BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Radio Sebagai Media Dakwah

1. Sejarah Radio FM

a) Munculnya Radio FM

Edwin Howard Armstrong, berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM). Radio penemuan Armstrong berbeda dengan radio yang banyak di pasaran ketika itu yang menggunakan frekuensi AM (amplitude modulasi). Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih, dan bebas dari gangguan siaran.

Armstrong kemudian mendemonstrasikan penemuannya itu kepada David Sarnoff, pimpinan perusahaan Radio Corporation America (RCA) yang merupakan perusahaan pembuat pesawat radio sistem AM, agar dapat dikembangkan lebih lanjut. Namun RCA ternyata lebih tertarik untuk mengembangkan televisi. Karena dialok, Armstrong kemudian menjual hak atas temuannya itu kepada beberapa perusahaan.[11]

Dijelaskan bahwa penemuan bagi kemajuan radio adalah berkat ketekunan tiga orang cendikiawan muda. Diantaranya seorang ahli teori ilmu alam berkebangsaan inggris bernama James Maxwell yang

[11] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm.4-6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhasil menemukan rumus-rumus yang diduga mewujudkan gelombang elektro magnetic yakni gelombang yang digunakan radio dan televisi. Rumus ini ditemukannya pada tahun 1865 pada waktu ia berumur 29 tahun.[12]

Pengembangan radio FM juga tertunda karena kalangan industri ketika itu lebih tertarik untuk mengembangkan televisi. Radio FM baru muncul di masyarakat pada awal tahun 1960-an seiring dengan dibukanya beberapa stasiun radio FM. Stasiun Radio FM memanfaatkan keunggulan suara FM dengan memutar music *Rock*dengan frekuensi FM.

Salah satu stasiun radio di Midwest, Amerika Serikat (AS) bereksperimen dengan mengamati volume penjualan album rekaman pada sejumlah toko penjualan album dan kemudian memutar lagu-lagu yang paling banyak dibeli orang di stasiun radionya.

Hasil eksperimen ini sangat bagus. Pendengar sangat menyukai lagu-lagu yang disiarkan dan lahirlah format siaran radio pertama yaitu, Top 40. Keberhasilan ini kemudian melahirkan berbagai format siaran lainnya yang ternyata juga bagaus.[13]

---

[12]Onong Uchjana Effendy,*Radi Siaran Teori & Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hlm. 21

[13]Morissan, *Manajemen Media Penyiara*..... hlm. 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Penyiaran di Indonesia

Radio siaran di Indonesia semasa penjajahan belanda dahulu mempunyai status swasta. Karena sejak adanya BRV (Bataviase Radio Vereniging), maka muncullah badan-badan radio siaran lainnya NIROM (Nederlandsch indische Radio omroep Mij) di Jakarta, Bandung dan medan.

Perkembangan NIROM yang pesat itu disebabkan pula keuntungannya yang besar dalam bidang keuangan yakni dari "pajak radio". Semakin banyak uang diterima oleh NIROM. Dengan demikian, NIROM dapat meningkatkan daya pancarnya, mengadakan sambungan telepon khusus dengan kota-kota besar dan lain-lain.[14]

Tahun 1925, Prof Komnas dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malabar, Jawa Barat. Kejadian ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM.

Tahun 1930 amatir radio di Indonesia telah membentuk organisasi yang menemukan dirinya NIVERA (*Nederland Indische Vereniging Radio Amateur*) yang merupakan organisasi amatir radio pertama di Indonesia berdirinya organisasi ini disahkan oleh pemerintah Hindia-Belanda.

---

[14]Onong Uchjana Effendy,*Radi Siaran Teori & Praktek*..... hlm. 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gunawan berhasil menyiarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945 dengan menggunakan perangkat pemancar radio sederhana buatan sendiri. Tindakan itu sangat dihargai pemerintah Indonesia. Radio milik gunawan menjadi benda yang tidak ternilai harganya bagi sejarah perjuangan kemerdekaan Indonesia.

Tahun 1950 hingga 1952 amatir radio Indonesia membentuk PARI (Persatuan Amatir Radio Indonesia). Namun pada tahun 1952, pemerintah yang mulai represif mengeluarkan ketentuan bahwa pemancar radio amatir dilarang mengudara kecuali pemancar radio milik pemerintah dan bagi stasiun-stasiun yang melanggar dikenakan sanksi subversif.

c) Sifat Penyiaran

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media masa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan diantara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi, terdapat berbagai perbedaan sifat. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang.[15]

---

[15]Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*..... hlm. 22

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Efendy dalam bukunya Radio Siaran- Teori & Praktik menyebutkan bahwa, karakteristik radio ada dua. *Pertama* karakteristik radio siaran yang meliputi auditori, mengandung gangguan, dan akrab. *Kedua* karakteristik radio pendengarbersifat heterogen, pribadi, aktif, dan selektif:[16]

Adapun karakteristik radio siaran meliputi sebagai berikut:

a. Auditori

Sifat radio siaran adalah auditori, untuk didengar, karena hanya untuk didengar, maka isi siaran yang sampai di telinga pendengar hanya sepintas saja. Ini lain dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah atau media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali.

b. Mengandung gangguan

Setiap komunikasi dengan menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal akan menghadapi dua faktor gangguan. Gangguan yang pertama ialah apa yang disebut "semantic noise factor" dan yang kedua ialah "channel noise factor".

Memang radio siaran tidak merupakan media sempurna. Komunikasi melalui radio siaran tidak akan sesempurna seperti komunikasi antara dua orang berhadapan. Kalau tidak bersifat alamiah, maka gangguan itu besrifat teknis.

---

[16]Harley Prayudha, *Radio penyiaran*, (Surabaya: Bayumedia Publishing, 2006), hlm. 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim. Seorang penyiar radio seolah-olah berada di kamar pendengar yang dengan penuh hormat dan cekatan menghidangkan acara-acara yang menggembirakan kepada pengguni rumah.

Pembagian Format Radio Menurut Peter Pringle sebagai berikut:

Format radio terdiri dari tiga hal diantaranya yaitu :

1. Musik, terdiri dari beberapa hal yaitu :
   a. Adult Contemporary
   b. Album oriented Rock
   c. Beautiful Musik
   d. Classical
   e. Contemporary Hit Radio
   f. Classic Rock
   g. Country
   h. Jazz
   i. Midle of Road
   j. Nostalgia
   k. Oldies
   l. Urban contemporary
2. Informasi
   a. All News

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. All Talk

c. News Talk / Talk News

d. Etnik

3. Khusus

a. Agama

b. Campuran

Format penyajian berita radio terdiri dari:

a. Siaran langsung (*live report*), yaitu reporter mendapatkan fakta atau peristiwa dari lapangan dan pada saat bersamaan melaporkannya dari lokasi.

b. Siaran tunda, dalam hal ini reporter mendapatkan fakta dari lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dahulu sebelum disiarkan. Informasi yang diperoleh ini dapat dikemas ke dalam berita langsung.

Tiga bentuk infotainment radio yang popular di Indonesia adalah:

a. *Info-entertainment* yaitu penyampaian informasi dari dunia hiburan dengan diselingi pemutaran lagu. Proporsi durasi pemutaran lagu sama dengan pembacaan narasi imformasi, meskipun liriknya tidak selalu harus berkaitan.

b. *Infotainment* yaitu penyampain informasi,dan promosidari dunia hiburan yang topiknya menyatu atau senada dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lagu-lagu atau musik yang diputar. Keduanya saling mendukung dengan proporsi seimbang.

c. *Information dan entertainment* yaitu sajian informasi khususnya berisi berita-berita actual dilengkapi perbincangan yang tidak selalu dari khazanah dunia hiburan, diselinggi pemutaran lagu, iklan, dan sebagainya.[17]

Jinggel radio atau radio air promo adalah gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Yujuan produksi jiggle bagi radio adalah untuk mempromosikan keberadaan radio baru di tengah masyarakat, memberikan informasi symbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat pendengar, membentuk citra radio di benak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi awbagai jeda. Selingan, dan sejenisnya.

Ada tiga jenis jinggel, yaitu: pertama, jiggel untuk stasiun radio,*(radio expose)* kedua, jinggel untuk acara radio *(programme expose)*, ketiga, jinggel untuk penyiar radio *(announcer expose)*. Durasi jinggel umumnya antara 5 sampai 15 detik. Prinsip produksi jinggel adalah ia harus mewakili citra radio yang ingin dibentuk dibenak pendengar, memiliki kekhasan materi dan kemasan di bandingkan radio lain, dan dapat dsiarkan berulang-ulang terutama saat pergantian acara.

---

[17]Morissan, *Manajemen Media Penyiara*…… hlm. 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Radio sebagai media dakwah

Media sensasi yang paling dominan adalah media auditif, media visual dan media audio visual. Dari hubungan kedua media ini, lahir tiga macam media, yaitu: **media auditif, media visual,** dan **media audio visual.**

Media auditif (*al-sam'*) tidak banyak jenisnya dibandingkan media visual. Oleh sebab itu al Qur'an menyebut kata *al-sam'* dalam bentuk tunggal tidak bentuk jamak yaitu *al-sum'ah.* media auditif bisa menerima pesan dakwah tanpa memperhatikan arah asalnya. Kita bisa mendengarnya sambil melakukan aktifitas, meski suaranya dari belakang kita. Kata *al-sam'* (pendengaran) yang didahulukan penyebutannya sebelum *al- abshar* (penglihatan) bisa juga diartikan bahwa indera pendengaran merupakan indera pertama yang bekerja sebelum indera penglihatan ketika manusia dilahirkan.[18]Lebih jelasnyamedia auditif yaitu media yang hanya dapat didengar saja, atau media yang hanya memiliki unsur suara, seperti radio dan rekaman suara.[19]

Media visual (*al-abshar*) adalah sarana yang dapat ditangkap oleh mata manusia.[20] Atau media yang hanya dilihat saja, tidak mengandung unsur suara. Yang termasuk ke dalam media ini adalah film slide, foto, trnsparansi, lukisan, gambar, dan berbagai

---

[18]Moh. Ali aziz, *Ilmu Dakwah*.....hlm. 411

[19]http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2250557-pemanfaatan-media-pembelajaran-yang-tepat/#ixzz1rWBEdFPX , diakses 16Januari, 2012

[20]Moh. Ali aziz, *Ilmu Dakwah*.....hlm413

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bentukbahan yang dicetak seperti media grafisenis media ini sangat banyak bahkan lebih banyak lagi dengan kecanggihan teknologi komunikasi seperti yang ditunjukkan oleh al-Qur'an dengan pembentukan jamak: *al-abshar* (jamak/plural) dari *al-bashar* (tunggal/singular). Hampir semua media dakwah didominasi oleh media ini, yakni melibatkan penglihatan manusia. Kepuasan rasa ingin tahu manusia juga sering dipenuhi dengan indera mata.

Media audio visual merupakan gabungan media auditif dan media visual. Kekurangan dalam media auditif maupun media visual dapat ditutup oleh media audio visual. Tingkat efektifitasnya juga jauh lebih tinggi dari kedua media tersebut, sekitar 50% atau lebih (Toha Yahya Omar, 1992: 57).

1. Media Auditif.

   a. Radio.

      Begitu kuatnya media ini sampai dijuluki *the fifth estate* (kekuasaan kelima) setelah surat kabar sebagai kekuasaan keempat (*the fourth estate*) pada sebuah bangsa. Itulah sebabnya setiap kudeta terjadi di sebuah negara, radio selalu dikuasai terlebih dahulu untuk mengumumkannya kepada rakyat.

      Media ini amat penting dijadikan media dakwah sebab media ini memiliki beberapa kelebihan (Efendi, 1986: 173) yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Bersifat langsung. Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana penyampian pesan dakwah melalui pers, majalah, dan sebagainya. Dengan mempersiapkan secarik kertas, pendakwah dapat langsung menyampaikan pesannya di depan mikrofon.
2) Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, ruang pun bagi radio siaran tidak merupakan masalah, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju. Daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau dakwah dengan media lain dapat diatasi dengan media ini.
3) Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni: musik, kata-kata, dan efek suara.
4) Biayanya relatif murah. Di banyak negara di dunia ketiga Asia, Afrika, dan Amerika Latin, radio umumnya telah menjadi media utama yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin.

5) Mampu menjakangkau tempat-tempat terpencil. Di beberapa negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efekrif untuk menghubungkan tempat-tempat terpencil.

6) Tidak terhambat oleh kempuan baca dan tulis. Di beberapa negara Asia, tingkat kemampuan baca-tulis populasinya lebih dari 60%. Jutaan orang tersebut tidak disentuh oleh media massa lain kecuali media radio dengan bahasa mereka.

b. Cassete/Tape Recorder.

Media yang dapat merekam suara pendakwah ini telah berkembang lebih canggih. Tidak lagi menggunakan kaset yang susah dimasukkan ke saku. Sekarang cukup dengan alat sebesar jari kelingking semacam MP3 sudah dapat merekam pesan-pesan dakwah berpuluh-puluh jam. Contoh dakwah penulis di RRI di atas menggambarkan perpaduan siaran radio dan kaset hasil rekaman diputar ulang dan dapat didengar kembali oleh mitra dakwah. Saat ini pun radio dan rekaman bahkan pesawat telpon seluler telah menjadi satu alat yang mungil.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Media Visual

a. Pers

Dalam arti sempit pers adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid dan sebagainya. Sedangkan dalam arti luas meliputi media massa elektronik yaitu televisi dan radio. Pers memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utama media ini adalah:

1) *to inform* (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia,
2) *to comment* (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita.
3) *to provide* (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media.

Pers sebagai media dakwah memiliki beberapa keunggulan, yaitu :

1) Memberikan kesempatan untuk memilih pesan dakwah sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya. Bahkan pembaca lebih lanjut dapat membacanya setiap kali dia ingin dan kapan ia ingin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhenti membacanya. Juga dapat membuat resume jika ia perlu.

2) Tidak terikat oleh suatu waktu dalam mencapai khlayaknya. Bahkan mereka secara bebas dapat melihat kembali material yang telah dibacanya untuk mengingatkannya, atau menguatkan ingatannya, atau dengan kata lain pembaca dapat tetap menyegarkan ingatannya dan dapat menikmati suatu kepuasaan yang pernah dinikmati sebelumnya. Dengan demikian ia dapat menimbulkan efek berganda yang bertumpu pada *accumulative effect*. Hal ini tidak dapat dijumpai pada media yang lain.

3) Dapat mengembangkan suatu topik yang diinginkan. Maksudnya topik yang ada dapat dikembangkan melalui media yang lain misalnya radio, film dan telivisi.

4) Dapat hidup dan berkembang dalam keadaan yang tidak diikat oleh standar tertentu dalam hal isi keseluruhan dibanding pada media yang lainnya. Ia memiliki kelebihan lebih luas dan kebebasan gaya yang lebih besar dalam memenuhi selera pembaca. Materi yang bagaimanapun keadaannya dapat lebih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mudah disalurkan melalui media cetak daripada media film.

5) Memiliki prestise yang tinggi. Justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, media ini dapat membentuk kebiasaan pembaca yang di dalamnya tercakup perhatian dan kesenangan untuk membaca. Atas dasar ini pula maka seseorang akan sangat mudah dipengaruhi oleh bacaannya. (Mujiono, 1990:59)

b. Majalah

Majalah juga memiliki kekuatan pengaruh sebagaimana surat kabar. Klasifikasi majalah dibagi ke dalam lima kategori utama, yakni:

1) *General consumer magazine* (majalah konsumen umum)
2) *Business publication* (majalah bisnis)
3) *Literacy reviews and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah), yaitu terbitan berkala yang berisi kajian-kajian ilmiah yang spesifik dan dalam bidang tertentu
4) *Newsletter* (majalah khusus terbitan berkala)
5) *Public Relations Magazines* (Majalah Humas).[21]

[21]http:www//id.Wikipedia.Org/Wiki/Majalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Poster atau plakat

Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu, poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat. Poster bisa menjadi sarana iklan, pendidikan, propaganda, dan dekorasi. Selain itu, bisa pula berupa salinan karya seni terkenal.[22]

d. Internet

Internet berasal dari kepanjangan *International Connection Networking. International* berarti global atau seluruh dunia; *connection* berarti hubungan komunikasi, dan *networking* berarti jaringan. Dengan demikian, internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta computer) yang terhubung di seluruh dunia.

e. SMS *(Short Message Service)*

SMS atau Layanan Pesan Singkat atau Surat Masa Singkat adalah sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah telepon genggam untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek. Pada mulanya SMS

[22]http://id.wikipedia.org/wiki/Poster

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dirancang sebagai bagian dari GSM, tetapi sekarang sudah didapatkan pada jaringan bergerak lainnya termasuk jaringan UMTS. SMS sangat populer di Eropa, Asia dan Australia. Di Amerika Serikat, SMS secara relatif jarang digunakan.[23]

3. Media Audio Visual

Yang termasuk media Audio Visual (media dengar pandang, artinya bisa didengar sekaligus dipandang) adalah:

a. Televisi

Televisi ialah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*; yang mempunyai arti masing-masing jauh (*tele*) dan tampak (*vision*). Jadi, televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh.

b. Film

Film atau gambar hidup juga sering disebut *movie*. Film, secara kolektif, sering disebut 'sinema'. Gambar-hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk

[23]http://id.wikipedia.org/wiki/Layanan_pesan_singkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan/atau oleh animasi.

Kalau pers bersifat visual semata dan radio bersifat auditif semata, maka film dapat dijadilan media dakwah dengan kelebihannya sebagai audio visual. Keunikan film sebagai media dakwah ini antara lain :

1) Secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak dan samar-samar dan sulit diterangkan dengan kata-kata dapat disuguhkan kepada khalayak lebih baik dan efesien dengan media ini.
2) Media film yang menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.[24]

c. Sinema Elektronik

Sinema Elektronik yang lebih dikenal dengan akronim sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Dalam bahasa Inggris,

[24]http://id.Wikipedia.Org/Wiki/film

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sinetron disebut *soap opera*, sedangkan dalam bahasa Spanyol disebut *telenovela*. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai dengan konflik, seperti layaknya drama atau sandiwara.

d. Cakram Padat

Cakram Padat (bahasa Inggris: *Compact Disc*, disingkat CD) adalah sebuah piringan optikal yang digunakan untuk menyimpan data secara digital. Alat ini sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia. Model-model dakwah bisa direkam dalam CD: CD Shalawat Nabi SAW, CD ceramah agama, CD alunan ayat suci al-Qur'an, bahkan CD mempelajari agama Islam.

4. Pemilihan Media Dakwah.

Sekalipun media dakwah bukan penentu utama bagi kegiatan dakwah, akan tetapi media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah. Pesan dakwah yang penting dan perlu segera diketahui semua lapisan masyarakat, mutlak memerlukan media radio, koran ataupun TV.

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah yang lain, seperti metode dakwah dan logistik dakwah. Pendek kata, pilihan media dakwah sangat terkait dengan kondisi unsur-unsur dakwah.

Unsur dakwah yang paling berpengaruh atas keberadaan media dakwah adalah pendakwah. Hampir semua media dakwah bergantung pada kemampuan pendakwah, baik secara individu maupun kolektif. Kemampuan pendakwah tidak hanya sebatas operasional media, tetapi juga pada pengetahuan dan seni dalam penggunaan media tersebut.

Seringkali pendakwah membutuhkan orang lain atau sebuat tim untuk menyiapkan penggunaan media yang canggih. Jika pendakwah menggunakan radio, maka sudah barang tentu ia membutuhkan orang yang menyiapkan peralatan teknis sampai radio mengudara.

Dengan mengetahui karakteristik media, pendakwah dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media dan mitra dakwahnya. Sebetulnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektifitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu. Sebagai contoh, pesan mengenai peristiwa Hari Kiamat tidak bisa disampaikan melalui film atau sinetron, sehingga media yang paling tepat adalah tulisan. Dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tulisan, daya imajinatif mitra dakwah dapat membantu penjelasan pesan dakwah tersebut.

2. Media dakwah

a) Pengertian Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar (Arsyad, 2006:3). Dalam bahasa Inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata.

Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* (وسيلة) atau dalam bentuk jamak, *wasail* (وسائل)yang berarti alat atau perantara.[25]

Media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan serta dimanfaatkan untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan. Dalam proses dakwah, pemilihan media dakwah yang tepat harus diperhatikan. Karena semakin tepat media dakwah yang digunakan semakin cepat pula tujuan dakwah tercapai. Sebagai alat bantu dakwah, media dakwah mempunyai kedudukan yang sama dengan

[25]Moh. Ali aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2009), hlm.403

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komponen-komponen dakwah yang lain, seperti materi, dan lainnya. [26]

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Karena dakwah adalah merupakan salah satu bentuk aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik itu secara individu maupun bermasyarakat, dari situasi yang tidak baik menjadi situasi yang lebih baik.[27] Di samping itu, dalam al-Qur'an diisyraktkan bahwa dakwah merupakan mengajak segenap umat manusia meyakini dan mengamalkan agama islam dengan benar dan sunggug-sungguh[28].

Lebih lanjut beberapa definisi media dakwah dapat dikemukakan sebagai berikut[29]:

1. A. Hasjmy (1974: 269) menyamakan media dakwah dengan sarana dakwah dan menyamakan alat dakwah dengan medan dakwah.
2. Abdul Kadir Munsyi (1981: 41) media dakwah adalah alat yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat.
3. Asmuni Syukir (1983: 163), media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.
4. Hamzah Ya'qub (1992: 47), media dakwah ialah alat obyektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat.

---

[26]Http:Www//Artikel Ziziheart. *Media Dakwah*.Com Diakses Tgl 22 Nop 2000
[27]M. Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006), hlm.21
[28]Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta, PT Rineka Cipta:2009), hlm.6
[29] Ali AzizMoh. Ali aziz, *Ilmu Dakwah* ..... hlm. 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Wardi Bachtiar (1997: 35), media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah.
6. Syukriadi Sambas (2004: 53), media dakwah adalah instrumen yang dilalui oleh pesan atau saluran pesan yang menghubungkan antara *da'i* dan *mad'u*.
7. Mira Fauziyah (2006: 102), media dakwah adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*".
8. M. Munir dan Wahyu Ilaihi (2006: 32), *wasilah* (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (penerima dakwah)
9. Al-Bayanuni (1993: 282), media dakwah adalah :

   ما يتوصل به إلى تطبيق مناهج الدعوة من أمور معنوية أو مادية

   "Sesuatu yang bersifat fisik dan non-fisik yang bisa mengantarkan pendakwah dalam menerapkan strategi dakwah".

Dari beberapa definisi di atas, maka media dakwah (الدعوةوسيلة)adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah. Seorang pendakwah ingin pesan dakwahnya diterima oleh semua pendengar di seluruh Indonesia,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka ia berdakwah dengan metode ceramah dan dengan menggunakan media radio.

Jika ceramahnya ingin didengar, teks ayat-ayat al-Qur'an yang dikutip bisa dibaca serta ekspressi wajahnya bisa dilihat oleh semua pemirsa di Indonesia bahkan sedunia, maka ia menggunakan media televisi. Jika ingin pesan dakwahnya dibaca orang, maka pendakwah menggunakan media cetak. Dari uraian di atas maka jelaslah perbedaan antara media dan metode dakwah.

b) Jenis-jenis Media Dakwah

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun yang halal bisa digunakan sebagai media dakwah. Alat tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah bila ditujukan untuk berdakwah. Semua alat itu tergantung dari tujuannya. Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya, antara lain sebagai berikut:

1. A. Hasjmy menyebut media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah dan medan dakwah ada enam macam, yaitu: *mimbar* (podium) dan *khithabah* (pidato/ceramah); *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan); *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama); seni suara dan seni bahasa; madrasah dan *dayah* (surau); serta lingkungan kerja dan usaha (1974: 269-270).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Abdul Kadir Munsyi (1981: 41-43) mencatat enam jenis media dakwah: lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audio-visual, perbuatan, dan organisasi.
3. Asmuni Syukir (1983: 168-179) juga mengelompokkan media dakwah menjadi enam macam, yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi-organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan seni budaya.
4. Barmawi Umari (1987: 59-60) tidak menegaskan definisi media dakwah. Ia justru membahasakannya dengan alat dakwah, di samping mengajukan istilah tempat dakwah. Baginya, alat dakwah digolongkan dalam empat kelompok: lisan, lukisan, tulisan, dan perbuatan. Dari keempat kelompok ini, teruraikan 52 alat dakwah.
5. Hamzah Ya'qub (1992: 47-48) menyebut lima macam media dan metode dakwah yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visuil, dan akhlak. Ia menyamakan media dan metode dakwah. Klasifikasi ini juga dikutip oleh M. Munir dan Wahyu Ilaihi (2006: 32).
6. Syukriadi Sambas (2004: 53-54) menyatakan bahwa ada dua instrumen utama dakwah, yaitu seluruh diri pendakwah (*da'i*) dan di luar diri pendakwah.
7. Mira Fauziyah (2006: 102-103) juga membagi media dakwah menjadi dua macam: media dakwah eksternal (media cetak,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media auditif, media visual, dan media auditif visual) dan media dakwah internal (surat, telepon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).

8. Al-Bayanuni (1993: 283-284) hanya memilah media dakwah menjadi dua, yaitu media materi (*madiyyah*) dan non-materi (*ma'nawiyyah*). Yang disebut media materi adalah segala yang bisa ditangkap panca indera untuk membantu pendakwah dalam dakwahnya, seperti ucapan, gerakan, alat-alat, perbuatan, dan sebagainya. Jika tidak bisa ditangkap panca indera yaitu berupa perasaan (hati) dan pikiran, maka dinamakan media non-materi, seperti keimanan dan keikhlasan pendakwah.

Dalam Ilmu Komunikasi, media dapat juga diklasifikasi menjadi tiga macam yaitu:

1. Media Terucap (*The spoken Words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telpon dan sejenisnya.
2. Media Tertulis (*The Printed Writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar dan sejenisnya.
3. Media Dengar Pandang (*The Audio Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi dan sejenisnya.

Selain itu, ada yang mengklasifikasi jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi) dan media moderen (dengan teknologi komunikasi). Klasifikasi jenis media dakwah di atas tidak terlepas dari dua media penerimaan informasi yang dikemukakan oleh al-Qur'an dalam surat al-Nahl ayat 78, al-Mu'minun ayat 78, al-Sajdah ayat 9al-Ahqaf ayat 26, dan al-Mulk ayat 23, yakni: media sensasi dan media persepsi.

1. Al-Nahl ayat 78.

وَٱللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّنۢ بُطُونِ أُمَّهَٰتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْـًٔا وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۙ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

"Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur".

2. Al-Mu'minun ayat 78

وَهُوَ ٱلَّذِىٓ أَنشَأَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۚ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

﴿٧٨﴾

"Dan Dialah yang telah menciptakan bagi kamu sekalian, pendengaran, penglihatan dan hati. Amat sedikitlah kamu bersyukur".

3. Al-Sajdah ayat 9

ثُمَّ سَوَّىٰهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِۦ ۖ وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۚ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

"Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Al-Ahqaf ayat 26

وَلَقَدْ مَكَّنَّٰهُمْ فِيمَآ إِن مَّكَّنَّٰكُمْ فِيهِ وَجَعَلْنَا لَهُمْ سَمْعًا وَأَبْصَٰرًا
وَأَفْـِٔدَةً فَمَآ أَغْنَىٰ عَنْهُمْ سَمْعُهُمْ وَلَآ أَبْصَٰرُهُمْ وَلَآ أَفْـِٔدَتُهُم مِّن شَىْءٍ
إِذْ كَانُوا۟ يَجْحَدُونَ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِ وَحَاقَ بِهِم مَّا كَانُوا۟ بِهِۦ يَسْتَهْزِءُونَ
﴿٢٦﴾

"Dan Sesungguhnya Kami telah meneguhkan kedudukan mereka dalam hal-hal yang Kami belum pernah meneguhkan kedudukanmu dalam hal itu dan Kami telah memberikan kepada mereka pendengaran, penglihatan dan hati; tetapi pendengaran, penglihatan dan hati mereka itu tidak berguna sedikit juapun bagi mereka, karena mereka selalu mengingkari ayat-ayat Allah dan mereka telah diliputi oleh siksa yang dahulu selalu mereka memperolok-olokkannya".

5. Al-Mulk ayat 23

قُلْ هُوَ ٱلَّذِىٓ أَنشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۖ قَلِيلًا
مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٢٣﴾

Katakanlah: "Dia-lah yang menciptakan kamu dan menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati". (tetapi) amat sedikit kamu bersyukur.

B. Kerangka Teori

Teori mengenai media massa sangat dipengaruhi oleh berbagai cara pandang (prespektif) yang juga berbeda. Perbedaan pendekatan antara masyarakat yang memliki orientasi politik progresif (kelompok kiri) dan masyarakat yang cenderung konservatif (kanan) sangat sering memberikan pengaruhnya dalam merumuskan teori mengenai engenai media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lazarsfeld (1941) menyebut dua hal sebagai orientasi administratif dan orientasi kritis. Teori kritis yaitu meneliti masalah-masalah dan kesalahan-kesalahan yang terkait dengan tidndakan media dan menghubungkannya dengan isu-isu sosial yang berkembang. Adapun teori terapan yaitu bertujuan untuk menggunakan suatu pengertian dari proses komunikasi untuk mengatasi masalah-masalah yang terkait dengan penggunaan komunikasi massa secara lebih efektif.

Teori-teori mengenai media dan komunikasi massa juga dapat dibedakan antara teori-teori yang lebih focus pada dunia budaya dan ide-ide (media kultural) serta teori-teori yang memberikan perhatian lebih besar pada kekuatan materi (media material). Pembagian ini berhubungan erat dengan dimensi-dimensi, seperti humanis versus ilmu penegetahuan, kualitatif versus kuantitatif, dan subjektif versus objektif.[30]

Dengan demikian penelitian ini menggunakan "**teori media kultural**" teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962 dalam tulisannya The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri.

---

[30] Morisson, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid. *Teori Komunikasi Massa,* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Misalnya dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak, ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik.

McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa "Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk.[31]

Semua orang belajar, merasa dan berpikir terhadap apa yang akan kita lakukan karena pesan yang diterima teknologi komunikasi menyediakan untuk itu. Artinya, teknologi komunikasi menyediakan pesan dan membentuk perilaku kita sendiri. Radio menyediakan kepada manusia lewat indera pendengaran (audio), sementara televisi menyediakan tidak hanya pendengaran tetapi juga penglihatan (audio visual). Apa yang diterpa dari dua media itu masuk

[31]http://nurudin.staff.umm.ac.id/category/teori-komunikasi-massa, diakses oleh Rajawali Pers, Jakarta 2007

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ke dalam perasaan manusia dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari kita. Selanjutnya, kita ingin menggunakannya lagi dan terus menerus. Bahkan McLuhan sampai pada kesimpulannya bahwa media adalah pesan itu sendiri (the medium is the message).

Media tak lain adalah alat untuk memperkuat, memperkeras dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru yang kita betul-betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia. Misalnya, ambil sebuah buku. Dengan buku itu seseorang bisa memperluas cakrawala, pengetahuan, termasuk kecakapan dan kemampuannya. Seperti yang sering dikatakan oleh masyarakat umum, dengan buku, kita akan bisa "melihat dunia".[32]

Mengikuti teori ini, ada beberapa perubahan besar yang mengikuti perkembangan teknologi dalam berkomunikasi. Masing-masing periode sama-sama memperluas perasaan, dan pikiran manusia. McLuhan membaginya ke dalam empat periode. Di dalam masing-masing kasus yang menyertai perubahan itu atau pergerakan dari era satu ke era yang lain membawa bentuk baru komunikasi yang menyebabkan beberapa macam perubahan dalam masyarakat.

Pertama-tama adalah era kesukuan. Era ini kemudian diikuti oleh era tulisan, kemudian era mesin cetak dan terakhir adalah era media elektronik dimana kita berada sekarang. Bagi masyarakat

[32]http://nurudin.staff.umm.ac.id/category/teori-komunikasi-massa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

primitif di era kesukuan, pendengaran adalah hal yang paling penting. Peran otak menjadi sangat penting sebagai wilayah yang mengontrol pendengaran. Dengan pengenalan huruf lambat laun masyarakat berubah ke era tulisan.[33]

Era ini menduduki kekuatan penglihatan sepenting pendengaran. Dengan memasuki era tulisan terjadi perubahan yang penting dan perasaan serta pikiran manusia semakin diperluas. McLuhan menyebutkan bahwa perubahan dengan penggunaan tulisan sebagai alat berkomunikasi menjadi pendorong munculnya ilmu matematika, filsafat dan ilmu pengetahuan yang lain.

C. Kajian yang Terkaitatau penelitian terdahulu yang relevan

Dari penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, dimana masing-masing peneliti mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam penelitian.

1. "Opini pendengar radio suara Surabaya di Kecamatan Wonocolo Surabaya terhadap program renungan fajar" disusun oleh Ulfatur Rosyidah, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, fakultas dakwah IAIN Surabaya, pada tahun 2004. Adapun data yang dihasilkan oleh Ulfatur Rosyidah adalah meneliti opini pendapat para pendengar radio suara Surabaya di Kecamatan Wonocolo Surabaya.

---

[33]Onong Uchjana Effendy,*Radi Siaran Teori & Praktek*.....hlm. 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari berbagai macam hasil penelitian diatas, mempunyai beberapa persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang peneliti gunakan. Persamaanya yaitu sama-sama menggunakan radio sebagai media dakwah.

Adapun perbedaanya kalau penelitian terdahulu memfokuskan pada program renungan fajar di radio suara Surabaya bagaimana pendapatmasyarakat Wonocolo mengenai program tersebut. Sedangkan penelitian saya berfokus pada bagaimana ketertarikan masyarakat Wonocolo Surabaya terhadap siaran program keluarga sakinah Radio SAS FM.

2. "Pengaruh siaran keagamaan dialog interaktif di Radio JTFM terhadap peningkatan ukhuwah islamiyah masyarakat pengrajin sandal desa wedoro kecamatan weru kabupaten sidoarjo", disusun oleh Linda Azimah, jurusan Kmunikasi Penyiaran Islam, fakultas Dakwah IAUN sunan Ampel Surabaya, pada tahun 2006.

   Dalam penelitian ini meneliti tentang pengaruh siaran keagamaan yang diputar di Radio JTFM sebagai media dakwah mengingat maraknya berbagai yang diberikan kepada media massa sehingga membawa perubahan kepada masyarakat.

   Sedangkan penelitian saya membahas tentang radio sebagai media dakwah, yaitu membahas tentang kajian daya tarik program keluarga sakinah Radio SAS FM bagi masyarakat Wonocolo.

   Penelitin di atas mempunyai kesamaan dengan penelitian terdah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id