apabila terdapat penyimpangan. Ini sesuai dengan tujuan dari pengawasan yaitu: *Pertama*, Supaya proses pelaksanaan dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari rencana. *Kedua*, Melakukan tindakan perbaikan (*corrective*), jika terdapat penyimpangan-penyimpangan (*deviasi*). *Ketiga*, Supaya tujuan yang dihasilkan sesuai dengan rencananya. Sama halnya dengan evaluasi yang dilakukan dalam program siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah yang dilakukan secara rutin .

Pengadaan evaluasi secara rutin atau terjadwal yang diharapkan dapat menjaga eksistensi, dan kualitas program siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, serta diharapkan dapat tetap menjadi *quality control* agar program siaran di radio DAIS tidak melenceng dari nilai-nilai dakwah Islam. *Quality Control* dilakukan secara berjenjang oleh pimpinan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah melalui penyusunan laporan-laporan kegiatan penyiaran, termasuk *quality control* dari pendengar ditampung menjadi satu untuk kemudian diadakan pembahasan pada saat rapat evaluasi.

Bentuk Evaluasi program siaran radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah, dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah mengarah pada proses memastikan bahwa anggota di bawahnya melakukan pekerjaan sesuai dengan rencana (program kerja), serta dapat melakukan tindakan perbaikan jika terdapat penyimpangan.

Berdasarkan dari hasil temuan dan analisis data lapangan berkenaan dengan strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah, dalam strategi komunikasi penyampaian dakwahnya, cara pelaksanaannya menggunakan metode canalizing dimana memengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang dikehendaki.

Kemudian strategi komunikasi dalam bentuk isinya, dalam proses siaran yang berlangsung, sering sekali digunakan pendekatan persuasif yakni memengaruhi khalayak dengan jalan membujuk dan pendekatan informatif dimana bentuk isi pesannya bertujuan untuk memengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan.

Untuk bisa mendapatkan perhatian pendengar dan mempertahankan eksistensinya, menurut peneliti program siaran dakwah radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah melakukan strategi yang tepat dengan menerapkan strategi program. Terdapat enam hal pokok yang amat sangat penting dalam strategi program yang diterapkan program siaran dakwah radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah, diantaranya:

1. Tema Aktual

Pengelola program harus betul-betul cermat melihat tren atau fenomena yang sedang berkembang, sehingga bisa meminimalisir kegagalan program. Berbagai macam cara dilakukan oleh tim produksi program siaran dakwah radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah untuk tetap dapat mempertahankan daya tarik yang dimiliki. Cara ini dilakukan dengan berupaya mengambil tema aktual berdasarkan isu-isu atau peristiwa yang sedang berkembang didasarkan pada ajaran Islam. Tidak hanya melihat perkembangan trend dan fenomena, tema-tema aktual juga dicari berdasarkan materi keilmuan yang dibutuhkan dan sangat penting untuk diketahui oleh pendengar.

Pemilihan tema ini menentukan daya tarik pendengar, sehingga jika temanya sesuai, mereka bersedia mendengarkan. Pendengar biasanya sangat antusias mendengarkan karena tema-tema kajian yang menurutnya sudah sesuai dengan kehidupan sehari-hari mereka. Pendengar menilai bahwa tema-tema tersebut menarik bagi mereka karena momennya sangat pas dengan peristiwa yang sedang terjadi atau dialami.

2. Kompetensi Narasumber

Peningkatan sumber daya manusia (SDM) di lingkungan radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah adalah dengan cara mengembangkan kajian-kajian Islam menggandeng Ulama-Ulama Jawa Tengah khususnya Semarang dan sekitarnya untuk ikut serta berdakwah melalui program siaran di radio DAIS Masjid Agung Jawa. Narasumber yang berkompeten dan dapat dipercaya akan menjadi satu nilai tersendiri bagi orang untuk mendengar program tersebut.

3. Pengumpulan Ide

Semenjak memiliki media sosial, banyak saran dan kritikan dari para pendengar yang datang melalui kolom media-media sosial resmi radio DAIS Masjid Agung Jawa. Media sosial yang dimiliki radio DAIS Masjid Agung Jawa diantaranya facebook, instagram, hingga *live streaming* youtube, WA, aplikasi DAIS Play dan sebagainya. Melalui media-media tersebut, Radio radio DAIS Masjid Agung Jawa mendapatkan saran dari pendengar mengenai materi yang mereka butuhkan. Dari sinilah pendengar terlibat dalam memproduksi ide-ide melalui kritikan dan saran yang disampaikan.

Konsisten Dalam Ciri Khas Konsisten dalam ciri khas ini dengan cara tetap menyiarkan program dengan nama dan kemasan yang sama selamanya. Nama program yang tidak berubah membuat pendengar tidak bingung saat ingin mendengarkan, karena nama program menentukan isi dari programnya, sehingga pendengar dapat mengenal karakteristik programnya, selain itu pendengar juga biasanya akan mengingat waktu siaran, dan bersedia mendengarkan pada saat program tersebut disiarkan. Ciri khas program yang ada di radio DAIS Masjid Agung Jawa adalah program ini disiarkan dengan membahas tema-tema yang berbeda setiap tayangnya. Kemudian kemasan program juga berperan penting.

Berbagai strategi radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah sebgaiman yang diungkapkan di atas tentunya mampu menjadikan eksistensi dari radio Dais Masjid Agung Jawa

Tengah dan tetap survive ditengah perkembangan jaman dengan tentunya memiliki pendengar yang setia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari temuan-temuan data di lapangan dan analisis data yang peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah dalam meningkatkan minat pendengar dalam siaran dakwah dilakukan dengan pengemasan program siaran yang mengikuti perkembangan zaman namun tetap mengacu pada visi misi radio DAIS :

- a. Selalu berinovasi untuk tetap menjadi radio percontohan dalam penyiaran dakwah Islam dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi DAIS Play.
- b. Penyusunan rencana kerja dan program siaran secara terstruktur, mengaktifkan keterlibatan pendengar untuk memberikan masukan dan melakukan kegiatan mengadakan pertemuan dengan komunitas pendengar.
- c. Mengembangkan kajian-kajian Islam dengan menggandeng Ulama-Ulama Jawa Tengah
- d. Setiap penyiar bertanggungjawab atas tugas dan program siaran masing-masing secara terjadwal, berpikir sekreatif mungkin kapanpun, dan dimanapun, komunikatif (*how to say*), cerdas, dan selalu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk pendengarnya supaya tidak monoton dan membosankan dan pengadaan evaluasi terhadap program dan kinerja seluruh staf secara rutin atau terjadwal.

B. Saran-saran

Setelah melihat kondisi yang ada, serta berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, tidak ada salahnya bila penulis memberikan beberapa saran sebagai masukan dalam meningkatkan kualitas dakwah sebagai berikut:

1. Bagi Pimpinan

Diharapkan membuat program siaran dakwah yang lebih aktual dan peka terhadap perkembangan zaman sehingga mampu menarik minat kaum milenial. Pimpinan juga perlu mengelola SDM yang ada di strategi radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah, sehingga mampu berkompetisi dan selalu survive.

2. Bagi Penyiar

Penyiar radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah perlu terus belajar dan belajar dalam strategi komunikasi masa khususnya dalam hal siaran agama Islam, sehingga mampu menarik minat orang yang mendengarkan siarannya.

3. Pendengar

Pendengar perlu aktif dalam setiap program siaran yang dilakukan radio Dais Masjid Agung Jawa Tengah, sehingga terjalin sinergitas diantara keduanya.

C. Penutup

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharap saran dan kritik dari perbaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga semua amal baiknya mendapatkan pahala dari Allah SWT. Demikian semoga Allah SWT selalu menunjukkan kita termasuk orang-orang yang berilmu dan dapat mengamalkannya. *Amin ya Rabbal Alamin.*

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Amrullah, 2002, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Prima Duta
- Alwi, Hasan, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Amir, Mafri. 2009. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*. Jakarta: PT Logos
- Arifin, Anwar, 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi, 2012, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Moh. Ali, 2004, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta: Prenada Media
- Azwar, Saifuddin, 2008, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Danim, Sudarwan, 2012, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia
- Darmanto, Antonius, 2008. *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*. Yogyakarta : LP3Y.
- Departemen Agama RI, 2006, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, CV. Indah Press, Jakarta
- Efendy, Onong Uchjana, 2010, *Ilmu Komunikasi*, Bandung: Rosda Karya
- , 2014. *Dinamika Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ermayanti, K. S., Suprapti, N. W. S., & Sukaatmadja, I. P. G. 2015, *Efek Mediasi Kepuasan Pendengar Dalam Hubungan Kualitas Layanan Dengan Loyalitas*

- Pendengar Radio Cassanova Bali, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 46.
- Fajar, Marhaeni, 2009, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Gerungan, W.A., 2006, *Psikologi Sosial*, Bandung: Refika Aditama
- Ishadi, 2009, *Dunia penyiar Prospek dan Tantangannya*, Gramedia, Jakarta
- Kartajaya, Hermawan dan Muhamad Syakhir, 2016, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI
- Mappiare, Andi, 1982, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional
- Masduki, 2011, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta : LKIS Pustaka Populer
- Moleong, Lexy J., 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan, 2011, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Prenada Media Group
- Muhtadi, Asep Saiful, Agus Ahmad Syafei, 2013. *Metodologi Penelitian Dakwah*, CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Munandar, S.C. Utami, 2012, *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Natsir, M., 2003. *Fiqhud Dakwah*. Yogya : Media Dakwah
- Nawawi, Hadari, 2005, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan – Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, Jogjakarta: Gadjah Mada University Press

- Ningsih, T. A., 2011, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Njegovan BR, Duraskovic D, Kostic B, 2012. Creative Portfolio Strategy As A Model Of Management In Media Company: An Example Of Public Broadcasting. *Journal Of Engineering Management And Competitiveness JEMC Vol. 2, No. 1*, 6-10
- Novia, Dinda Helsa dan Simbolon, Besti Rohana, 2019, “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah dalam Meningkatkan Minat Pendengar”, *jurnal Jurnal Social Opinion, Volume 4 Nomor 1*
- Oguchi, O. Ajaegbu, Babafemi, Akinjian, 2015, Radio Listening Habits among University Students and Their Attitude towards Programmes A Study of Redeemers University Students, *Research on Humanities and Social Sciences Vol.5, No.12*
- Purwanto, Iwan, 2007, *Manajemen Strategi*, Bandung: Yrama Widya
- Purwanto, Ngalim, 2015, *Psikologi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Qomaruddin, Tate, 2002, Haramkah Dakwah di Parlemen, Dalam Majalah Ummi, Edisi No. 10/XIII, Februari-Maret
- Rahmat, Jalaluddin, 2005, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Romli, Khomsahrial, 2016, *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo
- Romli, M., Asep Syamsul, 2013. *Jurnalistik Dakwah Visi Dan Misi Dakwah Bil Qolam*, Bandung : PT. Rosda Karya
- Rosalia, Naiza, 2020, Faktor-faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio Di Kota Semarang, *Jurnal Interaksi, vol.5*

- Sagala, Syaiful, 2007, *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Sanders, L.F.J., 2011, *Membantu Anak Mengerjakan Pekerjaan Rumah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Setiawan, Aditya Aria. 2013. Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemrintahan Local Berbasis Human Security Di Kota Jaya Pura, *Jurnal ilmu politik*. 22:1-10
- Shaleh, Abdul Rahman, dkk, 2014, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media
- Shaleh, Abdul Rosyad, 1993, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang
- Singer, Kurt, 2005, *Membina Hasrat Belajar*, terj. Bergman Sitorus, Bandung: Remadja Karya
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif: dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Laporan Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sumito, Agib, 2004. *Problematika Dakwah*, Jakarta : Pustaka Panjimas.
- Syah, Muhibbin, 2010, *Psikologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Syihata, Abdullah, 2010, *Da'wah Islamiyah*, Jakarta: Departemen Agama
- Syukir, Asmuni, 2013, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas
- Tarigan, H.G. , 1990, *Membaca Dalam Kehidupan*, Bandung : Angkasa
- Tasmara, Toto, 2007, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Media Pratama
- Thoha, M. Chabib, dkk., 2013, *PBM-PAI di Sekolah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset

Trinoviana, Anindita, 2017, Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience Dan Iklan, Yogyakarta, *Jurnal komunikasi*. 121 : 35-51

Tripomo, Tedjo dan Udan, 2005, *Manajemen Strategi*. Bandung: Rekayasa Sains

Wheterington, 2012, *Psikologi Pendidikan*, Terj. M. Dukhori, Jakarta: Aksara Baru

Wijaja, A.W., 2010, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Rineka Cipta, Jakarta

Witherington, H.C., 2001, *Psikologi* terj. M. Bukhri, Jakarta: Rineka Cipta

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara dengan Bapak Beny Arief Hidayat, Kabag Humas dan Pemasaran
Masjid Agung Jawa Tengah



Wawancara dengan Fajar, Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah



Penyiar Radio DAIS Masjid Agung Jawa Tengah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Windan Primadani Agustin
NIM : 1501026046
TTL : Magetan, 21 Agustus 1997
Alamat : Jl. Galaxi RT 01/RW 02 Wulung, Kec. Randublatung, Kab.
Blora
E – mail : ratuprimadani21@gmail.com
No. HP : 087821676443
Pendidikan : SD Negeri 1 Wulung
SMP Negeri 1 Randublatung
SMA Darul Ulum 1 Unggulan BPP-T Jombang
UIN Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan
Komunikasi

Semarang, 10 Juni 2022

Windan Primadani A
1501026046