

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luas. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games* dan *personal casset players*. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominick,2000:242).

Keunggulan radio siaran adalah bisa di dengarkan dimana saja saat di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Radio memiliki kemampuan menjual bagi pengiklan yang produknya dirancang khusus memahami khalayak tertentu.

Manfaat radio adalah sebagai sarana penyampaian informasi, tempat mencurahkan isi hati, sarana bagi pemerintah untuk mensosialisasikan program-programnya, tempat promosi usaha dan sarana pemelihara budaya. Sedangkan fungsi dalam radio adalah sebagai salah satu media media massa. (Onong Uchajana,1993:137-138)

Di era informasi yang semakin canggih saat ini, sudah banyak media elektronik yang berkembang. Untuk mendapatkan berita, hiburan, maupun dakwah dapat dengan mudah dan cepat diterima diradio. Saat ini berdakwah tidak hanya dijumpai di masjid atau di pengajian-pengajian saja, dengan mendengarkan radio pun khalayak sudah dapat mendengarkan ceramah-ceramah, ilmu-ilmu agama maupun religi. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan perkembangan masyarakat yang semakin komplek dan global, terutama makin sulitnya dipisahkan antara kehidupan modern dan komunikasi serta media massa seperti radio, televisi, maka fungsi komunikasi tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. (Wahyu,2013:64)

Quinn (Ruslan,2002:90-91), menyatakan agar suatu strategi dapat efektif dilaksanakan dalam sebuah program, harus mencakup beberapa hal, diantara objektif, memelihara inisiatif, konsentrasi, fleksibilitas, kepemimpinan yang memiliki komitmen dan terkoordinasi, kejujuran, dan keamanan. Strategi harus menentukan langkah dan menetapkan tindakan terhadap peristiwa, bukan bereaksi terhadap satu peristiwa. Selain itu, strategi juga mengamankan seluruh organisasi dan semua operasi penting organisasi.

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang di tetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan operasionalnya secara praktis, artinya pendekatan yang digunakan dapat berbeda bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy,2013:32). Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memerhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, dalam upaya penyampaian target pendengar memerlukan “*programming*” atau penata acara (Prayuda,2005:43). Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk *format station* dengan tujuan menciptakan *image* stasiun radio itu sendiri.

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan peserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan *audience*-nya. Guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi, seluruh personil yang mengetahui dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka.

Dengan munculnya teknologi komunikasi radio siaran melalui internet pada akhirnya menimbulkan permasalahan baru didunia media massa. Frekuensi yang lazim digunakan ternyata sangat terbatas sehingga perlu diatur oleh pemerintah, selayaknya kekayaan alam lain. Merebaknya media

sosial dan media daring menimbulkan tanya tanya apakah media radio masih relevan. Lebih jauh apakah radio siaran masih mampu bertahan dan bersaing.

Menurut sebuah survei, masyarakat masih memerlukan media radio. Selain biaya mengaksesnya relatif murah, radio mampu menjangkau jutaan pendengar yang tersebar di berbagai tempat dengan geografis beragam. Ketika media sosial kontemporer justru menjadi wahana efektif untuk menyebarluaskan budaya yang tidak selaras dengan jati diri bangsa, radio harus bisa menjadi tempat kembali dan menjawab hal tersebut. Dalam sebuah kesempatan belum lama ini, Presiden Joko Widodo mempertanyakan kecenderungan yang berkembang di media sosial. Di sana muncul hujatan, cacian, fitnah, menebar kebencian, dan menyebarluaskan berita palsu (hoax). Tanpa mengabaikan manfaat positifnya, media sosial punya andil besar dalam percepatan degradasi jati diri bangsa. Dikutip pada tanggal 27/08/2018 Jam 22:07 <http://mediaindonesia.com/read/detail/84770-radio-di-era-media-sosial>

Beberapa kunci agar radio bisa eksis di era internet adalah radio harus memberikan informasi yang up to date dan terpercaya. Di era internet yang banyak berseliweran berita bohong (hoax) dan informasi palsu maka radio harus bisa menjadi pencerah dan petunjuk informasi yang valid. Radio juga harus bisa memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi, radio harus meningkatkan interaksi dengan pendengar, terutama di media sosial dan aplikasi *messenger*, radio harus menggandeng lembaga/instansi lain ; serta radio harus memperbanyak membuat acara-acara *off air*. Dikutip pada tanggal 27/08/2018 jam 22:16 <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet?start=3>

Selain itu informasi yang disajikan seperti pengetahuan umum, pengetahuan tentang keislaman, yang kemudian diinformasikan dalam bentuk acara data religi dan hiburan *attaqwa*. Seperti informasi yang disampaikan oleh Informan D selaku Ketua Kajian Keislaman di Radio *Attaqwa*.

Konten program siaran Radio *Attaqwa* terdiri dari tiga program, yaitu program religi 60% 12 jam sehari, program hiburan 25% 5 jam sehari 15% 3 jam sehari, dan 15% 3 jam sehari program informasi. Seperti yang di ungkapkan Informan D:

“Program radio *attaqwa* secara umum ada tiga yaitu program dakwah (religi), informasi dan hiburan. Program dakwah terdiri atas lima acara yaitu Hikmah Fajar, Mutiara Kalam, Syiar Senja, Kavling Akhirat dan Hikayat. Program ini membutuhkan waktu tayang selama 8 jam (40%). Program informasi terdiri atas dua acara yaitu Silaturahmi dan Informasi Pagi (SIP) Silaturahmi dan Informasi Siang (SIS). Program ini membutuhkan waktu tayang selama 5 jam (25%). Program hiburan terdiri atas 2 acara yaitu Koleksi Dangdut Kenangan (Kondangan). Acara ini membutuhkan waktu sebanyak 3 jam (15%). Dari acara talkshow, siaran langsung, pembacaan Al-Quran dan shalawatan, pemutaran quote dari para narasumber, iklan, pengumuman-pengumuman. Ust Nam/07/08/201811:43

Radio yang mempunyai tagline “Ramah Berbudaya”, salah satu radio yang dikenal dengan program dakwahnya yang islami. Radio ini berlokasi di kompleks Pondok Pesantren *Attaqwa* Putra Jl. KH Noer Ali Ujung Harapan No.70, Bahagia, Babelan-Bekasi 17612. Program dakwahnya berupa ceramah oleh narasumber ahli, baik langsung maupun rekaman. Dan berbincang-bincang (tanya-jawab) dengan tema yang diusung pun beragam serta materi kekinian. Seperti informasi yang disampaikan oleh Informan D, selaku Ketua Kajian Keislaman di Radio *Attaqwa*:

“Program dakwah berisi kajian Tafsir, Hadits, Fiqih, Tadarus Al-Quran, Sejarah Islam, Fenomenologi Islam, dan tema-tema kemasyarakatan lainnya. Program dakwah disampaikan dalam bentuk monolog, dialog melalui telepon, aplikasi pengirim pesan, serta media sosial. Program informasi disampaikan setiap pagi dan siang dengan peristiwa-peristiwa aktual yang disajikan oleh para pendengar untuk berbagi informasi dan komentar melalui media sosial. Adapun program hiburan berisi dialog interaktif antara penyiar dengan pendengar yang dilakukan pada malam hari. Pendengar bisa menyampaikan kabar, pesan, dan meminta lagu-lagu tertentu untuk diputarkan.” (Informan D, Ketua Kajian Keislaman: 13/08/2018 pukul 14:49)

Adapun program acara dakwah seperti :

1. Hikmah Fajar (05.00-6.00)
2. Mutiara Kalam (12.30-13.00)

3. Syiar Senja (16.00-17.30)
4. Kavling Akhirat (19.30-20.30)
5. Hikayat (04.00-23.00)

Program adalah segala hal yang ditampilkan (didengarkan) stasiun penyiaran memenuhi kebutuhan audiensnya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun off penyiaran. (Morissan,2008:210). Persaingan stasiun radio di kota-kota besar saat-saat ini cukup tinggi dalam menarik perhatian para pendengarnya. Stasiun penyiaran radio haruslah membuat program acara radio yang unik dan semenarik mungkin untuk dapat mengambil perhatian supaya diminati dan diikuti banyak khalayak.

Munculnya berbagai program dakwah, khususnya melalui ranah elektronik memiliki kelebihan dapat menjangkau khalayak luas secara bersamaan. Misalnya televisi, banyak rumah produksi yang memproduksi judul sinetron yang bertemakan Islam. Walaupun tujuan awalnya hanya sekedar untuk mengejar rating, namun tak dapat dipungkiri bahwa kegiatan yang mereka lakukan adalah berdakwah.

Penggunaan media radio saat ini sebagai media dakwah merupakan suatu inovasi yang baik karena memiliki jangkauan yang relatif luas, selain itu tidak terbatas ruang dan waktu. Sehingga dapat dinikmati para pendengarnya walaupun ditengah aktifitasnya tanpa perlu lagi bertatap muka langsung dengan penceramah dan dimanapun pendengar berada. Tentu ini merupakan kesempatan bagi radio dalam mengembangkan strategi siaran dakwahnya yang lebih inovatif dan kreatif lagi.

Sebagai wadah dalam media penyiaran islam radio dapat memberikan rangsangan terhadap tingkah laku, maupun tanggapan bagi masyarakat. Informasi sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat sehari-hari, sebab semakin banyak orang berhubungan dengan informasi, maka akan semakin banyak pula ilmu pengetahuan, dan wawasan yang didapat.

Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik (Wahyu,2013:17). Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang lebih baik guna mewujudkan

tujuan dakwah. Dengan begitu, di dalam dakwah tersebut terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan ruang dan waktu. Sementara untuk prakteknya, dakwah adalah kegiatan mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting serta berperan langsung dalam pembentukan persepsi tentang berbagai nilai kehidupan.

Oleh karena itu, dalam pengembangan dan penyebaran dakwah agar lebih tersebar luas yakni menggunakan media dakwah. Pada saat ini dakwah dapat menggunakan media massa salah satunya radio, yang dapat menimbulkan perhatian untuk menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh penceramah. Selain itu, dengan menggunakan media massa bisa lebih cepat, tepat dan efektif dalam menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat.

Menurut Wahyu (2013:26) Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, maupun perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Sebuah stasiun radio dapat mendeskripsikan program dakwah dengan jelas dan menarik, apabila pihak radio menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang profesional. Karena radio merupakan media yang menuntut daya imajinasi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan media yang lainnya. Sebuah program acara harus dapat dideskripsikan dengan baik agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima sepenuhnya oleh audiens. Terlebih lagi program dakwah dalam kondisi *live-performance*.

Menurut George R. Terry dalam Malayu mengungkapkan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sumber daya manusia dan sumber lainnya. (Malayu H, 1986:3)

Dengan penerapan fungsi-fungsi manajemen yang profesional, dapat dipastikan stasiun radio dalam menyiarkan program dakwah tidak akan ditinggalkan oleh pendengarnya. Bahkan program-program dakwah yang disampaikan oleh pihak radio sampai pada pendengar dan menjadi program dakwah acara unggulan pada stasiun radio tersebut serta dapat bersaing dengan program dakwah stasiun radio yang semakin hari semakin bertambah jumlahnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dimana Radio Attaqwa salah satu radio yang menyiarkan program dakwah di wilayah Bekasi. Dengan program siaran dakwah yang paling unggul, sekaligus seluruh acara Radio Attaqwa. Penulis ingin melakukan untuk penelitian yang berjudul **“Strategi Radio Attaqwa dalam Penerapan Program Siaran Dakwah (Studi Kasus Radio Attaqwa 107.7 FM dalam Penerapan Siaran Program Dakwah)”**

## **1.2. Fokus Penelitian**

Sebagai uraian di latar belakang, penulis ingin memfokuskan penelitian pada **“Strategi Radio Attaqwa dalam Penerapan Program Dakwah.”**

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pada fokus penelitian dimaksud, maka pertanyaan penelitian adalah : **Bagaimana Strategi Radio Attaqwa dalam Penerapan Program Dakwah ?**

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penulis ini adalah : untuk mengetahui penerapan program siaran dakwah ;

## **1.5. Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

1. Memberikan keilmuan terutama tentang dakwah melalui media massa elektronik khususnya radio. Sehingga pada akhirnya nanti

diketahui pentingnya radio dalam strategi penerapan program siaran dakwah.

2. Mengetahui langkah-langkah dalam menjalankan strategi penyiaran yang profesional sehingga menghasilkan minat para pendengar.

### **15.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa mengenai penerapan program dan strategi siaran dakwah melalui media radio sebagai bentuk peran aktif umat Islam dalam dakwah.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif secara objektif sebagai radio dalam strategi penerapan siaran program dakwah.

