

BAB II

DAKWAH DAN RADIO DAKWAH

A. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk *masdar* (*infinitif*) dari kata kerja *da'â* (دعا) *yad'û* (يدعو) *da'watan* (دعوة), di mana kata dakwah ini sekarang sudah umum dipakai oleh pemakai bahasa Indonesia, sehingga menambah perbendaharaan bahasa Indonesia (Primay,2005: 15).

Definisi mengenai dakwah, telah banyak dibuat para ahli dimana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi walaupun berbeda susunan redaksinya namun makna dan hakikinya sama. Ada beberapa tokoh yang menjelaskan mengenai pengertian dakwah,diantaranya seperti:

Menurut M.Natsir dalam buku Ilmu Dakwah karangan Samsul Munir Amin, mendefinisikan dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia mengenai konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia didunia ini dan yang meliputi *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara. Selanjutnya menurut M.Quraish Shihab.

Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas, apalagi pada masa sekarang ini ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.

Dari beberapa pengertian-pengertian dakwah diatas meskipun terdapat perbedaan kalimat antara satu dan lainnya, namun sebenarnya tidak terdapat perbedaan secara prinsipil, dari berbagai perumusan definisi diatas kiranya dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Dakwah itu merupakan suatu aktifitas atau usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar.
- b. Usaha dakwah tersebut berupa ajakan kepada jalan Allah dengan *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar*.
- c. Usaha tersebut dimaksudkan untuk mencapai cita-cita dari dakwah itu sendiri yaitu menuju kebahagiaan manusia didunia maupun diakhirat (Amin, 2009: 5).

Dengan demikian dakwah juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking, way of feeling*, dan

way of life manusia sebagai sasaran dakwah kearah kualitas kehidupan yang lebih baik. dan bagi seorang muslim dakwah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Kewajiban dakwah merupakan suatu yang tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya karena melekat erat dengan pengakuan diri sebagai sebagai penganut Islam(*muslim*)(Muriah, 2000: 7).

Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut da'i artinya orang yang menyeru. Tetapi karena perintah memanggil atau menyeru adalah suatu proses penyampaian (*tablig*) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal juga dengan istilah mubaligh artinya penyampai atau penyeru. Dengan demikian secara etimologi dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian atas pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.

Penelusuran makna dakwah melalui penggunaan kata oleh Al-Qur'an termasuk dalam kajian semantik. Pemahaman yang dapat ditemukan adalah bahwa dakwah bersifat persuasif yaitu mengajak manusia secara halus. Kekerasan, pemaksaan, intimidasi, ancaman, atau terror agar seseorang melaksanakan ajaran Islam tidak bisa dikatakan dakwah. Pemahaman ini diperoleh dari makna dakwah yang berarti mengajak, berdo'a, mengadu, memanggil, meminta, dan mengundang. Sedangkan keberhasilan dakwah terkait dengan campur tangan Tuhan yaitu Allah SWT sama dengan doa yang kita lakukan tiap

hari juga belum bisa dipastikan terkabul sesuai dengan permintaan, tetapi kita tetap wajib memohon kepada Allah Swt (Aziz, 2009: 10).

Dengan demikian pengertian dakwah menjadi jelas dari sudut mana memandangnya. Karena dalam realitasnya untuk memahami dakwah dapat ditinjau dari dua sudut pandang sebagaimana disebutkan diatas.

Dalam memahami dakwah secara integratif, diperlukan dua pendekatan, yaitu :

1. Pendekatan teoritis yakni memahami dakwah secara teoritis sebagai keilmuan yang berarti dakwah merupakan ilmu pengetahuan sebagaimana ilmu-ilmu yang lain. Karena dakwah sebagai suatu ilmu maka tentu ia telah memiliki filsafat keilmuan.
2. Pendekatan praktis yakni memahami dakwah secara sebagai suatu tindakan dan aksi untuk dikembangkan, yang berarti perlu adanya pemahaman dakwah yang relevandengan kemampuan cakrawala pikir objek dakwah secara keseluruhan pada masa kini yang bersifat sangat kompleks dan heterogen (Amin, 2009: 7).

2. Tujuan Dakwah

Dakwah bertujuan untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan Islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun. Selain itu dakwah

juga bertujuan menguatkan atau memperkokoh keimanan, memberikan harapan, menimbulkan semangat untuk beramal, dan menghilangkan sifat keragu-raguan dalam menghadapi problem kehidupan sehari-hari.

Secara implisit dakwah mempunyai tujuan tertentu, yaitu menyeru dan mengajak manusia agar memenuhi panggilan Allah, yaitu memeluk agama Islam dan mempraktekannya dalam kehidupan sehari-hari guna mencapai kebahagiaan hidup manusia di dunia dan di akhirat. Untuk mencapai tujuan yang dimaksud, maka dakwah mengambil langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Kepada mereka yang belum memeluk agama Islam diajak dan dianjurkan untuk memeluk agama Islam. Karena dengan menghayati dan memahami Islam dan mendapatkan beberapa tuntunan kebaikan yang dapat mengantarkan kearah kebahagiaan.
- b. Kepada mereka yang sudah memeluk agama Islam dianjurkan untuk senantiasa menjaga keislamannya, mengingatkan keimanannya, menghilangkan ketidakwajaran dalam mengamalkan ajaran Islam seperti menghilangkan kebatilan dan kemaksiatan yang ada serta menutup jalan kemungkar dan kesesatan. atau yang bisa disebut perbaikan sikap dan perilaku umat Islam (Amin, 2009: 8).

Tujuan dakwah juga menjadi perhatian para ahli dalam merumuskan definisi dakwah, ada ahli mengemukakan tujuan dakwah adalah dunia dan akhirat, ada yang hanya tujuan dunia saja, dan ada pula

yang tidak mencantumkan tujuan dengan jelas.

Secara umum dari definisi dakwah yang dikemukakan para ahli menunjuk pada kegiatan yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia. Perubahan positif ini diwujudkan dengan peningkatan iman, mengingat sasaran dakwah adalah iman. Karena tujuannya baik, maka kegiatannya juga harus baik. Ukuran baik dan buruk adalah syariat Islam yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Hadits (Aziz, 2009:18).

Salah satu tugas pokok dari Rasulullah adalah membawa *mission sacre* (amanah suci) berupa penyempurnaan akhlak yang mulia bagi manusia. Akhlak yang dimaksudkan ini tidak lain adalah Al-Qur'an itu sendiri sebab hanya kepada Al-Qur'an-lah setiap pribadi muslim itu akan berpedoman. Atas dasar ini tujuan dakwah secara luas, dengan sendirinya adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan baik individu maupun masyarakat, sehingga ajaran tersebut mampu mendorong suatu perbuatan sesuai dengan ajaran tersebut (Aziz, 2009:18).

Adapun karakteristik tujuan dakwah itu adalah:

- a. Sesuai (*suitable*), tujuan dakwah dapat selaras dengan misi dan visi dakwah itu sendiri.
- b. Berdimensi waktu (*measurable time*), tujuan dakwah haruslah konkret dan bisa diantisipasi kapan terjadinya.
- c. Layak (*feasible*), tujuan dakwah hendaknya berupa suatu tekad yang bisa diwujudkan (*realistic*).

- d. Luwes (*fleksible*) itu senantiasa bisa disesuaikan atau peka (*sensitif*) terhadap perubahan situasi dan kondisi umat atau peka (*sensitif*) terhadap perubahan situasi dan kondisi umat.
- e. Bisa dipahami (*understandable*), tujuan dakwah haruslah mudah dipahami dan dicerna. Dakwah yang dikembangkan harus dimengerti terutama tentang arah dan tujuan yang hendak dicapai. Bila tujuan dakwah sukar dimengerti maka tidak akan mencapai hasil sesuai dengan apa yang diharapkan dari dakwah itu sendiri.

Secara umum tujuan dakwah dalam Al-Qur'an adalah:

- a. Dakwah bertujuan untuk menghidupkan hati yang mati.
- b. Agar manusia mendapat ampunan dan menghindarkan azab dari Allah.
- c. Untuk menyembah Allah dan tidak menyekutukan-Nya.
- d. Untuk menegakkan agama dan tidak terpecah-belah.
- e. Mengajak dan menuntun ke jalan yang lurus.
- f. Untuk menghilangkan pagar penghalang sampainya ayat-ayat Allah ke dalam lubuk hati masyarakat (Aziz, 2004: 60).

3. Macam-Macam Metode Dakwah

Metode dalam bahasa Yunani “*me tho dhus*” yang memiliki arti cara atau jalan. Metode merupakan suatu cara yang bisa ditempuh atau cara

yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia. Jadi metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai da'i untuk menyampaikan materi dakwah Islam kepada mad'u(Aziz, 2004:122).

Metode dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga metode yang meliputi hikmah,nasehat yang baik dan berdebat dengan cara yang baik.

a. Metode dakwah dengan cara hikmah.

Kata *al'-hikmah* mengandung arti yang beragam yang bersifat ekstensi (*mishdaq*) dari pada konsepsi (*mafhum*) terhadap kata hikmah tersebut.Hikmah mengandung arti perkataan yang tepat, tegas disertai dengan dalil yang dapat menyingkap kebenaran dan melenyapkan keserupaan. Fahrudin al-Razi berpendapat bahwa *hikmah* adalah dalil *qath'i* yang bermanfaat untuk aqidah yang meyakinkan, sedangkan menurut Ibnu Jarir, yang dimaksud dengan hikmah adalah *Al-Qur'andan Al-Sunah*.

Dalam bahasa Indonesia, kata hikmah lazim diterjemahkan dengan istilah "*kebijaksanaan*" seseorang yang bijaksana tidak hanya dilihat dari sisi luasnya ilmu pengetahuan atau kemampuan bicara serta kemampuan memilih pokok pembicaraan yang sesuai dengan tingkat kecerdasan lawan bicaranya, tetapi juga dilihat dari sisi perilakunya dalam hidup bermasyarakat.

b. Dakwah dengan nasehat yang baik (*al-mau'izhah al-hasanah*)

Dakwah *bi al-mau'izhat al-hasanah* (dengan pelajaran yang baik) dipahami oleh banyak pakar dan penulis kajian ilmu dakwah pada satu sudut pemahaman, yaitu kemampuan juru dakwah dalam memilih materi dakwah itu sendiri. Padahal pengertiannya lebih luas dari pada sekedar kemampuan memilih materi dakwah.

Dalam konteks kemajuan dan perkembangan zaman, pemahaman dakwah *bi al-mau'izhat al-hasanah* ini perlu mendapat perluasan pemahaman atau interpretasi baru, sebab dalam kehidupan masyarakat dewasa ini masyarakat terpelajar umumnya lebih siap menerima pengajaran yang baik, bahkan sebagian dari mereka berupaya mencari dan mendapatkan pengajaran yang baik itu karena mereka merasa ingin tahu lebih dalam tentang ke-Islaman. Dengan demikian perilaku yang baik merupakan salah satu perwujudan dari *dakwah bi-al hikmah* dan lalu diterapkan dalam *dakwah bi al-mau'izhat al hasanah* jadi juru dakwah yang memiliki sikap dan perilaku yang baik maka akan lebih disukai dan begitu juga sebaliknya.

c. Dakwah dengan *mujadalah bi al-laty hiya ahsan*.

Kata "*mujadalah*" lazimnya diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dengan "perbantahan" atau "perdebatan" kata debat itu sendiri berasal dari bahasa Inggris "*debate*" yang mempunyai

pengertian “*to talk about reasons for and against (something) consider-discus*” atau “*to argue about (aqueastion or topic) in a public meeting*” pengertian manapun yang dipakai, mujadalah mengandung arti saling, dan kemampuan kedua belah pihak untuk mengemukakan alasan rasional tentang suatu masalah sesuai dengan pengetahuan dan pandangan mereka masing-masing.

Fokus perhatian dalam *dakwah bi al-mujadalah bi al-laty hiya ahsan* meliputi dua aspek. *pertama*, aspek golongan umat mana yang diajak dalam perdebatan, kedua, bagaimana sikap juru dakwah yang seharusnya dilakukan dalam berdebat. Dengan demikian, mujadalah tidak mungkin dilakukan oleh orang-orang dari golongan awam atau orang-orang yang berada diantara golongan cerdik, pandai dan awam. Mujadalah hanya mungkin dilakukan oleh orang-orang dari golongan cerdik, pandai terpelajar dan memiliki wawasan yang luas, karena dalam kehidupan sehari-hari mereka telah bisaa berfikir kritis dan rasional (Pimay, 2005: 68).

Dalam tugas penyampaian dakwah Islamiyah seorang da'i sebagai subyek dakwah memerlukan seperangkat pengetahuan dan kecakapan dalam bidang metode. Dengan mengetahui metode dakwah penyampaian dakwah dapat mengenai sasaran dan dakwah dapat diterima oleh mad'u (objek) dengan mudah karena penggunaan metode yang tepat sasaran dan diterima dengan baik.

Metode dakwah yang diterapkan diatas bersumber dari Al-Qur'an

Surat An-Nahl ayat 125:



Artinya: serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmahdan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Depag RI, 1993:421).

4. Pengertian Media Dakwah

Dalam berdakwah maka dibutuhkan berbagai macam media sebagai sarana dalam mencapai tujuan dakwah, media dakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat.

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh

tempat, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (*indirect communication*), dan sebagai konsekuensinya arus baliknya tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan. Untuk itu, komunikasi bermedia bersifat satu arah sehingga komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan dengan seketika. Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat dia berkomunikasi (Ilaihi, 2010: 104).

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya, kegiatan dakwah dapat berlangsung, meskipun tanpa media. Seorang da'i yang sedang menjelaskan tata cara tayamum kepada seorang tamu di rumahnya adalah salah satu contoh dakwah tanpa media. Secara garis besar media meliputi manusia, materi, dan lingkungan yang membuat orang lain memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap.

Ketika media dakwah berarti, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi, ada sarana lain selain alat komunikasi tersebut, seperti tempat, infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis, dan lain – lain. Sarana – sarana itu dapat digunakan sebagai logistik dakwah. Dengan demikian, sebagai ilustrasi perpaduan antara metode media dan logistik dakwah dapat dikemukakan sebuah contoh dakwah yang disampaikan dengan metode sama, dengan media radio yang disiarkan langsung dari stasiun radio.

Lebih lanjut beberapa definisi tentang media dakwah dapat dikemukakan oleh beberapa ahli sebagai berikut :

- Sukriyadi Sambas (2004:53). Media dakwah adalah instrumen yang dilalui oleh pesan atau saluran pesan yang menghubungkan antara da'i dan mad'u.
- M. Munir dan Wahyu (2006:32).Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u (penerima dakwah).

Dari beberapa definisi diatas maka media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.

Dakwah memerlukan media massa yaitu pers, film, radio, atau televisi, untuk menjangkau sebanyak-banyaknya khalayak yang bernama massa dalam waktu yang singkat, bagaimanapun juga kemajuan ilmu dan teknologi komunikasi akan bermanfaat bagi pelaksanaan dakwah dalam abad ini, justru itu para dai atau mubaligh perlu memahami karakteristik pers, film, radio, dan televisi dalam kapasitas dan kemampuannya sebagai media massa yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah atau sebagai “alat perjuangan” bagi para da'i atau mubaligh dalam menyeru kepada kebaikan.

Sesungguhnya fungsi dakwah yang bersifat universal dari media massa telah melekat secara inheren dalam pelaksanaan kode etiknya dan konsisten menjaga dan membina moral dan etika masyarakat. Sedangkan fungsi dakwah secara khusus yang berisi pesan aqidah (dakwah Islamiyah) media massa, dapat dilakukan dengan mendirikan atau memiliki salah satu atau semua jenis media massa (pers, film, radio dan televisi) dengan tetap memperhatikan aspek ekonomi dari media massa agar dapat tetap bereksistensi, hal ini telah banyak dipraktikan di Indonesia, misalnya dengan mendirikan radio dakwah di masjid atau radio pesantren diberbagai daerah (Arifin, Anwar. 2011: 98).

Selain itu media massa di negara demokrasi yang sedang berkembang memiliki sejumlah fungsi social yang berkaitan dengan kemasyarakatan dan kenegaraan, yaitu (1) fungsi informasi; (2) fungsi mendidik; (3) fungsi hiburan; (4) fungsi menghubungkan; (5) fungsi control social; dan (6) fungsi membentuk opini publik. Selain fungsi tersebut perlu juga ditambahkan satu fungsi lagi yaitu fungsi dakwah (mengajak berbuat baik, menyeru kepada kebaikan dan mencegah berbuat jahat) sedangkan fungsi bisnis dari media massa adalah sebagai industri yang melayani konsumen yang membutuhkan informasi pendidikan dan hiburan (Arifin, 2003: 96).

Setiap jenis media massa (pers, film, radio dan televisi) itu memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing dalam kapasitasnya sebagai media komunikasi atau media dakwah. Pers digolongkan sebagai media

cetak, sedangkan radio, film, dan televisi dikategorikan sebagai media elektronik. Perkembangan semua jenis media massa itu secara teknis didukung oleh perkembangan ilmu dan teknologi, yang sekarang ini telah mencapai teknologi digital. Hal ini akan lebih memudahkan dan mempercepat penyebaran pesan dakwah kepada penerima (mad'u).

Penggunaan salah satu diantara semua jenis media yang tersedia itu untuk kepentingan dakwah sangat tergantung kepada kemampuan para dai atau mubaligh dengan memperhatikan juga kebutuhan atau kemampuan khalayak menerima dalam mencerna pesan-pesan dakwah yang akan disampaikan. Jadi pemilihan dan pemilikan atas jenis media dakwah oleh dai atau mubaligh didasarkan pada kemampuannya serta kebutuhan dan kepentingan serta lokasi publik atau penerima (mad'u) yang dijadikan sasaran dakwah apalagi setiap media memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing(Nimmo, 1999:17),

5. Macam-Macam Media Dakwah

Dalam berdakwah dibutuhkan sebuah media sebagai alat atau sarana dalam mencapai tujuan. Ada beberapa macam media dakwah diantaranya adalah :

- a. Media lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato (ceramah),kuliah, bimbingan, penyuluhan, seminar,radio, dan lain sebagainya.

- b. Media tulisan, yaitu dakwah yang dilakukan melalui perantara tulisan seperti buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi) spanduk, flash-card, dan sebagainya. Da'i yang memiliki kompetensi dalam bidang ini harus menguasai jurnalistik yakni ketrampilan mengarang dan menulis.
- c. Media lukisan, gambar, karikatur, dan gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film bentuk-bentuk media ini digunakan untuk ajaran Islam kepada orang lain.
- d. Media audio visual, adalah dakwah melalui peralatan yang dipakai untuk menyampaikan pesan dakwah yang dapat dinikmati dan juga yang bisa merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, slide, ohp, internet, dan sebagainya(Hamzah Yakub,1981:48).

Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai macam media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah.Semakin tepat dan efektif wasilah yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Dalam penggunaan bentuk-bentuk media dakwah menurut bentuk penyampaianya tersebut diatas, merupakan penghubung dengan kondisi umat (mad'u) dan juga kondisi dari da'i itu sendiri, dalam segi tenaga, daya pikir, waktu, biaya dan sebagainya. Jadi pada dasarnya media disini

dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan pesan oleh da'i kepada mad'u untuk menyampaikan tujuan yang telah ditentukan.

Dalam ilmu komunikasi, media juga dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu :

- a. Media terucap (*the spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
- b. Media tertulis, (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamlet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
- c. Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar seperti film, video, televisi dan sejenisnya.

Selain itu ada juga yang memabagi jenis media dakwah ada dua yaitu, media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi).

B. Radio dakwah

1. Pengertian Radio Dakwah

Pengertian mengenai radio dalam kamus bahasa Indonesia adalah siaran suara atau bunyi melalui udara. Radio juga merupakan salah satu

media komunikasi massa karena sifatnya bersifat umum, ditujukan untuk orang banyak dan menimbulkan keserempakan (Romli, 2009:18).

Sedangkan dakwah adalah proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Jadi pengertian radio dakwah adalah siaran suara atau bunyi melalui udara yang di jadikan sebagai sarana dalam penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia.

Media radio termasuk pada media elektronik yang sifatnya khas sebagai audio (didengar) oleh karena itu ketika pendengar menerima pesan-pesan dari pesawat radio siaran, pendengar berada dalam tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan (Ardianto, 2004:40).

Komunikasi massa yang berupa media radio adalah sebuah proses komunikasi antara komunikator dengan komunitas (massa) melalui sebuah sarana yaitu radio. Dalam komunikasi massa media tersebut lembaga penyelenggaraan komunikasi bukan secara perorangan melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar, penyampaian pesan-pesan dalam komunikasi massa tersebut hanya dapat didengar secara selintas. Radio juga memiliki kekuatan langsung tidak mengenal jarak dan rintangan juga memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik dan efek suara (Romli, 2009: 17).

Undang-Undang Nomor 23 tahun 2002 tentang penyiaran menyatakan bahwa jasa penyiaran terdiri atas jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi. Jasa penyiaran tersebut dapat diselenggarakan oleh : (1) lembaga penyiaran publik; (2) lembaga penyiaran swasta; (3) lembaga penyiaran komunitas; dan (4) lembaga penyiaran berlangganan.

Sedangkan pengertian dari lembaga penyiaran komunitas sebagai lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani suatu komunitas tertentu saja, dan karenanya memiliki daerah jangkauan yang terbatas (Ghazali, 2002: 27).

Sebagai radio yang dibentuk dari, oleh dan untuk komunitas maka radio komunitas harus mampu menumbuhkan identitas lokal dengan menempatkan anggota komunitas sebagai “tokoh utama” siaran. Partisipasi warga dalam menjalankan siaran harus dibuka seluas-luasnya.

Radio komunitas harus mampu menjadi media dialog antar berbagai unsur dalam masyarakat. Pengelola radio komunitas hendaknya hanya berperan sebagai mediator, sementara pelaku sesungguhnya adalah anggota komunitas.

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio dia

akan mudah dan praktis, dengan demikian, dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektifitas dan efisiensi ini juga akan terdukung jika seorang dai mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, baik melalui metode ceramah, sandiwara radio, melalui forum tanya jawab, atau bentuk – bentuk siaran lainnya.

2. Fungsi dan Tujuan Radio Dakwah

Setiap siaran pada dasarnya memiliki fungsi tertentu yang menyebabkan informasi memiliki makna bagi pendengarnya. Radio harus bisa menyatukan dengan situasi actual disekitar radio itu berada tidak membawa kultur lain yang menyebabkan dislokasi sosial atau elitisme. Secara skematis peran sosial radio sebagai institusi dituang publik sebagai berikut:

a. Fungsi radio sebagai sosialisasi.

- 1) Menyebarkan informasi dan hiburan yang membuat optimism serta menjalin interaksi dialogis antar pendengar.
- 2) Menjalinkan komunikasi untuk saling berkarya mengubah berbagai persepsi dan kecurigaan yang tidak perlu.

b. Fungsi radio sebagai aktualisasi.

- 1) Menyegarkan memori pendengar terhadap peristiwa actual dan momentum yang penting dengan kehidupan.

2) Mengagendakan masalah-masalah sosial agar menjadi isu dan keprihatinan bersama daripada masalah personal. Merangkai dan mengurutkan tahapan-tahapan pelaksanaan sehingga akan menghasilkan program yang terpadu dan sempurna. (Munir, 2006: 105).

c. Fungsi radio sebagai advokasi.

1) Mendesak makin terbukanya kebijakan politik ekonomi bagi partisipasi seluruh lapisan pendengarnya.

2) Mediasi antar berbagai pihak yang sedang berkonflik sehingga muncul solusi damai dan saling menguntungkan (Masduki, 2004:11).

3. Tujuan Radio Dakwah

Tujuan penyiaran di radio adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat atau pendengar, memberikan pendidikan atau bimbingan (dakwah), memberikan hiburan, memberikan dorongan diri, dan memberikan sensasi (Masduki, 2004:26).

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan dari masing-masing tujuan radio, yakni ;

a. Untuk memberikan informasi

Bagi pemerintah dinegara-negara berkembang, radio masih dianggap sebagai media komunikasi yang vital. Radio dipandang mampu menyebarkan informasi pembangunan kepada masyarakat

secara cepat murah dan luas jangkauannya. Hambatan teknis radio relative kurang berarti dan pendengar radio tidak terlalu dituntut untuk mempunyai tingkat pendidikan tinggi (Chus Meru, 2001: 91).

b. Untuk memberikan pendidikan (*to education*)

Radio bisa digunakan untuk suatu pendidikan yang bisa digunakan secara efektif untuk seluruh level dan fase pendidikan.

c. Memberikan hiburan (*to intertain*)

Salah satu program siaran radio adalah program hiburan yang berupa kesenian, musik, sandiwara dan sebagainya. Dengan tujuan untuk memberikan hiburan kepada penedengarnya.

d. Memberikan dorongan diri (*provide*)

Radio dalam menyajikan acara yang sifatnya religius bisa memberikan dorongan seseorang untuk mengambil keputusan guna memperbaiki posisinya dalam kehidupan.

e. Memberikan sensasi.

Radio juga bertujuan memberikan sensasi artinya pendengar bisa terpuaskan oleh acara yang disiarkan oleh radio (kepuasan psikologis) (Masduki, 2004:26).

4. Fomat Siaran dan Program Siaran Dakwah.

a. Format Siaran Dakwah

Kata “siaran” merupakan padanan dari kata *broadcast* dalam bahasa Inggris. Undang-undang penyiaran memberikan pengertian

siaran sebagai pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter baik yang bersifat interaktif maupun tidak yang dapat diterima melalui perangkat penerimaan siaran.

Sementara penyiaran yang merupakan padanan kata broadcasting memiliki pengertian sebagai: kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi dilaut, darat atau antariksa dengan menggunakan *spectrum frekwensi* radio (sinyal radio) yang berupa gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan media lainnya, untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh pendengar dengan perangkat pendengaran (Morissan, 2008:32).

Bagian program stasiun penyiaran memiliki tugas utama menyediakan berbagai acara yang akan disuguhkan kepada pendengar (audien) yang berbentuk format siaran. Pada stasiun radio bagian program harus bisa memilih format siaran seperti apa dan apa saja yang dijadikan andalan dalam stasiun radio tersebut, keputusan bagian program dapat muncul setelah melalui pembahasan dengan bagian penjualan dan juga bagian manajemen.

Untuk stasiun radio sangat penting menentukan segmentasi sebelum memulai aktifitas siaran, segmentasi yang jelas akan menentukan format siaran yang meliputi pemilihan program dan gaya

siaran sesuai dengan target audien yang dituju. Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan radio lainnya disuatu lokasi siaran.

Proses penentuan format dimulai dari visi misi yang ingin dicapai, pemahaman tentang audien yang ingin dituju melalui riset untuk mengetahui apa kebutuhan dan bagaimana perilaku sosiologis psikologi mereka. Dari sinilah ditentukan format siaran yang relevan beserta implementasinya pada wilayah program dan pemasaran.

Perkembangan format siaran radio dibagi dalam kelompok audien misalnya remaja, dewasa, dan seterusnya, selain berdasarkan kelompok umur, target audien juga dapat dikelompokkan dari jenis kelamin dan profesi.

Menurut Pringle-Star-McCavit (1991) seluruh format stasiun radio dikelompokkan dalam kelompok besar, yaitu: format musik, format informasi dan format khusus. Adapun penjelasannya sebagai berikut;

Pertama: format musik adalah format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh siaran radio, namun demikian menentukan format musik sekarang ini menjadi semakin sulit karena fragmentasi jenis musik yang cenderung semakin beragam.

Kedua: format informasi, yaitu format siaran yang cenderung berbagi informasi dan berita. Format informasi ini dibagi menjadi dua

yaitu, dominasi berita (*all news*) dan dominasi perbincangan (*all talk* atau *talk news*).

Ketiga: selanjutnya format khusus (*speciality*) adalah format yang dikhususkan untuk audien yang berdasarkan etnis dan agama. Dengan demikian format khusus dibagi menjadi dua yaitu format etnik dan format agama. Dalam format khusus ini (*speciality*) pihak programmer dapat memilih format siaran yang mencirikan identitas dari sebuah radio tersebut misalnya radio dakwah maka materi siaran berisi pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada pendengar.

Format siaran adalah penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu dari stasiun radio, secara lebih sederhana dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.

Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*). Tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*). Proses penentuan format dimulai dari penentuan visi dan misi yang ingin dicapai, pemahaman tentang pendengar yang dituju melalui riset untuk mengetahui apa kebutuhan dan bagaimana perilaku sosiologis psikologis mereka. Dari sinilah ditentukan format siaran apa yang relevan beserta implementasinya pada wilayah program dan pemasaran.

Dalam program radio itu sendiri memiliki berbagai macam mulai dari berita radio, perbincangan radio, infotainment radio dan jingle radio.

b. Program Siaran Dakwah.

Format setiap jenis sangat perlu direncanakan, agar proses siaran lancar dan mengalir. Untuk merencanakan format siaran perlu diperhatikan durasi atau lama siaran, materi siarannya, musik yang akan digunakan sebagai selingan, kapan dan berapa lama penyiar berbicara baik secara formal maupun nonformal, berapa banyak iklan yang harus disiarkan dan dimana ditempatkan dan sebagainya.

Dalam membuat perencanaan format juga harus memperhatikan kemauan pendengar atau pasar. Hal ini tentunya adalah usaha menaikkan rating atau jumlah pendengar, yang akhirnya akan menjadi daya tarik pemasang iklan.

Pelaksanaan siaran dengan format yang telah dirancang harus dimonitor dan dievaluasi sejauh mana format tersebut efektif. Bila ternyata kurang efektif, maka format tersebut harus direvisi (Sartono, 2008: 165).

Pada kesimpulannya format siaran adalah rangkaian penyelenggaraan penyiaran yang teratur dan menggambarkan interaksi berbagai elemen didalamnya, seperti tata nilai, institusi, individu, *broadcaster* dan program siaran (Masduki, 2007: 5).

Untuk kesempurnaan produksi dan penyajian siaran dakwah Islami perlu dilakukan perencanaan sebagai berikut:

1) Rencana Siaran Bulanan

Acara bulanan disusun hanya pada garis besarnya saja, setiap mata siaran diberi warna untuk memudahkan peninjauan secara menyeluruh untuk selama sebulan.

2) Rencana Siaran Mingguan

Rencana siaran pekanan meliputi acara siaran selama tujuh hari atau seminggu dimulai hari minggu diakhiri hari sabtu. Siaran ini meliputi penjabaran dari acara bulanan.

3) Rencana Siaran Harian

Rencana siaran harian merupakan penjabaran dari program acara mingguan yang lengkap terinci dari menit kementit dari mulai pembukaan dan penutupan siaran (Effendi, 1990: 121).

Salah satu dari media dakwah yang hingga kini dan masa akan datang masih terus dikembangkan adalah media elektronik yaitu radio. Tepatnya radio siaran merupakan salah satu media masa yaitu sarana atau saluran komunikasi massa. Setiap program radio memiliki sasaran yang jelas dan tujuan yang akan dicapai ada lima parameter yang harus diperhitungkan dalam menyusun program siaran yaitu :

- 1) Landasan filosofis yang mendasari tujuan semua program siaran.
- 2) Strategi penyusunan program sebagai pola umum tujuan program siaran.

- 3) Sasaran program siaran.
- 4) Pola produksi yang menyangkut garis besar isi program siaran.
- 5) Karakter institusi dan manajemen sumber program siaran untuk mencapai usaha yang optimum (Masduki,2004:45).

Salah satu media yang dapat digunakan dalam berdakwah adalah radio, dakwah melalui radio masih cukup efektif dimana dalam bentuk format siarannya bisa ceramah agama maupun dialog interaktif tentang persoalan agama. Dalam hal ini da'i sebagai seorang komunikator dalam menyampaikan aktifitas dakwahnya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya harus bisa memperhatikan karakter dari radio yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesannya.

Karakteristik radio siaran dakwah adalah :

1. Sifat siaran radio hanya untuk didengar.
2. Bahasa yang digunakan adalah bahasa tutur.
3. Pendengar radio dalam keadaan santai, bisa sambil mengemudi mobil, sambil tiduran, sambil bekerja di kantor dan lain sebagainya.
4. Siaran radio mampu mengembangkan daya reka.
5. Siaran radio hanya berkomunikasi satu arah (Amin, 2009:270).

Banyak hal yang bisa dilakukan programmer dalam menciptakan siaran dakwah, misalnya dengan metode infiltrasi yaitu menyisipkan nilai-nilai dakwah dalam program siaran radio tanpa harus memproduksi acara dengan format yang dikenal masyarakat selama ini. Tidak hanya ceramah, tapi dalam dunia hiburan musik juga bisa disisipi nilai-nilai dakwah misalnya lagu-lagu religi. Saat ini dakwah bukan lagi

masuk dalam acara yang kaku dan penuh uraian yang dogmatis agamis tetapi sekarang ini program dakwah juga sudah bisa di masuki permasalahan kehidupan sehari-hari yang ada dalam masyarakat dalam mengaplikasikan ajaran agama.