STRATEGI DAKWAH RADIO SUARA MUSLIM SURABAYA DALAM PROGRAM MOZAIK

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

SYAYIDATUL UMROH

NIM. B71214060

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2018

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Syayidatul Umroh

NIM : B71214060

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat : Pumpungan 4 no 48-a Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 15 Januari 2018

Syayidatul Umroh
B71214060

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Syayidatul Umroh ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi
Surabaya, 22 Januari 2018
Mengesahkan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan,

Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si
NIP. 195801131982032001

Penguji I,

H. Fahrur Razi, S.Ag, M.HI
NIP. 196906122006041018

Penguji II,

Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, MA
NIP. 197308212005011004

Penguji III,

Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP.196912041997032007

Penguji IV,

Wahyu Ilaihi, MA
NIP. 1978040220080126

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Syayidatul Umroh

NIM : B71214060

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik

Skripsi ini telah di periksa dan di setujui untuk diajukan

Surabaya, 15 Januari 2018

DosenPembimbing,

H.Fahrur Razi, S.Ag, M.HI
NIP. 196906122006041018

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syayidatul Umroh
NIM : B71214060
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan komunikasi / komunikasi
E-mail address : sayidatulumroh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
STRATEGI DAKWAH SUARA MUSLIM SURABAYA DALAM PROGRAM MOZAIK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 februari 2018

Penulis

(Syayidatul Umroh)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Syayidatul Umroh, NIM B71214060, 2018 ***"Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik"*** Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Program Mozaik

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik.

Untuk mengidentifikasi persoalan tersebut, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Kemudian data yang digunakan berupa hasil dari wawancara tak terstruktur, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif sehingga data yang diperoleh mengenai Strategi Dakwah radio suara muslim dalam Program Mozaik lebih mendalam.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik yakni dengan menggunakan strategi sentimentil dimana strategi yang dituju kepada para muslimah. Dalam strategi dakwah ini juga menggunakan strategi komunikasi efektif yaitu: (1) mengenal khalayak dengan cara melakukan *Forum Group Discussion* dan melakukan *survey* (2) menyusun pesan dengan cara memilih *issue* yang lagi trend yang terkait dengan perempuan dan Narasumber dalam menyampaikan pesan Program Mozaik menggunakan gaya bahasa yang ringan, lugas yang sesuai dengan sasaran pendengar dan juga menetapkan metode dalam Program Mozaik dengan cara mempersuasi dan mengedukasi para pendengar dengan pesan-pesan yang ada didalam Program Mozaik. Dengan model dakwah *talkshow* muslimah yang menggunakan narasumber muslimah yang hebat dan berwawasan luas serta menggunakan *host* penyiar muslimah yang kreatif.

Adapun rekomendasi untuk penelitian yang berikutnya agar peneliti lain dapat mengkaji strategi dakwah dalam program yang berbeda di Radio Suara Muslim Surabaya.

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

DAFTAR ISI

COVER ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
PERTANGGUNG JAWABAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Definisi Konsep 7
F. Sistematika Pembahasan 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoretik 12
1. Pengertian Strategi Dakwah 12
2. Bentuk-bentuk Strategi Dakwah 18
3. Media Dakwah 21
4. Jenis-jenis Media Dakwah 22
5. Pemilihan Media dalam Berdakwah 23
6. Dakwah Melalui Media Radio 24
B. Kerangka Teori 32
1. Mengenal Khalayak 33
2. Menyusun Pesan 35
3. Menetapkan Metode 37
4. Seleksi dan Penggunaan Media 38
C. Penelitian Terdahulu dan Relavan 39

BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 46
B. Kehadiran Peneliti 47
C. Sumber Data 39
D. Tahapan Penelitian 41
E. Teknik Pengumpulan Data 47
F. Teknik Analisis Data 50
G. Teknik Pengecek Keabsahan Data 59

BAB IV PENYAJIAN DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Setting Penelitian 63
B. Sejarah Radio Suara Muslim Surabaya 63

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. Profil Program Mozaik 71
D. Penyajian Data 75
E. Temuan Penelitian 89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 98
B. Saran 99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

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

DAFTAR TABEL

Table 1.1 42

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi akhir-akhir ini, dunia dihadapkan pada cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media penyampaian informasi kepada khalayak, sepertinya tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini seharusnya dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah islam.

Agama Islam merupakan agama yang *Rahmatan lil Alamin*, yang disampaikan oleh Rasulullah Muhammad SAW melalui wahyu yang diterimanya dari Allah SWT melalui perantara malaikat jibril, Sebagai proses penyampaian agama Islam, orang-orang mengenal dengan sebutan dakwah.

Islam dan dakwah adalah dua hal yang tak terpisahkan. Islam tidak akan maju dan berkembang bersyi'ar dan bersinar tanpa adanya upaya dakwah. Semakin gencar upaya dakwah dilaksanakan semakin bersyi'arlah agama islam, semakin kendor upaya dakwah semakin redup pula cahaya islam dalam masyarakat. *Latsaal-islam illa bi al-da'wah,* demikianlah sebuah kata bijak mengungkapkan dalam buku kyai prostitusi.[1]

[1] Sunarto, *Kiai Prostitui Pendekatan Dakwah KH.Khoiron Suaib di Lokalisasi Surabaya* (Surabaya: Jaudar Press, 2012), h.15

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

Ditinjau dari segi bahasa " *da'wah*" berarti : panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut *masdar*, sedangkan bentuk kata kerja *fi'il* nya adalah berarti memanggil, menyeru atau mengajak *da'a, yad'u, da'watan*. Sedangkan menurut istilah Prof Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.[2] Karena itu sudah menjadi tugas umat muslim, seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam surat Ali Imron ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dan hendaklah diantara di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dariyang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.[3]

Dengan demikian pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan ummat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah SWT, dengan menjalankan syari'at-Nya sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia maupun di akhirat. [4]

---

[2] Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al Munawwir* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), h. 406-407
[3] Dapartemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya (*Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h.63
[4] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 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

Pada hakikatnya dakwah dapat dilaksanakan oleh siapa saja (umat). Namun dalam praktek, umumnya dakwah dilakukan oleh para juru dakwah atau muballigh/muballighoh. [5]

Dakwah bil lisan atau yang biasa disebut dakwah melalui lisan atau perkataan adalah salah satu metode penyampaian dakwah melalui lisan. Dakwah tidak hanya terdapat pada dakwah bil lisan akan tetapi dakwah, tabligh atau khotbah tidak hanya di mimbar saja akan tetapi dengan berkembangnya di zaman modern ini dakwah juga harus dilakukan dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada saat ini seperti adanya teknologi radio.

Seiring dengan semakin canggih dan modernnya berbagai macam teknologi informasi, dampak kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi. Menuntut adanya pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan profesional sesuai dengan tuntutan era globalisasi.[6]

Oleh karena itu dakwah dalam era modernisasi ini, para dai harus lebih pandai dalam menyesuaikan diri dan pandai memanfaatkan media-media tersebut. Salah satunya yaitu media radio.

Dakwah menggunakan media dan teknologi akan tercapai secara maksimal apabila pelaku dakwah memperhatikan situasi sosial, mitra dakwah atau mad'u, juga konten dakwah yang disampaikan.

---

[5] Gentasri Anwar, *Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1995), h. 23
[6] Ahmad Buwaety, *Dakwah dan Media Elektronik* (http://bimaislam.depag.co.id), diakses 9 oktober 2017

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

Dalam hal ini, radio telah menjadi sarana manusia untuk menjalin komuikasi dalam segala hal. Meski demikian, selain sebagai media penyampaian berita, tidak sedikit radio sebagai sarana mempengaruhi ruang kesadaran orang, agar memiliki kesamaan perspektif dalam melihat sesuatu. Salah satunya radio juga sebagai sarana yang tepat untuk berdakwah.

Dakwah melaui radio sangatlah cukup efektif, jika dakwah melalui radio menyusun beberapa rencana yang bagus. Di dalam aktivitas dakwah juga memiliki beberapa strategi dakwah. Diantaranya yakni *strategi tilawah* (membacakan ayat-ayat Allah), *strategi tazkiyah* (mensucikan jiwa), *strategi ta'lim (mengajarkan al-qur'an dan al hikmah)*[7]

Diantara ketiga strategi tersebut, strategi dakwah yang biasa digunakan dengan media radio adalah strategi tilawah, dengan strategi ini mitra dakwah diminta untuk mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah. Demikian merupakan transfer pesan dakwah dengan lisan dan tulisan. Strategi Tilawah lebih banyak pada ranah kognitif (pemikiran) yang transformasinya melewati indra pendengaran (*al-sam*) dan indra penglihatan (*al-abshar*) serta ditambah akal yang sehat (*al-af'idah*). Demikian yang dapat dipahami dari surat al-mulk ayat 23:

قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۖ قَلِيلًا مَا تَشْكُرُونَ

[7] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 32-33

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

"Katakanlah Dia-lah yang menciptakan kamu dan menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati(tetapi) amat sedikit kamu bersuykur".[8]

Untuk menggapai komunikasi dakwah yang baik dalam suatu media radio, tidak jauh adalah dengan mengatur suatu penempatan program yang baik juga, bahkan strategi khusus pun juga sangat dibutuhkan dalam mencapai target pendengar yang baik. Karena setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategis yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki.[9] Oleh karena itu strategi komunikasi dakwah menggunakan radio sangatlah menunjang keberhasilan suatu program.

Saat ini sudah banyak sekali stasiun radio yang ada di Surabaya dan memilik visi dan misi tersendiri dan memiliki berbagai macam program siaran. Dan banyak pula radio yang memiliki latar belakang religi, hiburan, edukasi dan lain-lain. Namun banyak sekali program radio yang berlatar belakang religi melakukan program yang tidak interaktif. Berbeda lagi dengan salah satu radio yang ada di Surabaya yang berlatar belakang menyiarkan agama islam yaitu, stasiun Radio Suara Muslim Surabaya. Radio suara muslim memiliki program yang interaktif dan tidak interaktif namun banyak memiliki program yang interaktif, radio ini juga berperan penting dalam mencerahkan, menyejukkan, dan menyatukan islam.

Salah satu program siaran Suara Muslim Surabaya yang diteliti yakni Program "Mozaik". Program Mozaik merupakan program talkshow yang membahas tema seputar problematika, fenomena, wacana, peristiwa kekinian yang berkaitan dengan perempuan atau muslimah. Dibahas secara ringan dan

[8]Dapartemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya (*Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 562
[9]Morissan, *Managemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 236

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

cerdas, bersama narasumber ahli yang memiliki kompetensi dibidang yang menjadi topik pembahasan. Melibatkan pendengar untuk menyampaikan opini atau pertanyaan. Program ini bertujuan untuk membentuk muslimah menjadi yang berwawasan luas, peka dengan persoalan disekitar, serta terampil menghadapi kehidupan.

Dari paparan di atas sudah jelas, maka berdakwah melalui media sangatlah penting dalam meneruskan tugas dakwah keseluruh ummat, sebab media komunikasi sangatlah mudah menjadi sarana berdakwah di semua sasaran *mad'u* yang diinginkan, seperti media dakwah melalui radio yang digunakan untuk media berdakwah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang fenomena dakwah yang telah dipaparkan di atas, maka pokok permasalahan yang dijadikan obyek kajian penelitian ini adalah bagaimana strategi yang digunakan radio suara muslim surabaya dalam program mozaik:

1. Apa Program Mozaik Radio Suara Muslim Surabaya?
2. Bagaimana Strategi dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam program mozaik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui siaran program mozaik

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. Untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan Radio Suara Muslim Surabaya dalam Penyampaian Pesan Program "Mozaik".

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan bagi para pelaku dakwah baik perorangan maupun kelompok, dalam menemukan strategi yang tepat untuk mengatasi masalah berdakwah dengan memanfaatkan media elektronik pada Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Secara teoretis

a. Untuk menambah pengetahuan untuk strategi dakwah di radio bagi para akademisi dan praktisi khususnya Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

b. Untuk menambah pengetahuan tentang beberapa faktor yang mendukung dan menghambat perjalan dakwah di radio bagi para akademisi dan praktisi khususnya program studi Komunikasi Penyiaran Islam.

E. Definisi Konsep

1. Strategi Dakwah

Kata strategi berasal dari bahasa yunani klasik yaitu "*stratos"* yang artinya tentara dan kata *"Agein"* yang berarti memimpin. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang jenderal *(The*

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

Art of general), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memerangkan peperangan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[10]

Secara etimologis perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti: seruan-ajakan-panggilan. Dengan demikan secara etimologis (logat) pengertian dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhui ajakan tersebut.[11]

Dakwah juga merupakan proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran islam). Menurut Syeikh Ali Mahfudz juga mengungkapkan dakwah adalah mendorong manusia pada kebaikan dan petunjuk, memerintahkan perbuatan yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.[12]

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.[13] Strategi dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman memperbesar keunggulan dan peluang, karena

---

[10] Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Rosdakarya, 1997), h. 32
[11] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 31
[12] Asep Muhidin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 32
[13] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), h. 349

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

strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Strategi dakwah artinya siasat, taktik, yang merupakan seni dalam menentukan rancangan bangunan sebuah perjuangan (pergerakan) dalam melaksanakan dakwah.[14]

Menurut Asmuni Syukir strategi dakwah artinya siasat atau taktik yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah yang mana penggunaanya harus memperhatikan beberapa azaz-azaz dakwah terlebih dahulu. Adapun azaz-azaz yang perlu di perhatikan dalam usaha dakwah adalah

a. Azaz Filosofis : azaz ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah.
b. Azaz kemampuan dan keahlian dai (*Achievement and Proffesioanal*)
c. Azaz sosiologis azaz ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah.
d. Azaz *psychologis*, azaz ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwan manusia.
e. Azaz efektifitas dan efisiensi, azaz ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menseimbangkan antara biaya,waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan

[14] Didin Hafinuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998) h.71

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

kalau bisa waktu, biaya, dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin.[15]

Oleh karena itu strategi dalam berdakwah sangatlah penting dalam suksesnya dakwah seseorang. Dengan begitu di dalam Radio Suara Muslim Surabaya juga memilik strategi untuk menyampaikan pesan dakwah untuk *mad'u.*

2. Program Mozaik

Program mozaik adalah program talkshow yang membahas tema seputar problematika, fenomena, wacana, peristiwa kekinian yang berkaiatan dengan perempuan atau muslimah. Dibahas secara ringan dan cerdas, bersama narasumber ahli yang memiliki kompetensi dibidang yang menjadi topik pembahasan melibatkan pendengar untuk menyampaikan opini atau pertanyaan. Program ini bertujuan untuk membentuk muslimah yang berwawasan luas, peka dengan prsoalan disekitar, dan terampil luas, peka dengan persoalan di sekitar, dan terampil menghadapi kehidupan.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan dalam proposal ini, maka penulis akan menyajikan pembahasan dalam beberapa bab yang sistematikanya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, Merupakan tahapan awal dasar dari proposal penelitian ini. Yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah,

[15] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983) h.32

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

tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, Dalam bagian ini berisi tentang kerangka teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penelitian kualitatif kajian kepustakaan diarahkan pada penyajian informasi terkait yang mendukung gambaran umum tentang fokus penelitian.

Bab III Penyajian Data, Metode penelitian, pada bab ini memuat uraian secara rinci tentang metode dan langkah-langkah penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, unit analisis, tahapan penelitian, teknik pengumpulan, teknik analisis, dan teknik keabsahan data.

Bab IV Analisis Data, Bab ini tentang laporan hasil penelitian, megenai data dan fakta obyek penelitian dan jawaban dari rumusan masalah yang ada dan yang didasarkan pada hasil pengamatan, dokumentsi dan lain-lain.

Bab V Penutup, Pada bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan. Kesimpulan harus sinkron dengan rumusan masalah baik dalam hal urutan atau jumlahnya. Di samping itu dalam bab ini juga disajikan saran yang ditunjukkan bagi para peneliti selanjutnya berkaitan dengan hasil penelitian ini.

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoretik

1. Pengertian Strategi Dakwah

a. Definisi strategi

Strategy is a way to achieved clearly specified goals with a combination of means and in a certain time period. By anticipating we try to predict what the appointments, one self and or nature can do

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan yang jelas dengan kombinasi antara cara dalam jangka waktu tertentu dengan mengantisipasi bahwa kita mencoba untuk memprediksi apa yang dapat dilakukan oleh seseorang dengan menggunkan cara tersebut.[16]

Dalam kegiatan komunikasi, Effendi mengartikan strategi sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Ia tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang ditempuh, tetapi juga berisi taktik operasionalnya. Ia harus didukung teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi tersebut, segala sesuatu harus memperhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lassell, Yaitu *who says what in which channel to whom with wath effect* (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).[17]

[16] Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah* (Malang: Umm Press, 2010), h. 127
[17] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: kencana, 2004), h. 351

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

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen yang berisi kegiatan yang didesain untuk mencapai suatu tujuan.[18] Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[19]

Strategi berasal dari bahasa Yunani: *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin).

Menurut Halim, strategi ialah sebuah seni dalam menentukan rancangan untuk membangun sebuah perjuangan (pergerakan) yang dapat dijadikan siasat yang biasanya lahir dari pemikiran penelitian, pengamatan seseorang untuk mencapai tujuan.[20]Sedangkan tahapan dalam strategi dakwah menurut Fred R David mengatakan bahwa dalam proses strategi ada tahapan-tahapan yang harus ditempuh yaitu:

1) Perumusan strategi

Pada tahap ini adalah proses merencanakan dan menyeleksi berbagai strategi yang akhirnya menuntun pada pencapaian misi dan tujuan organisasi.

[18] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 349
[19] Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Rosdakarya,1997), h. 32
[20] A.Halim, *Strategi Dakwah yang Terabaikan dalam jurnal Ilmu Dakwah* (Surabaya: Fakultas Dakwah Iain Sunan Ampel, 2002), h. 43

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) Implementasi strategi

Implementasi strategi disebut sebagai tindakan dalam strategi, karena implementasi berarti memobilitasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan. Agar tercapai kesuksesan dalam implementasi strategi maka dibutuhkan disiplin, motivasi, dan kerja keras.

2) Evaluasi strategi

Evaluasi Strategi adalah proses dimana manager membandingkan antara hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan. Tahap akhir dalam strategi adalah mengevaluasi strategi yang telah dirumuskan sebelumnya.[21]

b. Definisi dakwah

Secara etimologis perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti: seruan-ajakan-panggilan. Dengan demikan secara etimologis (logat) pengertian dakwah dan tabligh itu merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.[22]

Dakwah juga merupakan proses pemberian motivasi untuk melakukan pesan dakwah (ajaran islam). Menurut Syeikh Ali Mahfudz dalam buku Asep Muhidin Dakwah dalam Perspektif Al-Quran juga mengungkapkan dakwah adalah mendorong manusia pada kebaikan dan petunjuk,

[21] Fred.R David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), h. 5
[22] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 31

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

memerintahkan perbuatan yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.[23]

Selain itu pengertian dakwah tidak lepas dari definisi yang diberikan oleh para ahli diantaranya adalah Jamaludin Kafie "dakwah ialah suatu strategi penyampaian nilai-nilai islam kepada umat manusia demi terwujudnya tata kehidupan yang imani dan realitas hidup yang islami".

Syekh Ali Makfudz "dakwah ialah menghasung manusia menuju kebaikan dan petunjuk serta menyeru kepada kebenaran dan mencegah kemungkaran agar mereka bahagia di dunia dan akhirat"

Toha Yahya Oemar "dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akirat"

Abu Bakar Atjeh "dakwah ialah seruan kepada seluruh manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik"

Masdar Helmi "dakwah ialah mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah termasuk amar ma'ruf nahi munkar untuk bisa memeroleh kebahagiaan dunia dan akhirat"[24]

Adapun menurut beberapa pakar klasik antara lain Prof. Toha Yahya Oemar menyataka bahwa dakwah islam adalah mengajak umat dengan bijaksana kepada jalan yang benar sesuai perintah Allah SWT untuk

[23] Asep Muhidin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 32
[24] Ibid, h. 33

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

kemaslahatan di dunia dan akhirat. Sedang Syaih Ali Makhfudz menyatakan bahwa dakwah ialah mendorong manusia agar berbuat baik dan mengikuti petunjuk, menyeru berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Kemudian Hamzah ya'qub menyatakan bahwa dakwah islam adalah mengajak umat manusia dengan hikmah untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Selanjutnya Syaikh Muhammad Abduh menyatakan bahwa dakwah islam adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran sebagai yang diwajibkan kepada umat islam.[25]

c. Strategi Dakwah

Hal terpenting dalam penyelenggaraan dakwah agar tujuan dakwah dapat tercapai adalah persoalan strategi dakwah. Strategi dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan pada tahap perencanaan. Strategi dakwah meliputi penentuan Metode dakwah, penentuan pesan-pesan dakwah (materi), pemilihan media dakwah dan juga menyangkut persoalan bagaimana dakwah dilaksanakan.

Dalam menentukan media dakwah misalnya, juru dakwah dituntut memilih media yang tepat dalam situasi konflik. Secara umum media dakwah meliputi lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, hari-hari besar islam, media massa (radio TV, surat kabar, majalah), organisasi-organisasi islam.

[25] Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya, *Perkembangan Keilmuan Dakwah Islam Dalam Tinjauan Metodologi:* UIN Suanan Ampel press 2016, h. 6-7

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

Pembahasan strategi dakwah ini sangat membantu dalam kegiatan dakwah dan harus dipersiapkan oleh juru dakwah, karena dengan menggunakan strategi dakwah, pelaksanaan dakwah akan lebih terarah dan akan banyak membantu dalam pencapaian keberhasilan tujuan aktifitas dakwah.[26]

Adapun pengertian strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.

Menurut Asmuni Syukir Strategi Dakwah adalah siasat atau taktik yang di pergunakan dalam aktivitas dakwah yang mana penggunaanya harus memperhatikan beberapa azaz-azaz tertentu. Adapun azaz-azaz yang perlu di perhatikan dalam usaha dakwah adalah:

1) Azaz filosofis : azaz ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah.
2) Azaz kemampuan dan keahlian Dai (*Achievement and Proffesioanal*)
3) Azaz sosiologis azaz ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah.
4) Azaz psychologis, azaz ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwan manusia.
5) Azaz efektifitas dan efisiensi, azaz ini maksudnya adalah di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan

[26] Jurnal dakwah, IAIN Sunan Kalijaga, *Kontektualisasi Misi Dakwah Islam*, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2000, h. 27.l

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

kalau bisa waktu, biaya, dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin.[27]

Melihat azas-azas strategi dakwah diatas, seorang dai perlu sekali memiliki pengetahuan-pengetahuan yang erat hubungannya dengan azas-azas tersebut. Adapun ilmu-ilmu yang sekurang-kurangnya harus dimiliki seorang dai antara lain tentang:

1) Kepribadian seorang dai
2) Tujuan-tujuan dakwah
3) Materi dakwah
4) Masyarakat sebagai obyek dakwah
5) Metodologi dakwah, dan
6) Media dakwah.[28]

Dalam menentukan desain strategi dan struktur dakwah, maka manajer dakwah harus jeli dalam melihat kondisi *mad'u*, sehingga aktivitas dakwah akan lebih mantap, efisien, serta mampu melakukan kendali-kendali ketat yang ada ada dalam segala aktivitas dakwah.

2. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah

Bentuk Strategi Dakwah, menurut Al-Bayanuni ada 3, yaitu sebagai berikut:

[27] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 32
[28] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 32-33

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

a. Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*)

Strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkah perasaan dan batin mitra dakwah.

Metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para mualaf, (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim, dan sebagainya. Strategi sentimentil ini diterapkan oleh Nabi SAW, saat menghadapi kaum musyrik Mekkah.

b. Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqli*),

Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*) adalah dakwah dengan beberapa methode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. Dalam kitab Al-Qur'an mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain:

1) *Tafakkur*, ialah menggunakan untuk mencapainya dan memikirkannya.
2) *Tadzakkur*, ialah menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan.
3) *Nazhar*, ialah mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada objek yang sedang diperhatikan.
4) *Taammul*, ialah mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya.

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) *I'tibar*, ialah bermakna perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang lain.
6) *Tadabbur*, ialah suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah.
7) *Istibshar*, ialah mengungkap sesuatu atau menyikapnya, serta memperlihatkan kepada pandangan hati.

c. Strategi Indrawi (*al-manhaj al-'bissi*)

Strategi indrawi (*al-manhaj al-'bissi*) adalah kata lain dari strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Strategi ini didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan methode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Diantara metode ini dihimpun oleh strategi yaitu praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama.[29] Sedangkan menurut Ali Aziz strategi dakwah adalah perancanaan berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.[30]

Adapun macam-macam strategi dakwah yaitu; *strategi tilawah, strategi tazkiyah, strategi ta'lim*

1) *Strategi Tilawah,* dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitraa dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.

[29] Ibid, h. 351-353
[30] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 349

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) *Startegi Tazkiyah,* jika *strategi tilawah* melalui indara pendengaran dan indara pendengaran, maka *Startegi Tazkiyah* melalui aspek kejiwaan manusia.

3) *Strategi Ta'lim*, strategi ini hampir sama dengan *strategi tilawah*, yakni keduanya mentransformasikan pesan dakwah. Akan tetapi, *strategi ta'lim* besifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurikulum yang telah dirancang, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target dan tujuan tertentu[31]

3. Media Dakwah

Dilihat dari pengertian semantinya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai tujuan tertentu.[32] Lebih lanjut definisi media dakwah dapat dikemukakan sebagai berikut

a. Mira Fauziyah

Media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u.*[33]

[31] Ibid, h. 355-356
[32] Asmuni, Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-ikhlas,1983), h.163
[33] Mira Fauzia, *Urgensi Media Dalam Dakwah".* M. Jakfar Puteh (*et al*), *Dakwah Tekstual dan Kontekstual,* (Yogyakarta: AK. Group, 2006), h. 102

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. Munir dan Wahyu Ilaihi

Wasilah (media) dakwa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (penerima dakwah).[34]

c. Syukriadi Sambas

Media dakwah adalah instrument yang dilalui oleh pesan atau saluran pesan yang menghubungkan anatara dai dan *mad'u*.[35]

4. Jenis-Jenis media dakwah

Banyak sekali yang bisa dijadikan media dakwah. Secaralebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunkasi apapun yang halal bisa digunkan sebagai media dakwah. Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

1. *Lisan*, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. *Tulisan*, buku majalah, surat kabar, korespondesi (surat, *e-mail*, sms), spanduk dan lain-lain
3. *Lukisan*, gambar, karikatur dan sebagainya.

[34] M.Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), h.32
[35] Sukriyadi, Sambas *Pokok-Pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah. Ilmu dakwah kajian berbagai aspek.* Aep Kusnawan (ed), (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), h.53

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. *Audio visual* yaitu alat yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya, bisa berbentuk televisi, slide, hp, internet, dan sebagainya.
5. *Akhlak,* yaitu perbuatan-perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u.*[36]

5. Pemilihan Media Dalam Berdakwah

Dengan banyaknya yang ada maka dai harus dapat memilih media paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut: Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karekeristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda, Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai, Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya, Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya, Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan dai, Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian, Efektivitas dan efensiensi harus diperhatikan.[37]

[36] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 20-21
[37] Samsul Munir Amin....., h.114

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

6. Dakwah Melalui Media Radio

a. Pengertian Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik) gelombang ini melintas, dan merambat lewat udara, dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara)[38]

Radio sebagai salah satu bentuk media massa yang mengedepankan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak dikembangkan kedalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya. Bahwa tidak hanya ada musik dalam program siaran radio, karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada berbagai program acara radio.[39] Macam-macam Radio:

1. Radio AM, Radio AM (modulasi amplitudo) bekerja dengan prinsip memodulasikan gelombang radio dan gelombang audio. Kedua gelombang ini sama-sam memiliki amplitudo yang konstan. Namun proses modulasi ini kemudian mengubah amplitudo gelombang penghantar (radio) sesuai dengan amplitudo gelombang audio.

   Pada tahun 1896 ilmuawan Italia, Guglielmo Marconi mendapat hak paten atas telegraf nirkabel yang menggunakan dua sirkuit. Pada saat itu sinyal ini hanya bisa dikirim pada jarak dekat. Namun, hal inilah yang memulai perkembangan teknologi radio . pada tahun 1987 Marconi

[38] https://id.m.wikipedia.org/wiki/radio. diakses 20 november
[39] Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT.Gramedia, 2016), h. 76

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

kembali mempublikasikan penemuan bahwa sinyal nirkabel dapat di transmisikan pada jarak yang lebih jauh (12 mil).

Penemuan ini memungkinkan gelombang suara ditransmisikan melalui sistem komunikasi nirkabel. Tetapi sinyal yang ditangkap masih sangat lemah. Barulah pada tahun 1912 Edwin Howard Amstrong menemukan penguat gelombang radio disebut juga radio amplifier. Alat ini bekerja dengan cara menangkap sinyal elektromagnetik dan transmisi radio dan memberikan sinyal balik dari tabung.

Awalnya penggunaan radio AM hanya untuk keperluan telegram nirkabel. Saat ini radio AM tidak terlalu banyak digunakan untuk siaran radio komersial karena kualitas suara yang buruk.

2. Radio FM, Radio FM (modulasi frekuensi) bekerja dengan prinsip yang serupa dengan radio AM, yaitu memodulasi gelombang radio (penghantar) dengan gelombang audio. Hanya saja radio FM proses modulasi ini menyebabkan perubahan pada frekuensi. Ketika radio AM umum digunakan, Amstrong menemukan bahwa masalah lain radio terletak pada jenis sinyal yang ditransmisikan. Pada saat itu gelombang audio ditransmisikan bersama gelombang radio dengan menggunakan modulasi amplitudo (AM). Modulasi ini sangat rentan akan gangguan cuaca. Pada tahun 1920-an Amstrong mulai mencoba menggunakan modlasi dimana amplitudo gelombang penghantar (radio) dibuat konstan. Pada tahun 1933 ia akhirnya menemukan menemukan sistem

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

modulasi frekuensi (FM) yang menghasilkan suara jauh lebih jernih, serta tidak terganggu oleh cuaca buruk.[40]

3. Radio Satelit, Radio satelit yang pertama di AS mengudara pada 2001. Sirius dan XM menyiarkan acara dari banyak satelit, menyediakan suara digital dan sebagian besar bebas iklan, dengan biaya langganan antara 10 sampai 13 dolar per bulan. Perusahan ini berusaha menjangkau pendengar dengan mengajak pabrik mobil untuk memasang penerima radio satelit diproduk mobil buatan mereka-sekitar 12 jutaan per tahun. Baik itu Sirius maupun XM menawarkan setidaknya seratus saluran musik pop, *country*, berita, olahraga dan bincang-bincang, dan juga acara khusus seperti musik kamar, hit broadway, NPR, buku audio dan tip merawat taman[41]

b. Macam-Macam program Siaran Radio

Kata "program" berasal dari bahasa inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana . undang-undang penyiaran indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata "program" lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata "siaran" untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk

[40] Ibid, h. 54-56
[41] Jhon Vivian, *Teori Komunikasi Massa.* edisi kedelapan (Jakarta: Kencana, 2008), h. 201

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

memenuhi kebutuhan audiennya. [42]Adapun macam-macam program radio adalah:

1) Perbincangan Radio (*talkshow*), Perbincangan radio (*talkshow)* pada dasarnya adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Setiap penyiar radio sudah semestinya adalah seorang yang pandai menyusun kata-kata. Singkatnya seorang penyiar haruslah pandai bicara. Namun penyiar yang pandai berkata-kata belum tentu bagus mewawancarai orang. Tidak semua penyiar, pandai mewawancarai orang. Apalagi menggabungkan keterampilan berbicara dengan berwawancara.
2) Infotainment Radio, *Infotainment* merupakan singkatan dari *Informasi* dan *entertainment* yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi yang bersifat menghibur. *Infotainment* dalam kemasan yang lebih lengkap kerap disebut majalah udara yaitu suatu acara yang memadukan antara musik, lagu, tuturan informasi, berita, dan iklan. Segmentasi program ini bersifat heterogen dan umumnya disajikan secara *essay listening* dengan durasi 5 hingga 60 menit.
3) Dakwah/ Tabligh, Tabligh melalui siaran radio, untuk mencapai sasarannya yakni para pendengar, tidak mengalami proses yang kompleks. Setiap materi tabligh tinggal diucapkan didepan

[42] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*. Strategi mengelola Radio dan Televisi (Jakarta: Kencana, 2008), h. 199

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

corong radio sebanyak yang diinginkan pelaksanaanya pun dapat berlangsung dengan mudah dan cepat.

Tabligh melalui radio juga dapat dilakukan melalui unsur penyiaran itu seperti: musik, dan kata-kata. Tulang punggung tabligh melalui radio siaran adalah musik. Orang menyetel radio terutama untuk mendengarkan musik, sebab musik merupakan hiburan. Seperti musik-musik religi . Kata-kata yang ada dalam siaran radio, disamping berbentuk hiburan, juga sebagai penerangan dan pendidikan. Bahkan tabligh dapat menyajikan warta berita atau ceramah-ceramah yang bermanfaat.

4) *Jinggel* Radio, Jinggel atau *radio air promo* adalah gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Tujuan produksi jinggel bagi radio adalah untuk mempromosikan keberadaan radio baru di tengah masyarakat, memberikan informasi simbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat pendengar, membentuk citra radio di benak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan, dan sejenisnya. [43]

5) Periklanan, Radio merupakan medium periklanan yang menarik karena suatu alasan yang tidak lain adalah penghantaran pesannya kepada khalayak yang homogen. Iklan radio diproduksi dengan biaya yang tidak mahal sehingga dapat diubah,

[43] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*: strategi mengelola Radio dan Televisi(Jakarta: Kencana, 2008), h. 225-229

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

diperbarui, dan dispesialisasikan untuk memenuhi kebutuhan khalayak.[44]

c. Dakwah melaui media Radio

Hampir seluruh siaran radio yang menyelenggarakan siaran di indonesia menyajikan informasi, edukasi, dan hibura, siaran keagamaan termasuk fungsi edukasi.

Dakwah melalui radio cukup efektif karena besarnya jumlah pendengar dan pemirsa yang mengikuti acara kuliah subuh. Dalam hal ini dai sebagai komunikator dalam melakukan aktifitas dakwahnya menyampaikan pesan-pesan ajaran agamanya.[45]

d. Peranan media radio sebagai media dakwah

Radio merupakan media auditif, dimana perangkat auditif didalam dakwah ini dimaksudkan sebagai salah satu alat yang dapat dioperasikan untuk sarana penunjang kegiatan dakwah yang dapet diterima melalui indra pendengaran. Peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadai sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu *informasi, pendidikan, dan hiburan.*

Ada beberapa tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kapasitsnya sebagai media publik, atau yang dikenal dalam konsep *radio for society.* Pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Kedua, radio sebagai sarana mobilisasi

[44] Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa; melek media dan budaya* (Penerjemah: S.Rouli Manalu, 2012), h. 271
[45] Yusuf Amrozi, *Dakwah Media dan Teknologi* (Surabaya: UIN SA PERS, 2014), h. 59

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

pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. Ketiga, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda/ diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Keempat, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.[46]

e. Kelebihan dakwah melalui media radio

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

Media ini memiliki beberapa kelebihan menurut **Effendi, 1986:173** dalam buku prof Ali aziz :

1) Bersifat langsung. Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagimana penyampaian 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 menganal jarak dan rintagan. Selain waktu, ruangpun bagi radio siaran tidak merupakan masalah, bagaimana

[46] Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2001), h. 2

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

pun 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. Dibanyak negara di dunia ketiga, Asia, Afrika, dan Amerika Latin. Radio umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin.
5) Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil. 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. [47]
6) Program radio dipersiapkan oleh seorang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar berbobot (bermutu)
7) Radio merupakan bagian dari budaya masyarakat.
8) Pesawat mudah dibawa kemana-mana.[48]
9) Bersifat dinamis, mobilitas radio diperhitungkan sebagai bagian penting dalam sifat radio. Kita dapat mendengarkan radio ketika bekerja, berolahraga , sedang duduk dibawah matahari.

[47] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 412
[48] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 176

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

f. Kekurangan dakwah melalui media radio

1) Siaran hanya sekali didengar (tidak dapat diulang) kecuali memang dari pusat pemancarnya.
2) Terikat oleh pusat pemancaranya dan waktu siaran. Artinya siaran radio tidak setiap saat dapat didengar menurut kehendaknya.
3) Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis[49]

B. Kerangka teori

Yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah sebuah teori pengguna dan gratifikasi (*uses and gratifications*) dimana teori ini berfokus pada bagaimana individu menggunakan media massa dan mengapa mereka menggunakannya.

Teori ini mengeksplorasi bagaimana individu memilih outlet media. salah satu aliran riset mengatakan bahwa orang mencari media tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Astrid Susanto, dalam buku strategi komunikasi yang ditulis oleh Arifin Anwar bahwa suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna untuk mencapai tujuan. Jadi dalam penentuan merumuskan strategi harus melihat kondisi dan khalayak oleh sebab itu langkah yang pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak atau sasaran.

[49] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 177

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

Dalam suatu strategi tersebut akan bisa dipahami dengan cara menggunakan empat hal yakni, mengenal khalayak, menyusuun pesan, menetapkan metode seleksi dan penggunaan media.

1. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha yang efektif sebagaimana telah dijelaskan dalam proses komunikasi, adalah khalayak itu tidak pasif melainkan aktif. Dengan keaktifan komunikan maka komunikasi antara komunikator dan komunikan akan terjadi hubungan yang diinginkan dalam komunikasi.

Begitupun komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka refrensi khalayak secara tepat dan seksama. Keseluruhan ini merupakan usaha untuk mengadakan identifikasi mengenai publik.

Dari kebutuhan-kebutuhan manusia yang bersifat pribadi, sosial dan keagamaan, merefleksikan kelakuan-kelakuan daripada manusia itu dapat disimpulkan dalam 3 golongan yaitu:

a. Tingkat kelakuan vital biologik: tidur, makan, sport dan sebagainya.
b. Tingkat kelakuan (niveau) sosial kultur belajar, merintin dan sebagainya.

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. Tingkat kelakuan metafisik (relegious) yang bersifat keagamaan dan metafisik seperti hubungan manusia dengan yang maha kuasa, sembahyang, yoga, semadi dan sebagainya.[50]

Menurut Onong Effendi dalam bukunya yang berjudul ilmu komunikasi: Teori dan Praktek, dijelaskan bahwa dalam mengenal khalayak perlu memperhatikan faktor-faktor tertentu diantaranya:

a. Faktor kerangka refrensi, Pesan yang akan disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka refrensinya. Kerangka refrensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil-hasil paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, setatus sosial, ideologi, cita-cita

b. Faktor situasi kondisi, Yang dimaksud dengan situasi disini ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan.

Yang dimaksud kondisi disini ialah *state of personallity* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang

[50] Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi* (Bandung: CV Amrico), h. 59-67

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

marah, bingung, sakit atau lapar. [51]Untuk mengetahui kondisi khalayak tersebut, bisa diketahui dengan cara

1) Survei;
2) Analisis isi media;
3) Kecenderungan legislative(parlemen)
4) *Focus group*
5) *Open discoussien.*

2. Menyusun pesan

Setelah mengenal khalayak dan situasi, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, yakni menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut.

Dengan demikian awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan *Procedure* atau *From Attention to Action Procedure*. Artinya membangkitkan perhatian (*attention*) untuk selanjutnya menggerakkkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Jadi proses tersebut harus bermula dari perhatian, sehingga pesan komunikasi yang tidak menarik maka akan menjadi menarik perhatian, tidak akan menciptakan efektivitas.

[51] Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Dan Prektek*, h. 36-37

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

Dalam buku strategi komunikasi yang ditulis Anwar Ariffin dalam masalah ini Wilbur Scrahman juga mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut. Diantaranya:

a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menartik perhatian sasaran yang dituju.

b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan dan sasaran, sehingga pengertian itu bertemu.

c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.

d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.[52]

Di samping itu, dalam menyusun pesan gaya bahasa juga memiliki peran penting. Menurut Onong Effendi, bahasa terdiri atas kata atau kalimat yang mengandung pengertian donotatif dan pengertian konotatif.

Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindarkan pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus kita katakan karena tidak ada perkatan lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung pengertian konotatif itu perlu dijelaskan mengenai

[52] Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi* (Bandung: CV Amrico), h. 68-60

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

makna yang dimaksudkan, jika dibiarkan akan mengandung interprestasi yang salah.[53]

3. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi pada metode penyampaian atau mempengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Salah satu metode dapat terwujudkan yaitu metode: informatif, persuasif, edukatif, dan kursif.

Informatif, Dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan (metoda) memberikan penerangan atau seperti dalam buku strategi komunikasi yang ditulis oleh Ariffin Anwar, bahwa Jawoto berpendapat memberikan informasi tentang facts semakta-mata, juga facts bersifat kontroversial, atau memberikan informasi dan menuntun umum ke arah suatu pendapat.

a. Persuasif, Metoda persuasive merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan baik terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar.

b. Edukatif, Metoda edukatif mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat terwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi: pendapat-pendapat, fakta-fakta dan

[53] Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Dan Prektek*, h.38

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

pengalaman-pengalaman. Dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

c. Kursif, Kursif (cursive) berarti mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Dalam hal ini khalayak dipaksa, tanpa perlu pikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan-gagasan atau idea-idea yang dilontarkan.[54]

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif, dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian pula.[55] Menurut Jalauddin Rahmat yang mengutip pandangan Elizabeth Noell Neuman bahwa ada empat ciri pokok dalam berkomunikasi melalui media. Terutama bagi media massa.

a. Besifat langsung, artinya harus melewati media teknis.
b. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara para peserta komunikasi.
c. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang terbatas dan anonim.
d. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.[56]

---

[54] Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi* (Bandung: CV Amrico), h. 86-87
[55] Ibid, h. 72-78
[56] Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 189

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

Ada puluhan jenis media komunikasi, baik yang termasuk media massa seperti surat kabar, majalah, radio,televisi, dan film, maupun yang termasuk media nirmasa seperti surat, telepone, folder, poster, *spandek*, dan sebagainya. Tidak semua media perlu dipergunakan, sebab kalau demikan halnya tidaklah efisien.[57]

C. Penelitian Yang Terdahulu Dan Relevan

1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

a. Strategi komunikasi public relation radio kumintas awang-awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar. Yusfi Rahmansyah, 2010. Persamaan dari penelitian tersebut sama-sama meneliti strategi komunikasi dan menggunakan analiss Uses and Gratifications. Sedangkan Peneliti fokus meneliti tentang strategi dakwah, sedangkan penelitian tersebut meneliti strategi komunikasi public relations. adapun hasil penelitian ini Terdapat 2 strategi yang digunakan radio komunitas awing-awang yaitu: 1.strategi yang digunakan dalam menyusun dan mengkombinasikan siaran atau program yang akan disajikan kepada pendengar pada umumnya dan fans Rakom awang-awang, berupa pemilihan dan pemilihan acara. 2. Strategi yang digunakan diluar program acara dan pola siaran umtuk menjalin pendengar aktif dan aspiratif berupa kumpulan rutin setiap satu bulan dan iuran bulanan bagi pendengar rakom awing-awng bertahan di masyarakat.

[57] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, h. 33

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. Strategi public relations Radio Suara Muslim Surabaya dalam menghadapi kompetesi media massa. sama-sama meneliti tentang strategi subjeknya yang sama-sama radio dan sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan Berbeda pada strategi yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan strategi public relations, sedangkan penulis menggunakan strategi dakwah. Adapun hasil penelitian menghasilkan strategi yang digunakan dalam menyusun dan mengkombinasikan siaran atau program yang akan disajikan kepada pendengar pada umumnya dan fans Rakom awing-awang, berupa pemilihan dan pemilihan acara dan 2. Mengemas program yang kreatif dan seinovatif mungkin serta menyajikan program sesuai dengan permintaan pasar dan melakukan evaluasi-evaluasi untuk kemajuan dalam menghadapi kompetisi media massa.

c. Dakwah Melalui Media Radio: Persepsi Pendengar Terhadap Program Acara Dakwah Kajian Rutin Diradio Darul Falah Fm Mojosari-Mojokerto. Persamaan Sama-sama menggunakan program radio sebagai media yang diteliti. perbedaan Berbeda pada penelitian tersebut meneliti persepsi pendengar, sedangkan penulis meneliti strategi dakwah. adapun hasil penelitian ini persepsi positif, program acara dakwah kajian rutin dapat menambah wawasan tentang keagamaan sebagai sumber pengetahuan keagamaan dan juga penyampaian pesan dakwahnya mudah dipahami, Persepsi negative

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

kurangnya komunikasi antara dai dan *mad'u* dan pendengar memahami isi pesan dakwah pada program acara dakwah kajian rutin karena penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan diterangkan pengertiannya secara luas serta sesekali diberi contoh dengan fenomena.

d. Respon Pendengar Program Fajar Syiar Di Radio El Victor Sby Studi Pada Kajian Prof. DR. Moh.Ali Aziz, M.Ag persamaan samasama menggunakan program radio sebagai media yang diteliti. Sedangkan perbedaan Berbeda pada penelitia n tersebut meneliti respon pendeng ar, sedangkan penulis meneliti strategi komunikasi efektif. Adapun hasil dari penelitian ini Respon masyarakat cenderung positif dalam menanggapi kajian Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag dalam Fajar Syiar El victor. 2. Gaya bahasa yang disampaikan oleh Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag sangat mudah dimengerti oleh masyarakat. 3. Kajian yang dibawakan bisa memberikan perubahan positif bagi pendengarnya, baik dalam kesehatan dan kehidupan. 4. Kajian Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag dalam program Fajar Syiar dapat memperingan dan memberikan pengobatan bagi pendengar yang menderita.

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

Tabel 1 1

Penelitian dahulu yang Relevan

	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Yusfi Rahmansyah, 2010	Strategi komunikasi public relation radio kumintas awang-awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar	Persamaan dari penelitian tersebut sama-sam meneliti strategi komunikasi dan menggunakan analiss Uses and Gratifications.	Peneliti fokus meneliti tentang strategi dakwah, sedangkan penelitian tersebut meneliti strategi komunikasi public relations.	Terdapat 2 strategi yang digunakan radio komunitas awing-awang yaitu: 1.strategi yang digunakan dalam menyusun dan mengkombinasikan siaran atau program yang akan disajikan kepada pendengar pada umumnya dan fans Rakom awing-awang, berupa pemilihan dan pemilihan acara. 2. Strategi yang digunakan diluar program acara dan pola siaran umtuk menjalin pendengar aktif dan aspiratif berupa kumpulan rutin setiap satu bulan dan iuran bulanan bagi pendengar rakom awing-awng bertahan

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

					dimasyarakat.
2.	Hilman Effendi, 2015	Strategi public relations radio suara muslim Surabaya dalam menghadapi kompetesi media massa.	Sam-sama meneliti tentang strategi , subyeknya yang sama-sama radio dan sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif	Berbeda pada strategi yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan strategi punlic relations, sedangkan penulis menggunakan strategi dakwah.	1. strategi jangka pendek untuk melihat gambaran apa yang harus dilakukan dan target apa yang harus dicapai kedepan dengan target menjadikan radio suara muslim sebagai radio islam nomer satu di Indonesia. 2.mengemas program yang kreatif dan seinovatif mungkin serta menyajikan program sesuai dengan permintaan pasar dan melakukan evaluasi-wvaluasi untuk kemajuan dalam menghadapi kompetisi media massa.
3.	Mursilaturohmi, 2010	Dakwah Melalui Media Radio: Persepsi Pendengar Terhadap Program Acara	Sama-sama menggunakan program radio sebagai media yang diteliti.	Berbeda pada penelitian tersebut meneliti persepsi pendengar, sedangkan penulis meneliti	1.persepsi positif, program acara dakwah kajian rutin dapat menambah wawasan tentang keagamaan sebagai sumber

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 Kajian Rutin Diradio Darul Falah Fm Mojosari-Mojokerto		strategi dakwah.	pengetahuan keagamaan dan juga penyampaian pesan dakwahnya mudah dipahami. 2. Persepsi negative kurangnya komunikasi antara dai dan mad'u 3. pendengar memahami isi pesan dakwah pada program acara dakwah kajian rutin karena penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan diterangkan pengertiannya secara luas serta sesekali diberi diberi contoh dengan fenomena
4.	Putri Puji Rahayu, 2013	Respon Pendengar Program Fajar Syiar Di Radio El Victor Sby Studi Pada Kajian Prof. DR. Moh. Ali Aziz, M. Ag	Sama sama menggunakan program radio sebagai media yang diteliti.	. Berbeda pada penelitian tersebut meneliti respon pendengar, sedangkan penulis meneliti strategi komunikasi efektif.	1.Respon masyarakat cenderung positif dalam menanggapi kajian Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag dalam Fajar Syiar El victor. 2. Gaya bahasa yang disampaikan oleh Prof. Dr. Moh. Ali Aziz,

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

					M. Ag sangat mudah dimengerti oleh masyarakat. 3. Kajian yang dibawakan bisa memberikan perubahan positif bagi pendengarnya, baik dalam kesehatan dan kehidupan. 4. Kajian Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. Ag dalam program Fajar Syiar dapat memperingan dan memberikan pengobatan bagi pendengar yang menderita.
5.	Vina Rahmawati, tahun 2012	engelolaan Program Penyiaran Radio: Kajian Strategi Pengelolaan Program Acara Keluarga Sakinah di Radio SAS FM Surabaya	samasama mengkaji program, dan samasama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif	Berbeda pada strategi yang digunakan. Pada penelitian tersebut menggunakan strategi pengelolaan, sedangkan penulis menggunakan strategi dakwah	Memberikan tema-tema aktual sesuai kebutuhan untuk memberikan solusi pada keluarga, mengambil hati dari para pendengar dengan menjadikan diri kita mendekatkan diri dengan pendengar, sehingga problem solfing yang dibutuhkan pendengar terpenuhi

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu usaha atau proses untuk mencari jawaban atas suatu pertanyaan atau masalah dengan cara yang sabar, hati-hati, terencana, sistematis atau dengan cara ilmiah. Dengan tujuan untuk menemukan fakta-fakta atau prinsip-prinsip, mengembangkan dan menguji kebenaran ilmiah suatu pengetahuan.[58]

Metode pengkajian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif. Deskriptif adalah metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subyek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya.[59] Penelitian deskriptif lebih menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah *(naturalistic setting).*[60] Peneliti memilih melakukan penelitian dengan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif karena subyek penelitian yang dipilih yakni sebuah lembaga yang mana dalam penelitian ini berusaha menganalisis dan membandingkan data-data yang diperoleh saat berada di lapangan penelitian.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena suatu metode penelitian yang banyak dilakukan diberbagai disiplin ilmu, metode ini

[58] Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h. 12
[59] Restu Kartiko Widi, *Asas-Asas Metode Penelitan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 84
[60] Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h. 26

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

bertujuan untuk mengumpulkan suatu pemahaman melalui studi mendalam *(in-depth study)* tentang perilaku manusia, atau masyarakat tertentu, dan alasan-alasan yang mempengaruhi perilaku tersebut.[61]

Peneliti mencari data atau menjelaskan suatu hubungan, dan tidak menguji hepotesis atau prediksi, melainkan metode deskriptif digunakan sebagai cara praktis untuk menjelaskan dan menyebarkan data-data sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atau yang terjadi dilapangan.

Oleh karena itu alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif Penelitian ini fokus mendeskripsikan pada strategi dakwah radio Suara Muslim Surabaya melalui Program Mozaik, dalam penggalian data peneliti membutuhkan pengamatan secara mendalam baik dengan observasi, wawancara maupun dokumentasi

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Kehadiran peneliti mutlak diperlukan, karena di samping kehadiran peneliti juga sebagai pengumpul data. Sebagaiman salah satu ciri penelitian kualitatif dalam pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti. Sedangkan kehadiran peneliti dalam penelitian ini sebagai pengamat partisipan atau berperan serta, artinya dalam proses pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan dan

[61] Abuzar Asra-Puguh Bodro Irawan-Agus Purwoto, *Metode Penelitian Survey* (Bogor: In Media, 2014), h. 26

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

mendengarkan secermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun.[62]

C. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan, peneliti menamakan sumber data dari manusia. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber data.[63] Berikut ini profil informan penelitian tentang strategi dakwah Radio Suara Muslim Surabaya melalui Program Mozaik sebagai berikut:

1. Elsana dhamarstuti. Ia kelahiran Madiun. nama udara ia ketika mengudara saat siaran di radio menjadi Elsa khoirunnisa. ia sekarang bekerja sebagai salah satu orang penting di Radio Suara Muslim Surabaya. Karena ia memegang program-program Radio Suara Muslim Surabaya, ia adalah produser Radio Suara Muslim Surabaya
2. Nafisah Nuha Al-Laili. Ia kelahiran Suarabaya 07 Maret 1995. nama udara ia ketika mengudara saat siaran di radio menjadi Nafisanuha. ia sekarang bekerja sebagai salah satu orang penting di Radio Suara

[62] Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), h. 117
[63] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta : PT Renika Cipta, 2010), h. 172.

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

Muslim Surabaya. Karena ia memengang program-program Radio Suara Muslim Surabaya, beliau adalah produser Radio Suara Muslim Surabaya

3. Bapak Abdul Kohar, ia kelahiran Gresik 18 Desember 1977, ia bertempat tinggal di Bulak Cumpat Timur no 40 Surabaya, ia adalah seorang Program Director di Radio Suara Muslim Surabaya
4. Bunda kastini,M.Pd, ia salah satu wanita muslimah Trainer Owner dan Provesional Coach, Founder Rumah Cantik Mulia yang beralamat di jalan Gayungan VIII no 31 Surabaya, beliau salah satu narasumber tetap di Program Mozaik sejak awal November 2015
5. Hamdiyatur Rohmah S.H.I,M.Psi, ia salah satu Motivator dipondok Pesantren Al-Badar, Bilalang, Bacukiki, Parepare Sulwesi Selatan. Tetapi sekaramg ia menjadi narasumber Program Mozaik yang membahas tentang seputar klinik pendidikan. ia berasal dari paciran lamongan, tetapi ia tinggal di jl Semampir tengah surabaya.

Subagyo menyatakan bahwa data yang dimaksud sumber data adalah semua keterangan seseorang yang dijakidkan informan atupun yang berasal dari dokumen-dokumen, baik bentuk statistik atau bentuk lainnya. Jenis data penulisan ini adalah data primer dan data sekunder.[64]

a. Data primer adalah data pokok dalam penelitian ini secara langsung diperoleh melalui lapangan. Sumber ini penulis ambil dari wawancara dengan produser Radio Suara Muslim Surabaya, Narasumber

[64] Subagyo, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h.87

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

Program Mozaik dan Mitra Muslim (pendengar) Program Mozaik tindakan yang berkaitan erat dengan masalah yang penulis teliti.dan

b. Data sekunder adalah data penunjang. Data peneliti ini data-data yang menunjang data primer yang diperoleh melalui buku-buku bacaan dan dokumen-dokumentasi yang berkaitan erat dengan persoalan dalam penelitian ini. Sumber yang akan digunkan untuk mengumpulkan dokumentasi dari Radio Suara Muslim Surabaya dan yang berkaitan dengan Program Mozaik

D. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa tahap-tahap penelitian menurut Bogdan dan Taylor. Ada tiga tahap penelitian kualitatif yaitu 1). tahap pra-lapangan 2). Tahap pekerjaan lapangan 3). Tahap analisi data.[65]

1. Tahap Pra-lapangan, Tahap pra lapangan merupakan penjajakan data dan menilai keadaan lapangan penelitian: ada beberapa yang harus dilakukan dalam tahapan ini yaitu:
   a. Memilih lapangan penelitian, cara terbaik yang perlu di tempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah mengawasi dan menjajaki lapangan penelitian, atas pertimbangan serta melihat fenomena yang ada kemudian penulis memilih lokasi penelitian di radio Suara Muslim Surabaya, karena Radio Suara Muslim Surabaya merupakan radio yang mengedepankan nilai-nilai dakwah.

[65] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), h. 127

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. Menyusun rancangan penelitian, salah satu tahapan penting, ialah menyusun rancangan penelitian. Isi rancangan penelitian sebenarnya tidak ada acuan yang baku. Akan tetapi secara umum rancangan tersebut berisi latar belakang masalah, tinjauan pustaka, penelitian lapangan penelitian, penentuan alat penelitian, rancangan pengumpulan data, rancangan perlengkapan penelitian dan rancangan pengecekan keabsahan data.

c. Mengurus surat perizinan penelitian, mengurus surat perizinan penelitian sangat diperlukan sekali dalam upaya melaksanakan penelitian. Dalam mengurus surat perizinan penelitian ini harus mencantumkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan kata lain peneliti mencantumkan keinginannya untuk mengadakan penelitian. Ijin penelitian diperlukan dalam rangka untuk kelancaran penelitian yang akan dilakukan. biasanya ijin ini akan dikeluarkan oleh instansi terkait atau badan yang memiliki kewenangan atas hal tersebut bahkan ijin itu menyebutkan persetujuan dari lokasi dimna penelitian itu akan dilakukan. Oleh karena itu peneliti meminta surat perizinan kepada pihak terkait yaitu, Dekan fakultas dakwah dan ketua jurusan KPI selaku pemberi wewenang penelitian dan selanjutnya penulis menyampaikan kepada pihak lokasi yang akan diteliti yakni pihak HRD radio suara muslim Surabaya.

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. Mengidentifikasi dan menilai lapangan penelitian, setelah mendapat ijin dari pihak HRD radio suara muslim surabaya, di hari pertama peneliti menggunakan kesempatan untuk menilai dan mengidentifikasi lapangan penelitian serta mulai menentukan perkiraan informan yang akan dipilih guna membantu penelitian ini. Tahap ini sangat penting bagi peneliti karena bermanfaat untuk mengetahui bagaimana situasi yang akan diteliti dan apa saja yang akan dijalankan oleh peneliti serta mudah untuk menyesuaikan diri pada lapangan penelitian.

e. Memilih dan memanfaatkan informan, informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam hal ini informan perlu direkrut seperlunya dan diberitahu tentang maksud dan tujuan penelitian, informan dari penelitian ini yaitu radio suara muslim sebagai peranan media dakwah. Dalam hal ini peneliti memilih produser Program Mozaik, Narasumber Program Mozaik.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian, peneliti hendaknya tidak hanya menyiapkan perlengkapan fisik saja, tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan[66]. Adapun perlengkapan yang harus dipersiapkan adalah:

    1) Pensil atau bulpoint, untuk menulis setiap hasil lapangan. Baik dari hasil wawancara maupun observasi,

[66] [66] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), h. 91

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

karena alat tersebut sangat bermanfaat untuk menulis berbagai sumber yang perlu dirupakan menjadi sebuah tulisan.

2) Buku kosong, untuk diisi data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti setelah melakukan observasi maupun wawancara diwaktu mengerjakan penggalian data dilapangan.

3) Alat perekam suara, peneliti menggunakan sebuah telepon genggam untuk merekam hasil wawancara dengan produser program mozaik

Dalam hal ini, upaya mengumpulkan data atau informasi dari subjek yang diteliti, peneliti menggunakan alat bantu berupa buku dan alat tulis untuk mencatat hasil wawancara antara peneliti dan informan.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap kedua ini, peneliti menggunakan dua tahapan dalam tahap pekerjaan lapangan, yakni; memahami latar penelitian dan persiapan diri, dan memasuki lapangan.[67] Tahap pekerjaan lapangan dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

a. Memahami latar belakang dan persiapan, sebelum memasuki pekerjaan lapangan, peneliti perlu memahami latar penelitian terlebih dahulu. Selain itu perlu mempersiapkan diri, baik secara fisik maupun secara mental serta persoalan etika untuk

[67]Lexy J. Moleong, *Metodologi PenelitianKualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 94

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

berlangsungnya komunikasi selama berlangsungnya penelitian, peneliti berusaha memahami norma-norma dan tata tertib peraturan di radio Suara Muslim Surabaya.

b. Memanfaatkan perlengkapan penelitian, Persiapan perlengkapan tidak hanya perlengkapan fisik, tetapi segala macam perlengkapan lainnya yang diperlukan selama kegiatan penelitian berlangsung seperti surat perizinan, alat tulis, alat bantu yang berupa buku tulis dan bulpoint untuk mencatat berbagai informasi yang disampaikan oleh informan.

c. Memasuki lapangan penelitian, Ketika memasuki lapangan penelitian harus menjalin hubungan yang baik dan akrab dengan obyek penelitian, terutama dalam berkomunikasi dengan bahasa yang baik, akrab dan menjaga sopan santun dan etika pergaulan serta norma-norma yang berlaku di lapangan penelitian. Keakraban pergaulan dengan subyek penelitian perlu diperhatikan selama tahap pengumpulan.

3. Tahapan analisis data

Menurut Patton, dalam buku Lexy J. Moleong menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.[68]Setelah peneliti mendapatkan berbagai data dan informasi, langkah selanjutnya adalah menganalisis data kemudian menyajikannya sesuai dengan yang

[68] Ibid, h. 103

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

diperolehnya, tanpa menambahkan ataupun mengurangi data dan informasi terkait subjek penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi, metode observasi adalah sesuatu cara untuk mendapatkan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematika terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki dan diteliti.[69] Metode ini digunakan untuk pengamatan, pengamatan merupakan pengalaman langsung, dan pengalaman langsung dinilai merupakan alat yang ampuh untuk memperoleh kebenaran. Apabila informasi yang diperoleh kurang meyakinkan maka peneliti dapat melakukan pengamatan sendiri secara langsung untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.[70] Observasi yang digunakan peneliti disini adalah jenis observasi terus terang atau samar. Peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada subjek penelitian sebagai sumber data, bahwa dia sebagai peneliti sedang melakukan penelitian. Jadi mereka subjek penelitian yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam melaksanakan observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data

[69] Ibid, h. 62
[70] Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h. 144

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

yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan terus terang, peneliti tidak akan diizinkan untuk melaksanakan observasi.[71]

Dengan menggunakan metode observasi ini peneliti akan mendapatkan data secara real melihat keadaan ataupun kegiatan mengenai strategi dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam program mozaik. Serta beberapa hasil pengamatan lainnya yang berfungsi sebagai penyempurna data penelitian.

2. Metode wawancara (*interview*), metode interview adalah metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan tanya jawab dengan subyek penelitian tentang permasalahan yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti. Sebagaimana pendapat **sutrisno hadi,** bahwa tanya jawab (wawancara) harus dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian[72] sedangkan menurut **Setyadin** wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian.

Oleh karena itu, pewawancara diharapkan dapat menyampaikan semua pertanyaan dengan jelas, merangsang responden untuk menjawab pertanyaan, dan mencatat semua informasi yang

[71]M. Djunaidi Ghoni dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, cet.III, 2016), h. 173
[72] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Peneltian suatu Pendekatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 146

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

dibutuhkan dengan benar. Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak berstruktur. yang mana sering juga disebut wawancara mendalam. Wawancara tidak terstruktur mirip dengan percakapan informal dengan tujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua informan tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri tiap informan. Wawancara tak terstruktur ini bersifat luwes, susunan pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara.[73] Dalam kesempatan kali ini penulis juga mengadakan dialog tanya jawab tidak berstruktur dengan produser program Radio Suara Muslim Surabaya Elsana Dhamarstuti dan Nafisanuha Al-Laili. Dari sini objek akan dipilih sesuai dengan keperluan karena yang digali dalam penelitian ini adalah kedalam informasi, bukan kuantitas responden. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara pada tanggal 15 Desember 2017. Dalam metode wawancara ini peneliti akan mendapatkan data tentang :

a. Profil radio suara muslim
b. Strategi-strategi dalam pemilihan program khususnya program mozaik
c. Serta berbagai informasi lainnya yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

[73]M. Djunaidi Ghoni dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, cet.III, 2016), h. 177

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

3. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui dokumen dan catatan-catatan penting yang ada di Radio suara muslim surabaya. Dokumenter berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis. Dimana dalam melaksanakan teknik dokumenter, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis.

   Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.[74] Dalam penelitian ini dokumen yang dapat menunjang penelitian yaitu:

   a. Struktur organisasi Radio Suara Muslim Surabaya
   b. Data-data dan deskripsi program "Mozaik"
   c. Serta data-data yang lain yang dapat melengkapi dari rumusan masalah.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis model Miles and Huberman yang mengemukakan bidang aktivitas dalam analisis data kualitatif, dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas,

[74] Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 143

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

sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *reduction, data display dan conclusion drawing/veriviction.*[75]

Reduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian peneliti memfokuskan pada hal-hal yang penting seperti stretegi Program Mozaik Radio Suara Muslim

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data (penyajian data), peneliti menyajikan data tertulis secara naratif, juga berupa grafik, dan matrik, diklarifikasikan sesuai dengan kategori-kategori, sehingga berbentuk pola yang saling berkaitan antara data-data yang disajikan.

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dengan langkah selanjutnya peneliti menyimpulkan dari beberapa data-data yang telah disajikan dan yang telah didapat di lapangan penelitian yang telah mendapat kan bukti-bukti yang valid dan konsisten. Sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang kredibel setelah diuji keabsahannya.

G. Teknik Pengecekan dan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif terdapat beberapa teknik. Namun, peneliti hanya menggunakan beberapa teknik saja dalam penelitian ini, tidak semua teknik keabsahan data, peneliti gunakan keseluruhan. Peneliti sengaja memilih beberapa teknik keabsahan

[75] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatid Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 246

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

data saja dalam pengecekan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini. Berikut ini adalah teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

1. Ketekunan pengamatan

   Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.[76] Sebelum mengambil pembahasan penelitian, peneliti sudah melakukan pengamatan terlebih dahulu dalam menggali informasi untuk dijadikan subjek dalam penelitian. Setelah melakukan pengamatan terdalam, akhirnya peneliti menemukan objek menarik sehingga patut untuk dijadikan dalam penelitian ini, yakni salah satu program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.

2. Triangulasi

   Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

   Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan sumber, dalam teknik ini peneliti berusaha membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian.

[76] Ibid, h.321

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

Seperti, membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.[77]

Dengan triangulasi, peneliti dapat meneliti kembali temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

a. mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan,

b. mengeceknya dengan berbagai sumber data,

c. memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.[78]

Dalam penelitian ini, temuan dari hasil wawancara di chek ulang oleh peneliti dengan teori yang ada dalam kerangka teoritik, dan sesuai dengan teori yang ada dalam buku Strategi Komunikasi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, serta perencanaan dan strategi yang digunakan peneliti sebagai refrensi dalam kerangka teoritik. Peneliti juga meneliti kembali data yang ada dengan data dari narasumber lain yang bersangkutan dengan program "mozaik" yaitu salah satu pendengar interaktif program "mozaik".

3. Pengecekan teman sejawat (*peer debriefing*)

Teknik pengecekan teman sejawat ini bermanfaat dalam membentuk kepercayaan, hal ini merupakan proses menunjukkan diri sendiri kepada teman-teman peneliti. Orang yang memberikan

[77]M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almansyur, *Metodologi Peneitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), h. 322
[78] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 330

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

debriefing adalah seseorang yang sudah dipersiapkan untuk mengambil peran secara serius. [79]

Dalam hal ini, pengecekan teman sejawat bisa dilakukan oleh rekan seangkatan atau tidak, serta didampingi oleh dosen penguji proposal penelitian. Sehingga hasil penelitian ini nantinya akan menjadi lebih baik lagi.

2. Ketercukupan referensial

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memperbanyak referensi yang dapat menguji dan mengoreksi hasil penelitian yang telah dilakukan baik referensi yang didapat dari orang lain maupun dokumentasi foto ataupun rekaman video. Sehingga penelitian ini akan lebih benar dan akurat lagi data yang didapatkan.

[79] Ibid, h. 324

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

BAB IV

PENYAJIAN DATA

A. Setting Penelitian

1. Sejarah Radio Suara Muslim Surabaya

Suara Muslim Radio Network (SMRN) berawal dari pendirian Perseroan Terbatas (PT) Radio Shamsindo indonusa dengan nama Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya. Hal ini di latar belakangi kepedulian para pendirinya kepada masyarakat usia produktif yang haus akan informasi yang mendidik atau eduktif, memberikan pencerahan kepada wawasan namun juga menghibur dan dapat dinikmati. Para perintis SMRN menyadari bahwa masyarakat usia produktif merupakan pilar utama pengisi pembangunan sekaligus sebagai tumpuan bangsa, memiliki posisi penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara karena mereka adalah pelaku dan pengambil keputusan di tiap bidang yang sesuai dengan perannya. Kehadiran Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya diharapkan dapat menjadi wadah pencerahan dan pendidikan bagi masyarakat usia produktif, dan agar dapat meningkatkan kualitas wawasan intelektual, sikap serta akhlak yang baik dari setiap pendengarnya.[80]

Radio Suara Muslim Surabaya atau Sham FM didirikan pada tanggal 1 Ramadhan 1431 Hijriyah /11 Agustus 2010 tepatnya 7 tahun yang lalu, semangat pendirian Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya yang saat ini menjadi Suara Muslim Radio Network merupakan bentuk tanggung jawab

[80] Irwitono, Tesis Magister Manajemen "*Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan terhadap Kinerja Karyawan Suara Muslim Radio Network*",(Surabaya: 2015), h. 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

dan komitmen sosial para pendirinya untuk mendidik sekaligus menyebarkan nilai-nilai kebaikan dengan cita-cita yang mulia yaitu terbentuknya masyarakat yang bermoral, berakhlak, dan berbudaya luhur. Selain itu juga bertujuan menanamkan moral yang baik serta mencerdaskan bangsa agar makin produktif dengan cara yang sesuai aturan serta norma sosial yang berlaku. Komitmen Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya adalah memberikan pencerahan dengan siaran yang sehat, mendidik, dan bertanggung jawab. Sebagai pemain baru dalam dunia *broadcasting* khususnya di Surabaya dan umumnya Jawa Timur, Radio 93,8 Sham FM Suara Muslim Surabaya memberikan warna dan format baru bagi khalayak pendengar dengan tidak meninggalkan kodrat radio yang berfungsi untuk menyampaikan pesan atau berita, mendidik serta menghibur.

Radio Suara muslim Surabaya ini memiliki prinsip "dengan 1 mic sekali berujar, seribu telinga mendengar" jadi berdakwah melalui radio lebih efektif dari pada berdakwah di masjid atau mimbar, sebab berdakwah dengan menggunakan media radio lebih banyak yang mendengarkan dari pada bertaklim di masjid yang hanya beberapa orang saja yang mendengarkanya. Jika berdakwah menggunakan media radio maka akan ada ratusan ribu jiwa dan hati yang akan terisi dengan kekayaan ilmu pengetahuan islam. Sedangkan jika berdakwah di masjid atau di mimbar hanya beberapa orang saja yang mendengarkan.[81]

[81] Tim Pengumpul Data Radio Suara Muslim Surabaya

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

Gambar 4.1

a. Profil Radio Suara Muslim

Nama Stasiun Radio	: Suara Muslim Surabaya
Frekuensi	: 93,8 FM
Slogan Radio	: Mencerahkan, Menyejukkan, Menyatukan
Format Siaran Kata	: Dakwah & Talk
Format Musik	: Nasyid & Pop Religius Islami
Radius Jangkauan	: Gerbang Kertosusilapas
Alamat	: Jalan Dinoyo No. 57, Surabaya 60265
Badan hukum	: PT. Radio Shamsindo indonusa
Akte Notaris	: Dibuat dihadapan Notaris Liliek B, SH. No. 30 tanggal 30 April 2008
Pengesahan badan hukum	: Menteri Hukum dan HAM (menkumHAM) RI No.AHU-216812. AH.01.01

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

TAHUN 2008

RKPP :No.057/RK-LPS/KPID-JATIM/VII/2009

Suara Muslim Radio Network:

1) Suara Muslim Surabaya 93,8 FM
2) Suara Muslim Lumajang 89,9 FM
3) Suara Muslim Madiun 88,5 FM
4) Suara Muslim Tuban 88,7 FM

Twitter	: @suaramuslim
Facebook	: Suara Muslim Surabaya
Contact	: 0315625666, 08553000938
Sasaran pendengar	: Seluruh Keluarga Muslim

b. Visi dan Misi Radio Suara Muslim Surabaya

Radio Suara Muslim Surabaya memiliki beberapa visi dan misi, dimana visi dan misi ini akan menjadi target utama didirikannya Radio Suara Muslim Surabaya. Adapun visi Radio Suara Muslim Surabaya adalah menjadi jaringan radio (networked radio station) islam nomer satu di Indonesia. Sedangkan misi Radio Suara Muslim Surabaya adalah:

1) Menyiarkan materi keislaman yang shahih secara elegan, edukatif dan informatif.
2) Menerapkan manajemen professional, berorientasi kemajuan dan tetap berpegang pada kaidah syar'i.

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

3) Menghasilkan SDM unggulan dan berkompetensi tinggi dalam bidang dakwah media elektronik.
4) Menggunakan teknologi terkini secara optimal dan ramah lingkungan.
5) Meningkatan kesejahteraan karyawan dan kepuasan pendengar serta pemangku kepentingan lainnya.

Dalam melaksanakan siaran Radio Suara Muslim Surabaya menerapkan prinsip Mencerahkan, Menyatukan, Menyejukkan. Mencerahkan artinya bersiaran dengan cara penyampaian yang penuh hikmah, bijaksana, empati, kepada pendengar dan mencerdaskan. Menyatukan artinya menyampaikan dengan santun baik dari sisi bahasa, konten maupun kepribadian udara (*air personallity)*, mengutamakan persatuan umat, menghindari perdebatan, sedangkan menyejukkan artinya menasehati dengan cara yang baik, tidak menggurui, menjelaskan secara tuntas, tidak menghakimi, memperbanyak bacaan/*murottal* Al Qur'an serta minimalisir lagu dan musik.[82]

c. Struktur Organisasi Radio Suara Muslim Surabaya

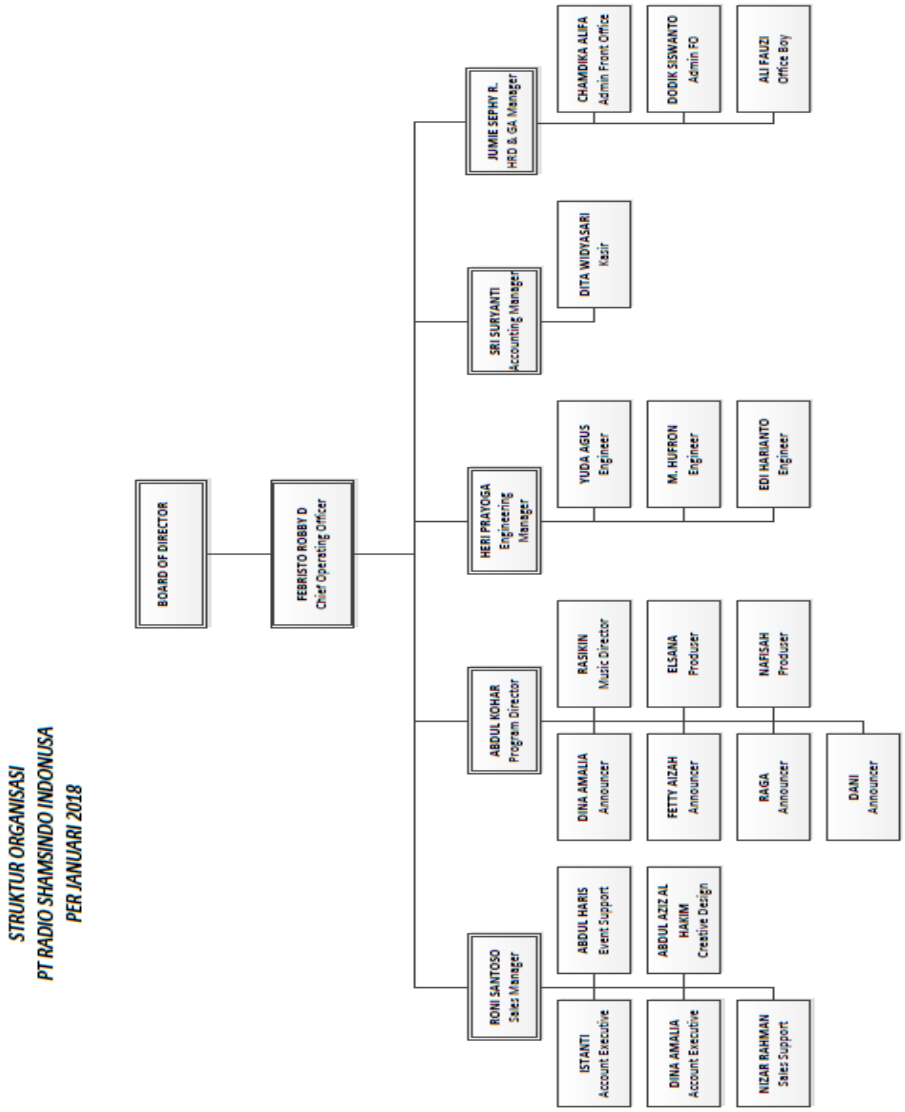
Struktur adalah susunan atau cara menyusun. Sedangkan organisasi adalah sebuah kelompok individu yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu.[83] Struktur organisasi adalah bagaimana suatu pekerjaan

[82] Irwitono, Tesis Magister Manajemen "*Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan terhadap Kinerja Karyawan Suara Muslim Radio Network*",(Surabaya: 2015), h. 26

[83] Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi,* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2004), cet.ke-1, h. 52

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

dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal untuk mencapai suatu tujuan tertentu.



Gambar 4.2
Struktur organisasi radio suara muslim surabaya per januari 2018
(sumber: data internal perusahaan, 2018)

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. Segmentasi pendengar Radio Suara Muslim Surabaya

Segmentasi pendengar radio suara muslim surabaya dengan keseluruhan 446 pendengar dengan perbandingan pendengar kaum ikhwan 49% dan dari akhwat 51% pendengar.

Untuk segmentasi umur 50+ dengan presentase 22%, umur 40-49 dengan presentase 15%, umur 30-39 dengan presentase 31%, umur 20-29 dengan presentase 13%, dan umur 10-19 dengan presentase 19%.[84]

e. Jadwal program siaran Radio Suara Muslim Surabaya

Setiap stasiun Radio pasti memiliki beberapa program-program. Adapun program Radio Suara Muslim Surabaya adalah:

[84] Sumber data internal tim survey Radio Suara Muslim Surabaya

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

JADWAL PROGRAM

MENCERAHKAN | MENYEJUKKAN | MENYATUKAN

suara muslim FM 93.8 Surabaya

PUKUL	PROGRAM SENIN	PROGRAM SELASA	PROGRAM RABU	PROGRAM KAMIS
04:00 - 05:30	Adzan Shubuh & Dzikir Al-Ma'tsurat	Adzan Shubuh & Al-Ma'tsurat	Adzan Shubuh & Al-Ma'tsurat	Adzan Shubuh & Al-Ma'tsurat
05:30 - 06:30	**Kajian Fajar :** Tafsir Al-Qur'an	**Kajian Fajar :** Tafsir Al-Qur'an	**Kajian Fajar :** 'Ulumul Qur'an	**Kajian Fajar :** Motivasi Al-Qur'an
06:30 - 07:00	**Motivaction :** Motivasi & Nasyid	**Motivation :** Motivasi & Nasyid	**Motivation :** Motivasi & Nasyid	**Motivation :** Motivasi & Nasyid
07:00 - 08:00	**Binacang Advetorial**	**Advetorial (Commercial Show)**	**Advetorial (Commercial Show)**	**Advetorial (Commercial Show)**
08:00 - 09:30	**Bincang Pagi :** Editorial	**Bincang Pagi :** Dinamika Syari'ah	**Bincang Pagi :** Editorial	**Bincang Pagi :** Editorial
09:30 - 10:00	**Resonasi Iman**	**Resonasi Iman**	**Resonasi Iman**	**Resonasi Iman**
10:00 - 11:00	**Mozaik**	**Mozaik**	**Mozaik**	**Mozaik**
11:00 - 13:00	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur
13:00 - 14:00	Murottal Terjemah Misyari Rasyid	Murottal Terjemah Misyari Rasyid	Murottal Terjemah Misyari Rasyid	Murottal Terjemah Misyari Rasyid
14:00 - 14:30	**Islam Arround The World**	**Islam Arround The World**	**Islam Arround The World**	**Islam Arround The World**
14:30 - 15:00	Adzan Ashar + Sang Khalifah	Adzan Ashar + Sang Khalifah	Adzan Ashar + Sang Khalifah	Adzan Ashar + Sang Khalifah
15:00 - 16:00	**Tabloid Udara :** Commercial & Variety Show	**Tabloid Udara :** Commercial & Variety Show	**Tabloid Udara :** Commercial & Variety Show	**Tabloid Udara :** Commercial & Variety Show
16:00 - 17:30	**Konsultasi Fiqih :** Nikah	**Konsultasi Fiqih :** Thoharoh & Shalat	**Konsultasi Fiqih :** Haji & Umroh	**Konsultasi Fiqih:** Zakat, Infaq&Shadaqah
17:30 - 19:00	Adzan Maghrib + Kausar Ar Rohmah	Adzan Maghrib + Kausar Ar Rohmah	Adzan Maghrib + Kausar Ar Rohman	Adzan Maghrib + Kausar Ar Rohmah
19:00 - 20:30	**Majelis Ilmu :** Nasehat Ulama	**Majelis Ilmu :** Riyadusshalihin	**Majelis Ilmu :** Makarimul Akhlak	**Majelis Ilmu :** Tazkiyatun Nufs
20:30 - 22:00	**Bincang Malam :** Keluarga Sakinah	**Bincang Malam :** Catatan Prof Ali Aziz	**Bincang Malam :** Sistem Ustadz	**Bincang Malam :** Thibbun Nabawi
22:00 - 04:00	Murottal Terjemahan	Murottal Terjemahan	Murottal Terjemahan	Murottal Terjemahan

PUKUL	PROGRAM JUM'AT	PROGRAM SABTU	PROGRAM AHAD
04:00 - 05:30	Adzan Shubuh & Al-Ma'tsurat	Adzan Shubuh & Al-Ma'tsurat	Adzan Shubuh & Al-Ma'tsurat
05:30 - 06:30	**Kajian Fajar :** Tilawah By Phone	**Kajian Fajar :** Tilawah By Phone	Murottal Muslim
06:30 - 07:00	**Motivation :** Motivasi & Nasyid	**Motivation :** Motivasi & Nasyid	Serambi Griya Al-Qur'an
07:00 - 08:00	**Advetorial (Commercial Show)**	**Advetorial (Commercial Show)**	Tafsir Ibnu Katsir
08:00 - 09:30	**Bincang Pagi :** Editorial - MUI	**Bincang Pagi :** Bincang Medika	Gaya Hidup Muslim
09:30 - 10:00	**Resonasi Iman**	**Resonasi Iman**	Kombinasi (Komunitas Hobi & Kreasi)
10:00 - 11:00	**Mozaik**	**Mozaik**	SAWANA (Request Nasyid)
11:00 - 13:00	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur	Murottal + Adzan Dhuhur + Mimbar Dhuhur
13:00 - 14:00	Murottal Terjemah Misyari Rasyid	Murottal Terjemah Misyari Rasyid	Murottal Terjemah
14:00 - 14:30	**Islam Arround The World**	**Islam Arround The World**	Kajian Al-Hikam
14:30 - 15:00	Adzan Ashar + Sang Khalifah	Adzan Ashar + Sang Khalifah	Tarjim Al-Qur'an
15:00 - 16:00	**Tabloid Udara :** Commercial & Variety Show	**Tabloid Udara :** Commercial & Variety Show	Adzan Maghrib + Al-Ma'tsurat
16:00 - 17:30	**Konsultasi Fiqih :** Muslimah	**Konsultasi Fiqih :** Waris	Murottal Muslim
17:30 - 19:00	Adzan Maghrib + Kausar Al Irsyad	Adzan Maghrib + Kausar Ar Rohmah	**Renungan Bunda**
19:00 - 20:30	**Majelis Ilmu :** Kajian Kitab Al-Kabair	**Majelis Ilmu :** Akidah	Jelajah Al-Qur'an
20:30 - 22:00	**Bincang Malam :** Forum Ayah	**Bincang Malam :** Dialog Pra-Nikah	Murottal Terjemahan
22:00 - 04:00	Murottal Terjemahan	Murottal Terjemahan	

PT RADIO SHAMSINDO INDONUSA

Jalan Dinoyo No 57 Surabaya 60265

(031) 5624 666

www.suaramuslim.net

/RadioSuaraMuslim

@SuaraMuslim

@SuaraMuslim

info@suaramuslim.net

suaramuslim.net/android

*Tune Pembuka Acara, Adzan Shubuh, Asmaul Husna, Sholat Shubuh, Al-Ma'tsurat & Murottal

gambar 4.2
jadwal program siaran Radio Suara Muslim Surabaya

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. Profil Program Mozaik

Setiap media pasti memiliki beberapa program-program tersendiri. Khususnya program Radio Suara Muslim Surabaya. Radio ini memiliki bermacam-macam program tersendiri, baik itu program unggulan maupun program yang lainnya. salah satunya yakni Program Mozaik.

Program mozaik adalah program talkshow yang membahas tema seputar problematika, fenomena, wacana, peristiwa kekinian yang berkaitan dengan perempuan atau muslimah. Dibahas secara ringan dan cerdas, bersama narasumber ahli yang memiliki kompetensi dibidang yang menjadi topik pembahasan. Melibatkan pendengar untuk menyampaikan opini atau pertanyaan.[85] program ini bediri pada 1 Muharram 1438 Hijriyah/ 3 Oktober 2016. Awal pembuatan program ini yakni lahir dari suara mitra muslim (pendengar radio suara muslim) yang menginginkan program di radio suara muslim membahas tentang muslimah yang sesuai dengan problematika yang ada pada saat ini. Dari sinilah terbentuknya Program Mozaik seorang prodser produser program mozaik Elsa Khoirunnisa juga mengutarakan pendapatnya tentang progam mozaik sebagaimana berikut kutipannya.

> "kita pihak radio mendengar dari suara mitra muslim bahwa Mitra muslim merasa suara muslim kok, lebih banyak membahas tentang permasalahan yang ada di kitab fiqih ya,, padahal seorang muslimah kan lebih banyak problematikanya bukan hanya dari sudut fiqih aja, terus kenapa kok nggak lebih membahas tentang fenomena muslimah pada saat ini. Karena, jika suatu negara

[85] Tim pengumpul data Radio Suara Muslim Radio Network

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

dikatakan beradab jika para muslimahnya juga beradab. Akhirnya lahirlah program Mozaik ini."[86]

Program mozaik termasuk program unggulan Radio Suara Muslim Surabaya, program ini lahir dari keinginan mitra muslim sehingga banyak sekali mitra muslim yang antusias yang berinteraksi dan merespon program ini. Menurut produser program mozaik

> "Dulu waktu pertama kali program ini launching pihak produser khawatir saat program yang membahas tema-tema muslimah kekinian. Dengan begitu para produser harus benar-benar mempersiapkan tema sekaligus narasumber yang ahli dalam bidang tersebut.dengan berjalannya program ini. Akhirnya sampai saat ini saya bersyukur kepada Allah SWT. Tim produser benar-benar tidak menyangka bahwa program mozaik ini berjalan hingga saat ini.[87]

Dengan ketekunan para pegiat dakwah yang ada pada radio suara muslim khususnya program mozaik ini terus gencar akan semangat menyebarkan tentang keindahan islam. Dengan berdakwah melalui salah satu program yang terus dijalankan dengan keuletan dan berani memulai dari hal yang terkecil hingga menjadi suatu yang terbesar. Dengan cara selalu memperbarui tema-tema suatu program.

> "Program mozaik ini salah satunya termasuk program unggulan,karena dilihat dari data survey oleh tim riset Radio Suara Muslim Surabaya. Banyak sekali mitra muslim khususnya muslimah yang merespon dan berinteraksi. Karena saya pikir program ini akan berjalan begitu-begitu saja. Saya kira program ini akan kehabisan tema atau pembahasan dan kurangnya narasumber-narasumber muslimah yang hebat. Lha kok.. malah sebaliknya banyak sekali para muslimah bahkan para ikhwan pun merespon dan berinteraksi dalam program ini. Begitu juga dalam mencari

[86] Wawancara Produser Program Mozaik, Elsa Khairunnisa, tanggal 2 Januari 2018
[87] Wawancara, Produser Program Mozaik, Elsa Khoirunnisa, tanggal 2 Januari 2018

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

> narasumber muslimah yang hebat untuk dijadikan narasumber mozaik ternyata banyak sekali di saat ini"

Program mozaik merupakan program yang berbicara issue-issu kekinian, fenomena terbaru yang berkaitan dengan muslimah atau perempuan. Tetapi tidak semua bicara tentang fenomena tetapi juga berbagi ilmu parenting, salon kepribadian muslimah motivasi hati, muslimah produktif, inspirasi, etiket, berbisnis yang berhubungan dengan muslimah atau perempuan.

Tujuan dihadirkan program mozaik ini yakni untuk membetuk muslimah yang berwawaasan luas, peka dengan persoalan disekitar, terampil menghadapi kehidupan. dengan cara mengedukasi dan memotivasi para muslimah yang lebih baik, berakhlak mulia dan agar muslimah lebih memiliki yang wawasan sangat luas sesuai dengan koridor islam.

Program ini mengudara sekitar 60 menit dan memiliki jeda untuk 3 menit iklan dan 10 menit digunakan untuk kilas warta. jadwal tayang program mozaik ini setiap hari senin sampai jum'at di jam 10 pagi hingga jam 11 siang . Program mozaik ini memilik segmentasi pendengar yaitu seluruh muslimah atau perempuan Surabaya.

> "Program ini ditayangkan sekitar jam 10 sampai jam 11 siang, karena pada waktu-waktu itulah para muslimah khususnya ibu rumah tangga waktu jam santainya. Dan untuk para muslimah yang berkarir bisa saja saat berangkat kerja di sambi dengan mendengarkan siaran program mozaik dimobil atau di kantornya."[88]

[88] Wawancara, Produser Program Mozaik,Elsa Khairunisa', tanggal 2 januari 2018

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

Untuk tema yang dibahas dalam program mozaik yang telah di tentukan oleh produser tiap hari senin hingga jum'at berbeda beda dari keilmuannya mengenai sudut pandang yang berbeda. Tiap hari senin program mozaik membahas tentang inspirasi atau menjadi sosok wanita yang inspiratif dari segala segi. Tiap hari selasa membahas seputar menjadi ibu profesional dan aktif. Tiap hari rabu membahas seputar bunda dan ilmu parenting. Tiap hari kamis membahas tentang salon kepribadian muslimah, tiap hari jum'at membahas tentang bunda, ilmu parenting dan pendidikan.

Berikut contoh kutipan tema program mozaik

1. BUNDA KHADIJAH RA TELADAN IBU CANTIK MULIA.

   Goal setting: Mengedukasi dan memotivasi mitra muslimah tentang sosok Bunda Khadijah

2. BERLIAN DALAM DIRI

   Goal setting: Mengedukasi dan menginspirasi mitra muslimah agar bisa menemukan berlian yang terpendam

3. MEMILIH KACAMATA HATI

   Goal setting: Mengedukasi mitra muslimah untuk lebih mengendalikan hati dan pikiran

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. Penyajian Data

1. Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya

Strategi dakwah adalah suatu perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang telah didesain untuk dapat mencapai tujuan dakwah tertentu. Oleh sebab itu sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas. Adapun tujuan Radio Suara Msulim Surabaya dalam program mozaik yakni membentuk para muslimah menjadi muslimah yang memiliki wawasan luas dan berakhlakul karimah yang peka akan fenomena yang ada.

Dalam setiap program di Radio tentu memiliki tujuan tertentu. Untuk menggapai keberhasilan tujuan tertentu maka harus menentukan strategi yang baik. Effendi mengatakan dalam buku komunikasi. mengartikan strategi perencanaan (*planning*) untuk menggapai tujuan tertentu. Untuk strategi komunikasi harus memperhatikan komponen-komponen komunikasi yakni, komunikator, pesan, media dan efek. Dengan terkumpulnya seluruh komponen maka strategi akan berjalan dengan baik.

Agar lebih memahami strategi dakwah yang digunakan radio suara muslim surabaya dalam program mozaik maka peneliti memulai dengan interview dengan Didalam strategi dakwah radio suara muslim surabaya dalam “Program Mozaik” mempunyai proses pendekatan tersendiri. Antara lain adalah sebagai berikut:

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

Strategi sentimentil adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan memanggil dengan kelembutan hati atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa, anak-anak, orang yang masih awam, para mualllaf (imannya lemah), orang-orang yang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya.

Mengahadapi para perempuan yang saat ini banyak sekali problematikanya, maka dengan Program Mozaik ini perlu disampaikan dengan narasumber yang berwawasan luas yang dapat memotivasi dan mengedukasi para perempuan yang awam akan pengetahuan. Dengan begitu para perempuan dapat menambahkan pengetahuan ilmu dengan cara mendengarkan program-program yang membahas tentang muslimah yang peka tentang problematika disekitarnya. Dan memebrikan kesempatan untuk kalangan yang terpinggirkan untuk berbagi problematikanya dan pengalamanya, dalam program mozaik mitra muslim diberikan kesempatan berinteraksi langsung dengan narasumber untuk berbagi problematika atau pengalaman disekitarnya.

Dengan begitu tim produser Radio Suara Muslim Surabaya dapat memberikan wadah untuk berdiskusi dan menyelesaikan masalah para muslimah. Untuk mengajak para perempuan untuk menjadi muslimah

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

yang berakhlak mulia dan peka akan keadaan sekitarnya. Dalam penyajian data ini. Peneliti juga memperoleh data:

Mengenal khalayak pendengar, salah satu cara Radio Suara Muslim Surabaya untuk mendekatkan diri dengan semua pendengar Radio Suara Muslim Surabaya. Karena dengan melakukan hal tersebut pihak radio dan para pendengar radio suara muslim surabaya dapat meyetarakan keinginan pendengar dengan salah satu program yang ada di radio suara muslim surabaya. Dengan cara mengenal khalayak, maka akan bisa memunculkan atau melahirkan inovasi-inovasi yang terbaru demi kelancaran dan keberhsilan dalam suatu program.

Menurut hasil wawancara dengan produser program mozaik yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 22 Desember 2017 dan ditambahi wawancara dengan *Program Director* Radio Suara Muslim Surabaya. Dengan menggunakan 2 cara, yaitu melalui riset dan diskusi kelompok terarah atau focus grup discussion yakni suatu proses pengumpulan informasi mengenai suatu masalah tertentu dan spesifik.

Dalam FGD sendiri dibagi menjadi dari 2 kategori kelompok, yaitu kelompok frekuensi tingkat kehadiran dalam bergabung. Kelompok berdasarkan range usia. Pertama, kelompok berdasarkan frekuensi tingkat kehadiran dalam bergabung. Pendengar yang sering dan rajin bergabung melalui telepon, sms, maupun media sosial yang lainnya dan media chatting dengan memberikan pertanyaan, menyampaikan opini serta memberikan informasi, solusi bahkan kritikan sekalipun.

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

> "dalam menghadirkan program yang ada di Radio Suara Muslim ini tim radio membuat berdasarkan data hasil surve. Sumber data itulah yang menjadi rujukan diantara. Diantara hasil survey dari lembaga riset nielsen dan hasil dari *Forum Group Discoussien* dengan mitra muslim (pendengar) yang sering melakukan interaksi dalam program-program Radio Suara Muslim Surabaya melalui telepon, sms, maupun media chatting yang lain. Disini tim radio mengambil sampling dari 20-50 pendengar"

Tim radio suara muslim mengadakan agenda khusus dengan pendengar Radio Suara Muslim Surabaya dengan cara mengundang pendengar setia Radio Suara Muslim Surabaya dalam FGD. Acara khusus diskusi dengan pendengar radio suara muslim ini di gelar di Rumah Makan Nur pacific yang beralamat di jalan Raya Gubeng 37 Surabaya. Pada saat pertengahan tahun 2017. Guna untuk bersilaturrahim antara pendengar radio yang aktif dan beberapa Tim Radio Suara Muslim Surabaya. Tim radio mengundang beberapa dari pendengar suara muslim yang aktif dan dari berbagai macam sosial dari pendengar.

> "dipertengahan tahun 2017 suara muslim menjadi radio 3 besar mengadakan silaturrahim . disini tim radio mengundang 20 dari pendengar Radio Suara Msulim Surabaya dari bebarbagai latar belakang sosial pendengar. disini kita berdiskusi untuk mendengarkan masukan-masukan dari suara pendengar radio suara muslim" [89]

Kedua, kelompok berdasarkan range usia. Kelompok ini nantinya akan melihat usia pendengar dan golongan dari kaum akhwat dan ikhwan. Dengan begitu menentukan suatu program juga harus mengetahui usia dan jenis golongan

[89] Wawancara Program Directur suara, Abdul Kohar

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

Cara yang kedua tim Radio Suara Muslim Surabaya menggunakan dari data Survey yang dilakukan oleh tim riset Radio Suara Muslim. Dari data tersebut dapat diketahui usia pendengar, sosial ekonomi pendengar serta seluruh aspek-aspek pendengar. Kemudian tim riset Radio Suara Muslim Surabaya untuk menghubungi pendengar untuk menanyakan pendapat mereka tentang program tertentu.

> Tim radio juga menggunakan data eksternal yaitu data yang dihasilkan oleh survey nilsen yang dilakukan setiap triwulan sekali untuk kependengaran berapa usianya dan aspek-aspek demografisnya. Nah dari tim riset itu menanyakan kepada pendengar tentang program-program tertentu dan tentang pendapat pendengar dari beberapa program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.[90]

Metode FGD yang salah satu metode yang digunakan Radio Suara Muslim Surabaya ini merupakan suatu cara tersendiri untuk mengenal khalayaknya. Dengan suatu tujuan mengetahui bagaimana profil pendengarnya dan dari usia rata-rata pendengar setia radio suara muslim surabaya. Tujuan khusus dari forum group discoudien yaitu menampung segala masukan pendengar yang nantinya akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Untuk membantu keberhasilan program-program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.

Tujuan dari FGD ini mempunyai kesamaan dengan metode yang digunakan untuk mengenal khalayak, karena dengan metode tersebut suatu perencanaan untuk tim radio dalam mengenal khalayak akan lebih

[90] Wawancara, Program Director Radio Suara Muslim Surabaya, Abdul Kohar, tanggal 3 Januari 2018

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

mendalam lagi dalam mengenal khalayak, dengan mengetahui asal usul pendengar siapa yang akan dikenal dan mengetahui pendapat baik dari pendapat baik dari setiap orang, demi untuk memperbaiki sedikit kekurangan program dari radio suara muislim surabaya.

Selain dari metode FGD Radio Suara Muslim Surabaya juga menggunakan data eksternal yang ada dan hasil survey nielsen guna untuk mengenal khalayak.

Tujuan dari metode survey ini guna untuk mengetahui usia pendengar status sosial dan ekonomi pendengar dan aspek-aspek yang mencakup segala aspek demografis pendengar.

Dengan mengetahui aspek-aspek tersebut dapat menunjang program-program yang disiarkan. Selain itu, dari segi bahasa juga harus disesuaikan dan diperhatikan. Sehingga komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan tidak terjadi kesalah pahaman interprestasi antara pendengar, penyiar, dan narasumber.

Kedua cara mengenal khalayak yakni dengan FGD dan suevei Nielsen ada juga kesamaan dengan buku yang diciptakan oleh Hafied Cangara yang berjudul perencana dan strategi komunikasi bahwa suatu kondisi khalayak bisa diketahui dengan cara:

1) Survei;
2) Analisis isi media;
3) Kecendrungan legislatif (parlemen)
4) *Focus Group;*

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) *Open Forum*

Untuk mempelancarkan suatu program radio suara muslim surabaya juga menggunakan cara menyusun pesan yang baik, menyusun pesan tersebut demi memperlancar penyampaian pesan dan sesuai dengan target sasaran yang ditujukan.

Setelah tim program mozaik melakukan FGD tim radio dan pendengar menghasilkan masukan-masukan dari pendengar-pendengar setia Radio Suara Muslim. Guna untuk memperlancar program-program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.

Dalam menyusun pesan Radio Suara Muslim mendapat beberapa masukan dari pendengar radio. dan yang telah dilakukan dari hasil FGD ini salah satunya yaitu memilah-milah issue, dan berhati-hati dalam penggunaan bahasa saat menyusun pesan. Seperti yang telah dipaparkan salah satu narasumber program mozaik yang bernama Bunda Kastini S Kaspan. Pada tanggal 5 januari 2015 yakni sebagai berikut:

1. Dalam penyampaian pesan siaran di radio hendaklah menggunakan gaya bahasa siaran, menggunakan bahasa yang mudah dipaham dan dimengerti oleh semua kalangan, menggunakan bahasa yang lugas, sopan dan menggunakan susunan paket program yang telah disediakan.

> Dari ketentuan tim radio suara muslim dalam FGD menghasilkan tentang pesan dengan menggunakan gaya bahasa yang bagus. Menurut itu memang sangatlah penting dalam penyampaian suatu pesan kepada audien,

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

> karena jika saya menggunakan gaya bahasa atau kata-kata yang tidak lugas maka audien tidak akan dapat menerima pesan yang telah dipaparkan dengan efektif. Khususnya dalam "program mozaik" ini saya membahas dan memyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa yang ringan, hingga para muslimah khususnya ibu-ibu dapat mencerna atau memahami pesan-pesan yang telah saya sampaikan."[91]

2. Dalam pengemasan program erat dengan issue-issue yang akan dibawakan. Pengemasan program atau dalam menyusun pesan dalam program mozaik harus mencari pesan-pesan yang sesuai dengan problematika yang lagi fenomenal. ketika issu yang trend tentang perilaku yang negatif maka pesan yang disampaikan kepada pendengar radio harus tentang pesan indahnya berperilaku positif.

> "dalam pengemasan program khususnya menyusun pesan sangat erat hubungannya dengan issue atau problematika yang lagi kekiniaan. Maka kita harus memilah issue atu problematika yang paling menarik disoroti dan dibahas. Seperti halnya salah satu program unggulan yakni "program mozaik" nah dari sini dilihat issue apa yang lagi trend masalah tentang muslimah. Nah, dari situ kita sajikan topik yang erat hubunganyya denga problematika saat itu"[92]

Pesan yang disampaikan dalam program mozaik ini di berupa edukasi, motivasi ini dikaitkan terlebih dahulu dari sudut keagamaan berupa Al-Qur'an, Hadist dan sejarah yang dapat di jadikan inspiring dan pesan yang akan disampaikan itu dikaitkan dari sudut pandang keilmuan saat ini. Dan disambung dengan

[91] Wawancara, Narasumber Program Mozaik, Bunda Kastini S Kaspan, tanggal 2 januari 2018
[92] Wawancara, Produser Program Mozaik, Nafisah Nuha Al-Laili, tanggal 9 Januari 2018

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

nasehat-nasehat, dan memotivasi pendengar supaya dapat merubah kepribadiannya menjadi muslimah yang digambarkan dalam Al-Qur'an dan Hadist.

> Dari pesan mozaik yang akan disampaikan dan tema yang telah ditentukan oleh produser program mozaik. Saya mempelajari terlebih dahulu tentang issue-issue yang dipilih untuk dibahas, dan dari sini saya mulai mengkombain fenomena dengan hasil keilmuan yang umum dan saya padukan juga menurut Al-Qur'an dan Hadist atau tentang sejarah yang ada pada zaman Rasulullah".[93]

Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio Suara Muslim Surabaya dalam program mozaik ini adalah strategi yang ada pada buku Strategi komunikasi yang di tulis oleh Anwar Arifin yaitu, setelah mengenal khalayak dan kondisinya, maka langkah selanjutya adalah perumusan strategi. Perumusan strategi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut.[94]

Salah satu hasil dari FGD yang telah dilakukan oleh strategi yang pertama yaitu menampung masukan-masukan dari pendengar Radio Suara Muslim yang berkaitan dengan inovasi-inovasi untuk suatu program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.

Dalam hal masukan-masukan dari pendengar radio salah satunya untuk materi dari "program mozaik" yaitu tentang bahasa yang

[93] Wawancara, Narasumber Program Mozaik, Bunda Kastini S Kaspan, tanggal 2 Januari 2018
[94] Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Amrico,1984) h. 68

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

lugas, menggunakan bahasa yang ringan hingga sangat mudah untuk dipaham, dan menggunakan bahasa yang formal.

Dalam hal ini bahasa yang digunakan dalam program mozaik yakni bahasa yang formal, luas dan ringan. Seperti halnya tidak menggunakan bahasa yang gaul, karena sasaran dari pendengar program mozaik ini bukanlah dari kalangan remaja muslimah saja tetapi juga ada muslimah yang melalui jenjang sebagai ibu rumah tangga. Agar para mendengar mudah memahami dalam pesan program mozaik ini dari semua usia muslimah.

Sama halnya dengan buku karangan dari Onong Effendi yaitu buku Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek menyatakan bahwa dalam melancarkan komunikasi yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus kita katakan karena tidak ada perkataan yang lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung pengertian konotatif itu perlu diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksudkan. Jika dibiarkan, bisa menimbulkan intepretasi yang salah[95]

Karena pesan mempunyai hubungan yang erat dengan pengemasan suatu program, khususnya "program mozaik". Sehingga Radio Suara Muslim Surabaya sangat berhati-hati dalam memilih dan memilah issu yang akan dijadikan suatu bahan materi pembahasan materi yang akan disampaikan. Tim produser program mozaik menganalisa terlebih dahulu issu yang ada dan issu yang terbaru pada

[95] Onong Effendi, *Ilmu Komunikasi dan Teori Praktek* (Bandung: Rosdakarya,2001), h. 37

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

saat itu. Maka tim produser akan memilih issu yang terbaru itulah yang akan dijadikan bahan materi pembahasan. Pada “program mozaik”.

Jika issu yang terbaru itu tentang suatu keburukan, maka pesan yang akan disampaikan adalah tentang kebalikan dari issu tersebut. Seperti issu yang saat ini banyak dialami oleh para muslimah tentang kegagalan dalam berkeluarga, maka pesan yang akan disampaikan akan mengenai hal-hal bagaimana agar menjadi keluarga yang harmonis sakinah mawaddah warohmah. Jadi pendengar akan mudah menagkap hikmah dari contoh-contoh problematika muslimah pada saat itu dan pendengar juga dapat menangkap solusi yang diberikan atau ada jalan keluar ketika dihadapkan dengan problematika yang sama.

Pemilihan issu dan langkah-langkah dapat digunakan dalam menyusun suatu pesan seperti yang telah dijelaskan di atas itu sama halnya dengan syarat-syarat keberhasilan dalam suatu pesan yang diajukan oleh Wilbur Scharman(1955) dalam buku yang ditulis Arifin Anwar Arifin adalah:

1. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
2. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu saling bertemu

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

3. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.[96]

Berdasarkan segmentasi pendengar yang ditentukan dalam program mozaik yaitu seluruh para muslimah. maka issu-issue yang diambil haruslah dari semua problem-problem para muslimah dan bahasa yang digunakan harus formal dan ringan agar semua pendengar muslimah dapat memahami pesan tersebut.

Setelah ditentukannya issue atau topik apa yang akan di bahas dalam "program mozaik" ini, tim produser program mendiskusikan dengan ustadzah yang telah ditentukan untuk membuat materi dan menyampaikannya. Materi yang disampaikan dari awal ini berdurasi 60 menit dengan 4 kali quadran dan disela-sela nya dijeda 3 kali iklan. Meskipun dengan waktu yang sangat singkat ini, semua pesan sudah di atur sebaik mungkin. Agar semua pesan tersampaikan semuanya dan berjalan dengan baik meskipun dalam program ini disela-sela dengan penelpon dari pendengar program mozaik yang interaktif.

> sebelum memulai siaran program mozaik ini tim produser sudah menyiapkan script radio dan mengatur quadran tiap pembahasan materi program mozaik. Jadi saya menyampaikan materi dengan terstruktur tanpa ada pembahasan yang tertinggal"[97]

[96] Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi*,(Bandung: CV Amrico), h. 68-60
[97] Wawancara, Narasumber Program Mozaik, Ustadzah Hamdiyah, tanggal 29 Desember 2017

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

Dengan adanya strategi menyusun pesan. Maka pesan akan tersampaikan dengan baik dan efektif. Maka dengan ini program mozaik akan berjalan dengan efektif dikarenkan pemiliahan metode yang baik dan benar.

Dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber yang bernama Bunda Kastini S Kaspan dan Ustadzah Hamdiyatur Rohmah pada tanggal 5 januari 2018. metode yang digunakan Radio Suara Muslim Surabaya adalah:

Metode yang digunakakan dalam program mozaik ini tidak jauh dari metode dakwah yang dilakukan ceramah pada umumnya. Namun dakwah ini untuk para muslimah ini dilaksanakan di ruang siaran Radio Suara Muslim Surabaya yang berupa talkshow khusus para muslimah agar menjadi muslimah yang sesuai dalam keindahan islam dan muslimah yang peka dalam masalah problematika sekitarnya. namun disamping itu program mozaik juga menggunakan metode persuasif dan edukatif yakni materi yang disampaikan untuk mempengaruhi para muslimah yaitu dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan narasumber yang berisi tentang pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

> tujuan tim radio menyampaikan pesan dalam program mozaik ini dengan menggunakan cara mengedukasi para muslimah dengan cara menyampaikan pesan yang berisi dengan fakta-fakta yang terjadi pada saat itu dan disinilah program ini bisa memberikan solusi

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

> sesuai pengalaman saya. Agar para pendengar seperti merasakan berkomunikasi dan berbagi cerita langsung dengan narasumber. Dengan begitu program mozaik ini dapat mendidik atau mengajarkan muslimah dan memberikan solusi tepat dalam problematika yang ada ataupun yang sedang berhadapan dengan problem tersebut. ".[98]

Metode yang dipilih oleh Radio Suara Muslim Surabaya. Bertujuan untuk memperlancar suatu program, khususnya "program mozaik". Agar pesan yang disampaikan oleh ustadzah selaku Narasumber dalam "program mozaik" tersebut dapat diterima pendengar dan mudah dipahami oleh pendengar Radio Suara Muslim Surabaya terutama pendengar setia "program mozaik".

Model dari program mozaik ini adalah berupa talkshow islami yang membahas khusus problematika para muslimah dengan model talkshow yang interaktif, adanya respon dari pendengar setia Radio Suara Muslim dan ada pendengar interaktif yang berinteraktif ikut menyampaikan pertanyaan dan opini mereka melalui via telepon, whastapp dan sms.

Demi memperlancar jalannya suatu program yang baik dan mudah dipahami oleh pendengar, karena jika suatu metode tidak jelas atau tidak cocok dengan apa yang akan disampaikan, maka kemungkinan besar akan sulit dipahami oleh pendengar.

Selain data yang yang dipaparkan tentang strategi yang digunakan oleh Radio Suara Muslim Surabaya dalam program mozaik. Ini karena

[98] Wawancara Produser Program Mozaik, Nafisah Nuha Al-Laili

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

program ini model program yang interaktif dengan pendengar radio suara muslim. Dimana program ini menerima penelpon pendengar untuk mengajukan pertanyaan dan berbagi opini dalam talkshow yang sedang berlangsung, maka peneliti juga mewawancarai salah satu pendengar radio suara muslim yang sering sekali bergabung dalam program mozaik saat siaran sedang berlangsung. Disini peneliti mewawancarai Ibu Henny di Sidoarjo dengan menemui di kediaman pendengar setia radio suara muslim surabaya pada tanggal 8 januari 2018

> "saya senang banget dengan program mozaik, karena program ini adalah salah satu program talkshow yang seperti ceramah pada umumnya. Tetapi program mozaik ini pembahasannya sangat luas tentang problematika para muslimahnya. Dan disamping itu penjelasannya itu selalu dikaitkan tentang pembahasan tentang issue-issue secara umum dan dikaitkan dengan nilai-nilai keagamaan. Dan disisi lain program ini saat memberikan solusi itu sesuai dengan hal-hal secara umum dan mengaitkan solusi yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman."[99]

Dari sinilah tim radio dampak dari program mozaik ini terlihat. Dengan ada banyak nya yang merespon dalam program ini dengan cara berinteraktif dan mengajukan opini hingga sampai mampu mengaplikasikan diri sebagai muslimah yang berakhlaqul karimah.

C. Temuan Penelitian

Dari hasil penelitian peneliti di lapangan, peneliti menemukan bahwa antara teori-teori yang digunakan dalam kerangka teoritik ini sesuai dengan kenyataan hasil penelitian di lapangan. Konsepan strategi

[99] Wawancara Pendengar Program Mozaik, Ibu Henny

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 yang efektif yang telah dijelaskan dalam kerangka teoritik sesuai dengan strategi yang digunakan oleh radio suara muslim surabaya dalam program mozaik. Diantaranya:

Menurut Al-Bayanuni dalam buku Ilmu Dakwah karangan Moh. Ali Aziz salah satu bentuk starategi dakwah yakni strategi sentimentil yakni dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi muitra dakwah nasihat yang mengesankan memanggil dengan kelembutan hati atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa, anak-anak, orang yang masih awam, para mualllaf (imannya lemah), orang-orang yang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya.

Hal ini sudah sesuai dengan bentuk-bentuk strategi dakwah menurut Al-Bayunani dalam buku Ilmu Dakwah karangan Moh Ali Aziz mengahdapi para perempuan yang saat ini banyak sekali problematikanya, maka dengan Program Mozaik ini perlu disampaikan dengan narasumber yang berwawasan luas yang dapat memotivasi dan mengedukasi para perempuan yang awam akan pengetahuan. Dengan begitu para perempuan dapat menambahkan pengetahuan ilmu dengan cara mendengarkan program yang membahas tentang muslimah yang peka tentang problematika disekitarnya. Dan mampu memeberikan kesempatan untuk kalangan yang terpinggirkan untuk berbagi problematikanya dan

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

pengalamnya, dalam program mozaik mitra muslim diberikan kesempatan berinteraksi langsung dengan narasumber untuk berbagi problematika atau pengalaman disekitarnya.

Menurut Astrid Susanto, dalam buku strategi komunikasi yang ditulis oleh Arifin Anwar bahwa suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna untuk mencapai tujuan. Jadi dalam penentuan merumuskan strategi harus melihat kondisi dan khalayak oleh sebab itu langkah yang pertama yang diperlukan adalah mengenal khalayak atau sasaran.

Dalam suatu strategi tersebut akan bisa dipahami dengan cara menggunakan empat hal yakni, mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode seleksi dan penggunaan media.

1. Mengenal khalayak

Dari hasil wawancara dengan *Program Director* dan produser "program mozaik", bahwa strategi yang pertama yang digunakan tim Radio Suara Muslim Surabaya yakni mengenal khalayak. dengan mengenal khalayak tersebut dapat dilakukan dengan cara survey, analisis isi media, *focus group discoussien* yang di bagi menjadi 2 kelompok yaitu kelompok frekuensi tingkat kehadiran dalam bergabung di Radio Suara Muslim Surabaya. Kelompok kedua yaitu berdasarkan range usia dan jenis kelamin pendengar. FGD ini bertujuan untuk menegetahui seluruh profil pendengar dan mengetahui keinginan dan masukan yang diinginkan dari program-program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.

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

Sedangkan dalam mengetahui aspek-aspek status sosial pendengar. Suara Muslim Surabaya bekerja sama dengan suatu lembaga, yaitu lembaga riset Nielsen Consumer Research (NCR) yang bergerak melakukan riset konsumen media yang dilakukan tiap 3 bulan sekali.[100] Disamping itu lembaga tim riset juga menggali tentang pendapat pendengar radio tentang pendapat pendengar dalam program-program yang ada di Radio Suara Muslim Surabaya.

2. Menyusun pesan

Dalam menyusu pesan dalam program mozaik ini, sesuai dengan buku yang telah ditulis oleh Anwar Arifin. yakni pesan harus disampaikan harus menarik, sesuai dengan takaran target khalayak agar dapat membangkitkan respon pendengar program mozaik dan berinteraktif didalam program tersebut dengan begitu program ini menjadi efektif. Serta gaya yang digunakan haruslah sesuai dengan dengan sasaran khalayak, agar dapat dipahami dengan utuh.

Hal ini sesuai hasil penelitian yang ada dilapangan saat peneliti melakukan terjun lapangan. Bahwa sebelum menyusun pesan dalam bentuk jadi materi dakwah, radio suara muslim surabaya memilih issue atau problematika muslimah yang lagi trend pada saat itu yang ada disekitar pendengar muslimah. Setelah itu barulah materi dibuat diskusi dengan ustadzah yang ditentukan dan produser program mozaik. Yang berisi tentang fakta-fakta problem muslimah saat itu dan memberikan

[100] http://id.wikipedia.org/wiki/Nielsen, diaskes pada 9 Januari 2018,pkl. 20.15

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

nasehat, solusi dan memotivasi dari fakta-fata problem muslimah yang telah terjadi dan ketika para muslimah dihadapkan dengan problematika yang ada disekitarnya.

> Disini tim radio dalam menyusun pesan atau menentukan tema dalam program mozaik ini, selalu melihat issue atau fenomena yang terjadi saat itu atau lagi trend-trendnya. Kemudian setelah tim produser sudah menentukan tema maka produser mulai menentukan narasumber yang sesuai dengan pakar ahli dari problematika itu, disini tim produser selalu berdiskusi terlebih dahulu dalam pesan yang akan disampaikan oleh narasumber"

Karena awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan *Procedure* atau *From Attention To Action Procedure*. Artinya membangkitkan perhatian (*Attention*) untuk selanjutnya menggerakkkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Hal ini juga sama dalam buku strategi komunikasi yang ditulis Anwar Arifin Wilbur Scrahman berhasilnya pesan tersebut pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa agar dapat menarik perhtatian pendengar, dalam program mozaik ini pesan telah di kemas sebaik mungkin dan semenraik mungkin salah satunya dalam menentukan tema dan narasumber yang menyampaikan pesan tersebut.

Dalam penentuan narasumber atau ustadzah haruslah berhati-hati dalam menentukannya, karena dalam buku Onong Effendi dalam menyusun pesan gaya bahasa yang itu penting.

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

Gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan dalam program mozaik menggunakan gaya bahasa yang ringan dan lugas dan sudah sesuai dengan ssegmentasi pendengar program mozaik suara muslim Surabaya. Dengan begitu pesan akan tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami oleh pendengar program mozaik.

3. Menetapkan metode

Setelah menyusun pesan langkah selanjutnya yaitu menetapkan metode yang sesuai. Dalam menetapkan metode ini ada 2 metode salah satunya yang dipilih dalam yakni metode metode persuasif dan edukatif yakni materi yang disampaikan untuk mempengaruhi para muslimah yaitu dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan narasumber yang berisi tentang pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

Dalam metode persuasif dan edukasi ini dapat mengimbangi "program mozaik" yang formatnya yakni mengajak para muslimah untuk bangkit dari sifat ketidak percayaan diri. Metode ini digunakan semata-mata untuk mengajak para khalayak dan memberikan pengetahuan khalayak dari suatu pernyataan umum dari fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman. Dengan tujuan mengubah tingkah laku khalayak ataupun pendengar ke arah yang diinginkan.

Inilah hasil temuan penelitian di lapangan. Relevan atau sesuai dengan teori yang peneliti gunakan sebagai acuan. Program mozaik ini dibuat tidak asal-asalan. Tujuan serta pengemasan program mozaik ini jelas. Didalam memilih narasumber juga tidak asal-asalan meskipun ada

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

narasumber yang tidak semua orang kenal tetapi program ini sangat benar-benar berhati-hati dalam menentukan narasumber, narasumber dilihat dari sisi keilmuan dan luasnya wawasan pengetahuan tentang problematika muslimah dan narasumber yang mampu mengedukasi sekaligus memotivasi muslimah agar menjadikan muslimah peka akan probelmatika disekitarnya. Dalam hal menentukan narasumber juga dilihat dari bagaimana keahlian narasumber dalam menyampaikan pesan di media massa, seperti suara yang mendukung untuk didengar dan bahasa yang lugas, jelas yang dimiliki setiap narasumber.

Narasumber atau ustadzah yang dipilih oleh Radio Suara Muslim Surabaya dalam program mozaik merupakan orang yang berwawasan luas dan paham tentang keagamaan. Program ini berisi tentang tema-tema yang menarik sesuai fakta-fakta yang ada dan mudah dipahami serta materi yang menarik untuk dibahas. Terbukti saat melakukan penelitian dilapangan, materi yang di sampaikan berisi tentang issu-issu yang terbaru dan trend, serta cara cara penyampaian narasumber atau ustadzahnya sangat menarik, program ini juga menampung opini para muslimah saat program ini melakukan siaran *On Air*. Serta banyak sekali pendengar yang mengapresiasi program ini dan banyak sekali pendengar yang ikut berinteraksi dalam materi program mozaik setiap harinya, melalui telpon langsung yang disambungkan oleh *gatekeeper*, melalui sms dan whats app yang dibacakan oleh penyiar “program mozaik”.

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

Meskipun saya melihatnya dari program ini kadang pembahasannya disambungkan dengan keilmuan umum seperti psikologi wanita, berkariernya wanita. Tetap saja program ini mengedepankan dakwahnya dengan cara selalu mengkombain antara keilmuan secara umum dan keilmuan keagamaan. Karena radio suara muslim ini memang radio yang fokus pada program dakwahnya tetapi disisi lain radio ini tidak meninggalkan program-program umum dan berita yang aktual.

4. Teori uses and gratification

Yang dijadikan acuan dalam penelitian ini juga menggunakan *teori uses and gratifikations* dimana teori ini berfokus pada bagaimana individu menggunakan media massa mengapa individu menggunakanya.

Sama halnya dengan khalayak atau masyarakat memilih suatu media khususnya media radio yang dirasa itu sangat memenuhi kebutuhannya dalam segi ilmu pengetahuan.

Dari sinilah radio harus dapat membentuk strategi yang tepat dan efektif dalam menyususun suatu program. agar program terbentuk dengan efektif dalam memenuhi kebutuhan pendengar radio.

Yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah sebuah teori pengguna dan gratifikasi (*uses and gratifications*) dimana teori ini berfokus pada bagaimana individu menggunakan media massa dan mengapa mereka menggunakannya. Seperti halnya Radio Suara Muslim Surabaya dalam ketepatan menyusun pesan dalam suatu program maka radio itu akan dipilih oleh khalayak dan akan menjadikan radio suara

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

muslim ini sebagai media yang memenuhi kebutuhan wawasan keilmuan pendengar

> "saya suka sekali dengan "program mozaik", karena program ini adalah salah satu program talkshow yang seperti ceramah pada umumnya. Tetapi program mozaik ini pembahasannya sangat luas tentang problematika para muslimah nya. Dan disamping itu penjelasannya itu selalu dikaitkan tentang pembahasan tenttang issue-issue secara umum dan dikaitkan dengan nilai-nilai keagamaan. Dan disisi lain program ini saat memberikan solusi itu sesuai dengan hal-hal secara umum dan mengaitkan solusi yang sesuai dengan nilai-nilaim keislaman."[101]

[101] Wawancara Pendengar Program Mozaik, Ibu Henny

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan dan analisis dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan. Strategi sentimentil dan strategi komunikasi efektif Radio Suara Muslim Surabaya yang digunakan dalam penyampaian pesan "program mozaik" sebagai berikut:

1. Strategi sentimentil dengan melakukan pendekatan yang menggunakan strategi sentimentil, dimana strategi ini dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan. Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa.
2. Mengenal khalayak dengan menggunakan metode *Forum Group Discussion* (FGD) yang dibagi menjadi kelompok frekuensi tingkat kehadiran dalam bergabung, kelompok berdasarkan range usia.
3. Menyusun pesan berdasarkan segmentasi pendengar, FGD dan hasil survey menentukan issue yang lagi tren untuk menyusun materi yang mencakup pengetahuan dan problematika muslimah, fakta-fakta yang ada dan nasehat-nasehat untuk pendengar. Dengan menggunakan gaya bahasa yang lugas sesuai dengan segmentasi pendengar dan menggunakan metode persuasif dan edukasi edukatif yakni pesan yang berisi ajakan dan mendidik dengan memberikan suatu ide kepada pendengar program

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

mozaik atas fakta-fakta ataupun pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi kebenarannya. Model dakwah dalam program mozaik yaitu talkshow khusus para muslimah yang interaktif dan dapat menyampaikan suatu opini mereka.

B. Saran

1. Bagi pendengar, dalam mendengarkan nasehat dan motivasi yang telah didapatkan dari media yang digunakan, berharap tidak hanya sekedar mendengarkanya tetapi juga mempraktikan. Agar supaya dapat menjadikan diri ini menjadi insan yang diharapkan dalam keindahan islam. Khususnya para muslimah.
2. Demikian untuk media yang digunakan untuk berdakwah. Khususnya radio suara muslim Surabaya yang memiliki banyak sekali program dakwah yang nomor satu. untuk lebih sering mengupgrade program-program dakwah yang lebih istimewa. Agar lebih manfaat bagi pendengar yang masih awam tentang ilmu keagamaannya.
3. Untuk penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi berdasarkan penelitian ini maka penulis memberikan saran dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti memberikan rekomendasi kepada peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian pada strategi program yang lain di Radio Suara Muslim Surabaya

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

DAFTAR PUSTAKA

.

Ali Aziz, Moh, 2012, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Amrozi, Yusuf, 2014, *Dakwah Media dan Teknologi*, Surabaya: UIN SA PERS.

Anwar, Arifin, 1984, *Strategi Komunikasi*, Bandung: CV Amrico

Anwar, Gentasri ,1995, *Teknik dan Seni Berpidato*, Jakarta: PT Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian*, Jakarta : PT Renika Cipta, 2010.

Asra, Abuzar,dkk,2014, *Metode Penelitian Survey*, Bogor: In Media

Baran, Stanley J, 2012 *Pengantar Komunikasi Massa;melek media dan budaya*,Penerjemah: S .Rouli Manalu.

Buwaety, Ahmad, *Dakwah Dan Media Elektronik* (http://bimaislam.depag.co.id), diakses 9Oktober 2017

Dapartemen Agama RI, 2010, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro.

David, Fred.R, 2002, *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Prenhallindo.

Fauzia, Mira, 2006, *Urgensi Media Dalam Dakwah".*

Ghoni, M. Djunaidi, dan Almanshur, Fauzan, 2016, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, cet.III.

Gunawan, Imam, 2016, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Hafinuddin, Didin,1998, *Dakwah Aktual*, Jakarta :Gema Insani Press.

Halim, Ahmad, *Strategi Dakwah yang Terabaikan dalam jurnal Ilmu Dakwah*, Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Hamidi, 2010, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang: Umm Press.

Ilahi, Wahyu dan Munir,M, 2006, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Ilaihi, Wahyu,2010, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Jakfar Puteh,A, 2006, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*, Yogyakarta: AK.

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

Group.

Kartiko Widi, Restu , 2010, Asas-*Asas Metode Penelitan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kusnawan, Aep, *Ilmu dakwah kajian berbagai aspek.* (ed), Bandung: Pustaka Bani Quraisy.

Masduki, 2001, *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.

Moleong, J. Lexy, 2009, *MetodePenelitianKualitatifedisiRevisi*, Bandung: PT. Remaja

Morissan, 2008, *Manajemen Media Penyiaran*. Strategi mengelola Radio dan Televisi, Jakarta: Kencana.

Morissan, 2009, *Managemen Media Penyiaran,*, Jakarta: Kencana.

Muhidin, Asep, 2002, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an,* Bandung: CV Pustaka Setia.

Muhidin, Asep,2002, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an,* Bandung: CV Pustaka Setia.

Rahmat, Jalaluddin, 2003, *Psikologi Komunikasi Edisi Revis*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Romli, Khomsahrial, 2016, *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT.Gramedia Rosdakarya.

Sambas, Sukriyadi, 2012, *Pokok-pokok Wilayah kajian Ilmu Dakwah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy

Soewadji, Jusuf, 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Soewadji,2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Subagyo, 1991, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Sunarto, 2012, *Kiai Prostitui Pendekatan Dakwah KH.Khoiron Suaib di Lokalisasi Surabaya*, Surabaya: Jaudar Press.

Syukir, Asmuni,1983, *Dasar-Dasar Strategi dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas.

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

Tasmara, Toto, 1997, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama.

Uchjana, Onong, 1997, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Rosdakarya.

Vivian, Jhon ,2008, *Teori Komunikasi Massa.* edisi kedelapan, Jakarta: Kencana.

Warson Munawir, Ahmad, 1997, *Kamus Al Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progresif.

Wiryanto,2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana cet.ke-1.

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