STRATEGI RADIO SUARA TEBUIRENG SEAGAI MEDIA DAKWAH DALAM PROGRAM NGAJI BARENG

SKRIPSI
Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam (S. Sos) Dalam Komunikasi Penyiaran Islam

Oleh :
REGO BACHTIAR
B01212027

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
2018

LEMBAR PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN

OTENTISITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rego Bachtiar

NIM : B01212027

Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam / KPI

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwah skripsi tersebut belum pernah diajukan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.

Skripsi tersebut benar-benar hasil karya mandiri penulis dan bukan merupakan jiplakan atau plagiasi atas karya orang lain.

Penulis bersedia menanggung semua konsekuensi hukum bila ternyta dikemudian hari diketahui atau terbukti secara sah dan meyakinkan bahwa skripsi tersebut merupakan hasil plagiasi.

Surabaya, 10 juli 2018

Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL

6000

Rego Bachtiar

B01212027

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini ditulis oleh:

Nama : Rego Bachtiar

NIM : B01212027

Judul : Strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng.

Bahwa skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 10 Juli 2018

Pembimbing,

Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I.
NIP. 196512171997031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Rego Bachtiar ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 23 juli 2018

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abdul Halim,M.Ag
NIP. 196307251991031003

Penguji I,

H.Abdullah Sattar.S.Ag.,M.Fil.I
NIP.196512171997031002

Penguji II,

Dr.H. Sunarto AS, MEI
NIP. 195912261991031031001

Penguji III,

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

Penguji IV,

Tias Satria Adhitama, S.Sos.I, MA
NIP. 197805092006041004

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 : Rego Bachtiar
NIM : B01212027
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan komunikasi / Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : Rego Bachtiar @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 Radio Suara Tegalrejo sebagai media dakwah dalam Program ngaji barong

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, 2 agustus 2018

Penulis

(Rego Bachtiar)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Rego Bachtiar, NIM. B01212027, 2018 : Strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng

Kata Kunci: Strategi Radio, Media Dakwah, Ngaji Bareng

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi radio Suara Tebuireng dalam program Ngaji Bareng. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng.

Untuk mengidentifikasi persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sehingga data yang didapatkan oleh peneliti akan disajikan dengan cermat secara deskriptif menggunakan kata-kata. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sementara untuk menegaskan keabsahan data digunakan teknik triangulasi dan penggalian data melalui referensi yang memadai.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa strategi radio Suara Tebuireng FM sebagai media dakwah program Ngaji Bareng adalah menekankan pada strategi positioning dan format program. Dimana yang diterapkan adalah pengajian satu arah (monolog) ala pesantren dengan seorang kiai yang menjadi dai'nya atau sebagai narasumber (penyiar) untuk menyampaikan materi dengan menyelesaikan satu kitab yang telah ditentukan.

Bentuk penyampainnya di barengi dengan *Maknani* sebagaimana budaya pengajian di pesantren dan di tutup dengan diaolog interaktif sebagai ciri khas dari radio itu sendiri.

Adapun rekomendasi untuk penelitian berikutnya hendaknya dilakukan peneliti yang lebih mendalam pada strategi suatu program radio sehingga dapat ditemukan variasi-variasi baru dalam penggunaan strategi yang digunakan dalam program radio.

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

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI viii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Definisi Konsep 7
F. Sistematika Pembahasan 9

BAB II : KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka 11
   1. Pengertian Radio dan Strateginya 11
   2. Media Dakwah 29
   3. Radio Sebagai Media Dakwah 40
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan 43

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 47
B. Subjek dan Objek Penelitian 48
C. Jenis dan Sumber Data 49
D. Tahap-tahap Penelitian 52
E. Teknik Pengumpulan Data 58

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. Teknik Analisis Data 63
G. Teknik Keabsahan Data 65

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

A. Setting Penelitian 69
B. Penyajian Data 81
C. Penemuan Penelitian 90

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan 93
B. Saran 93

DAFTAR PUSTAKA

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media penyiaran di Indonesia saat ini tergolong pesat dengan banyaknya bermunculan lembaga televisi dan radio. Khalayak mendapatkan banyak alternatif siaran televisi dan radio untuk mendapatkan informasi, pendidikan dan hiburan. Akan tetapi, lembaga stasiun penyiaran televisi dan radio tersebut sebagian besar berupa lembaga penyiaran swasta komersial yang lebih menekankan pada keuntungan finansial (*profit oriented*), sehingga materi siaran lebih banyak berupa hiburan, iklan dan sangat sedikit memberikan materi tentang pendidikan masyarakat. Lembaga penyiaran publik seperti RRI dan TVRI seharusnya mewadahi kebutuhan komunikasi, informasi dan pendidikan masyarakat. Akan tetapi selama pemerintahan Orde Baru justru lebih banyak menyuarakan kepentingan pemerintah (penguasa).

Menurut Hadi, salah satu bentuk media massa yang potensial untuk mendukung pemberdayaan masyarakat adalah radio. Media siaran ini memiliki kemampuan tinggi untuk mengantar dan menyebarkan pesan-pesan pembangunan secara cepat dan serentak kepada khalayak luas, yang berada di tempat yang terpencar, tersebar luas, sampai ke tempat-tempat jauh terpencil dan sulit dicapai angkutan umum.

Dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, lembaga penyiaran dibagi menjadi, lembaga penyiaran komunitas, lembaga penyiaran publik, swasta dan berlangganan. UU Penyiaran memberikan

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

kewenangan terhadap komunitas untuk menyelenggarakan penyiaran, asalkan memenuhi ketentuan bahwa siaran komunitas tersebut bersifat independen, tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.

Penyelenggaraan penyiaran komunitas ditujukan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa. Sebagai media siaran yang diselenggarakan dari, oleh dan untuk komunitas itu sendiri, seyogyanya radio komunitas dapat berperan maksimal sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan yang dibutuhkan.

Selain itu karakter dari lembaga penyiaran komunitas adalah hubungan langsung dan intensif antara lembaga penyiaran dengan komunitas, serta adanya partisipasi anggota komunitas dalam perencanaan program, produksi, pembiayaan, dan dalam mengevaluasi kinerja lembaga penyiaran. Maka di *introduksilah* konsep *local consultative forum* atau *community based communication center*. *Forum* warga untuk membahas segala sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan komunitas[1]

Dunia radio saat ini didominasi oleh siaran yang lebih menonjolkan informasi/berita (*news*) dan hiburan (*entertainment*). Akibatnya masyarakat dilayani oleh media yang isi siarannya berorientasi pada keuntungan finansial tanpa mempertimbangkan aspek moral, etika, budaya, dan kepribadian masyarakat. Meskipun ada program bernuansakan pendidikan dan agama,

[1]Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, (Yogyakarta: LKIS, 2004), 235.

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

prosentasenya masih di bawah 10%. Bahkan di bulan Ramadhan pun, acara berorientasi hiburan mendominasi di semua televisi dan radio. Dominasi radio komersial juga mengakibatkan termarginalnya lembaga lain, khususnya radio komunitas. Padahal lembaga ini memiliki potensi dan andil yang cukup besar dalam membentuk kepribadian manusia.[2]

Selain dengan dominasi radio komersial, umat Islam juga dihadapkan pada mengudaranya radio non muslim baik secara legal maupun ilegal yang menyampaikan misinya. Hal ini tentunya menjadi tantangan dakwah yang tidak boleh diabaikan begitu saja. Oleh karena itu kehadiran radio dakwah yang bisa memberikan pencerahan kepada umat sangat diperlukan.

Di Jombang sudah sangat banyak stasiun radio. Ini memberi indikasi bahwa radio mendapat tempat di hati masyarakat, karena Jombang mayoritas penduduknya beragama Islam, tentu menjadi pertimbangan tersendiri bagi radio-radio yang ada, sehingga acara-acara yang disajikan tidak lepas dari masalah keagamaan khususnya siaran dakwah Islam.

Tumbuhnya media Islam tersebut diharapkan dapat menjalankan aktifitas dakwahnya dalam memberdayakan umat Islam. Seiring dengan perkembangan waktu dan semangat dakwah, Radio Suara Tebuireng mengalami kemajuan pesat.

Diantara strategi radio yang menjadi sesuai dengan media dakwah yaitu menggunakan strategi tilawah. Yang mana strategi tersebut meminta mitra dakwah mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.

---

[2]Najahan Musyafak, *Operasinalisasi Radio Komunitas dalam Dakwah Islam*, (Semarang: Fakultas Dakwah, 2009), 02.

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

Demikian ini 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 ٱلَّذِىٓ أَنشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۖ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

“Katakanlah, Dia-lah yang menciptakan kamu dan menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati. (Tetapi) amat sedikit kamu bersyukur”. (QS. Al-Mulk [67]: 23).[3]

Dalam penyiarannya, Radio Suara Tebuireng bukanlah media massa yang netral akan tetapi lebih memihak dan membela umat Islam. Di samping itu Radio Suara Tebuireng bukanlah lembaga atau organisasi yang berorientasi kepada keuntungan materi semata, namun lebih bersifat sosial dan semata-mata untuk melakukan syi’ar dakwah Islamiyah di era informasi.[4]

Dakwah Radio Suara Tebuireng dengan memanfaatkan ruang publik melalui media radio juga menemui berbagai tantangan. Selain harus bersaing dengan radio komersial maupun radio komunitas yang lain untuk menarik perhatian pendengar yang heterogen, masalah pendanaan seperti untuk biaya operasional dan *maintenance* peralatan yang harus dikeluarkan setiap bulan juga menjadi sesuatu yang tidak bisa diabaikan begitu saja.[5]

Tidak kalah peliknya saat ini radio harus bersaing dengan berbagai media yang lain untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Misalkan untuk

[3] Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta: Percetakan dan Offset “JAMUNU”, 1965).
[4] http//:www.suaratebuireng.com, Diakses pada Selasa, 23 Agustus 2016, Pukul 02.00 Wib.
[5] ibid

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

musik, saat ini kemajuan teknologi telah sedemikian maju sehingga memberikan banyak pilihan bagi orang dalam menikmatinya. Diantaranya, melalui media televisi, CD player, MP3, Ipod, dan lain sebagainya. Orang bisa memutar musik sesuai seleranya masing-masing. Hal ini membuat radio komunitas semakin banyak ditinggalkan pendengarnya. Dengan demikian peluang orang mendengarkan acara dakwah melalui radio menjadi semakin kecil.

Namun berbeda dengan radio yang lain, cara Radio Suara Tebuireng untuk melakukan siaran dengan lebih menonjolkan pendidikan dan juga nilai-nilai keagamaan. Selain itu, sama halnya dengan siaran radio pada umumnya, radio suara Tebuireng juga memberikan sajian hiburan berupa lagu, akan tetapi lagu yang di putar oleh radio suara Tebuireng juga bernuansa islami.

Dalam hal ini Radio Suara Tebuireng dituntut mampu menemukan strategi tepat untuk bertahan dan semakin berkembang pesat dalam rangka mensyi'arkan nilai-nilai Islam, dan mengharuskan Radio Suara Tebuiereng menempatkan diri dalam posisi yang tepat, sesuai dengan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, serta tantangan dan peluang dari lingkungan diantara lembaga sejenisnya.

Pengelolaan penyiaran radio perlu berhati-hati dalam memnentukan *programing* penyiaran radio. Langkah awal yaitu haru menentukan *positioning* yang hendak dicapai. Karena itu akan berfungsi agar pendengar yang kita raih sesuai dengan citra yang dikehendaki. Salah satu caranya adalah membuat format acara yang akan diudarakan kepada pendengar. Sehingga antara positioning dan format acara akan membentuk citra staiun penyiaran.

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

Ngaji Bareng adalah salah satu program radio Suara Tebuireng yang diposisikan sebagai citra radio yang mengudarakan nafas-nafas islami kepada para pendengar dengan format pengajian ala pesantren.

Program ini berdiri sebagai fasilitas kegiatan seputar kepesantrenan, lebih khusus kajian keagamaan melalui media radio. Sehingga format Ngaji Bareng dirasa perlu sebagai strategi radio Suara Tebuireng dalam mengembangkan medianya sebagai media pelopor keagamaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul "Strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng" 105,3 FM.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu Bagaimanakah Strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1 Secara Teoritis

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

Hasil Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan lebih mendalam tentang strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng.

2 Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, sangat berharap besar, agar dapat mengetahui dan memahami bagaimana strategi Radio Suara Tebuireng Sebagai Media Dakwah Dalam Program Ngaji Bareng. Dengan begitu hasil penelitian ini bisa menjadi bahan acuan pembelajaran bagi penulis agar dapat mengamalkan dan mengembangkannya serta dalam rangka memenuhi syarat akhir semester, guna mengakhiri masa perkuliahan di sarjana S1.

b. Secara Akademis

Dari hasil penelitian ini, harapan besar bagi peneliti bisa menjadikan tema ini sebagai bahan atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya.

E. Definisi Konsep

1. Strategi

Istilah strategi sering kali di dengar dalam dunia bisnis, manajemen ekonomi bahkan tidak jarang dalam dunia politik. Bahkan karena keluwesannya, istilah ini belakangan digunakan juga oleh bermacam-macam bidang, termasuk juga dalam dunia dakwah.

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

Gerry Johnson dan Kevan Scholes (dalam buku "Exploring Corporate Strategy") menjelaskan definisi strategi yaitu sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan *(stakeholder)*.

Dari definisi di atas, Secara umum strategi dapat berarti sebagai sebuah rencana tentang serangkaian kegiatan, yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata maupun yang tidak kasat mata, untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan yang telah dibuat oleh sebuah organisasi.[6]

2. Radio Sebagai Media

Radio adalah suara.[7] *Radio is the birth of broadcasting* (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kepadanya. Secara psikologis, suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemasan auditif. Menurut Stanley R. alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditranformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.[8]

---

[6] B.N. Marbun SH, *Kamus Manajemen,* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2005), 270.
[7] Masduki, *Menjadi Broadcaeter Profeional,* (Bantul : Pustaka Populer Lkis, 2004), hal. 15
[8] Ibid, hal 17

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 menurut Jhon Vivian, radio is everywhere. Sinyal yang dikirim melalui medium radio mampu menembus batas-batas negara dan teritori pulau.[9]

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berpikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain:

1. Bab I adalah pendahuluan, bab pertama dari skripsi yang mengantarkan pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan.
2. Bab II adalah kepustakaan, 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.
3. Bab III adalah 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 data, teknik keabsahan data.
4. Bab IV adalah penyajian data dan temuan penelitian. Dalam bab ini disajikan pembahasan mengenai setting penelitian profil radio Suara Tebuireng, profil program “Ngaji Bareng”. Penyajian data tentang strategi

[9] Ibid, hal 17

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

radio Suara Tebuireng sebagai media dakwah dalam program "Ngaji Bareng" yang meliputi, strategi program, analisis audience, positioning dan format program. Kemudian pada temuan penelitian menyajikan tentang hasil dari analisis data yang disajikan sesuai dengan kecenderungan yang muncul dari data.

5. Bab V adalah penutup, pada bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan. Yang perlu diingat bahwa kesimpulan harus sinkron dengan rumusan masalah, baik dalam hal urutan atau jumlahnya. Disamping itu, dalam bab ini juga disajikan saran yang ditujukan 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 KEPUSTAKAAN

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Radio dan Strateginya

Radio adalah suatu alat komunikasi yang di manfaatkan gelombang elektromagnetik sebagai pembawa pesan yang di pancarkan melalui udara denngan kecepatan yang menyamai kecepatan cahaya. Proses penyampaian pesan ini memerlukan dua sarana utama, yakni sebuah pengirim pesan yang yang lazim disebut *pemancar radio* dan sebuah penerima pesan yang di namakan *penerima radio*.[10]

Menurut Masduki, radio merupakan media auditif (hanya bias didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau bisa didengarkan dimana–mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi factual melalui telinga pendengarnya.[11]

Radio dalam pengertian radio siaran atau lembaga penyiarannya radio adalah sebuah institusi atau perusahaan yang bergerak di bidang media penyiaran.[12] Dalam pengertian lain radio siaran adalah media komunikasi yang memiliki efektifitas tinggi dalam menyampaikan pesan, meski di sisi lain juga memiliki kelemahan.

---

[10] Ensiklopedi Nasional Indonesia cetakan 3, (1990), h. 25
[11] Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: Lkis, 2001), h.9
[12] Didin Syaifudin, *Diktat Radio Siaran*, (Sidoarjo: 2005), h. 8

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

Radio siaran merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah *Auditif*, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran.[13]

Radio merupakan lambang komunikasi yang berbunyi dan hanya dapat ditangkap oleh telinga (*Auditif*). Jadi radio masuk pada jenis media yang berbentuk ucapan atau bunyi (*The spoken word*).[14]

a. Bentuk- bentuk Siaran Radio

Siaran di radio adalah makanan indra pendengar atau telinga sehingga getaran yang dikemasnya perlu disesuaikan dengan hal-hal yang dapat dipahami oleh indra telinga ini.karena itu apa yang disajikan untuk di baca, belum tentu dapat didengar, susunan berita untuk koran belum tentu akan mencapai tujuan jika di hidangkan melalui radio siaran begitu juga susunan pidato untuk disampaikan dalam acara tabligh akbar belum tentu akan sukses jika disampaikan melalui radio. Ini berarti dalam siaran radio memiliki ciri tersendiri.[15]

Untuk itu dalam siaran terdapat ketentuan- ketentuan bentuk siaran dan susunan kalimat untuk menyaring kata- kata mana yang mudah di tangkap pengertiannya oleh rata- rata pendengar. Selain itu ditentukan pula cara pembawaanya.

Dalam penyajian program atau penyampaian informasi maupun pesan dapat dilakukan dengan:[16]

---

[13] Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast journalism* ,(Bandung: Nuansa, 2004), h. 19
[14] Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Cetakan II*, (Bandung: Armico, 1984), h. 27
[15] Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam* h. 54
[16] Wahyudi, J.B, *Jurnalistik Radio dan Televisi* (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1996), hh. 83-97

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) Monolog

Monolog adalah salah satu bentuk penjelasan masalah yang disajikan secara tunggal oleh nara sumber seperti ceramah, pidato, khotbah.

2) Dialog

Dialog dalam bentuk ini minimal ada dua orang nara sumber yang menjelaskan. Para nara sumber di pilih secara slektif sehingga mereka benar- benar merupakan nara sumber yang relevan untuk menjelaskan masalahnya seperti, wawancar, diskusi panel, debat dan talk show.

3) Reportase

Reportase adalah laporan pandangan mata baik langsung maupun tunda.

4) Editorial

Pendapat dari lembaga tempat editor itu bekerja terhadap masalah hangat yang ada dan berkembang di tengah- tengah masyarakat. Seperti, tajuk, ulasan atau komentar.

5) Dokumenter

Dokumenter adalah penyajian materi yang isi pesannya mengundang nilai sejarah dengan tujuan mengingat kembali fakta sejarah.

b. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Radio merupkan media yang dapat menyalurkan dan menyebarkan informasi, karena sifatnya lebih cepat daripada media lainnya. Siaranya lebih

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

cepat tanpa harus memandang seperti letak geografis dan juga jarak penempuhanya.

Dari sana kita ketahui bahwa radio adalah media massa setelah televisi. Bahkan radio telah mendapat julukan dari para ahli komunikasi sebagai kekuasaan kelima atau *The Fifth Estate* setelah pers yang dianggap sebagai kekuasaan keempat.[17] Adapun kelebihan- kelebihan media radio sebagai media dakwah menurut Ali Aziz adalah:[18]

- Bersifat langsung

  Untuk menyampaikan pesan dakwah melalui radio tidak harus yang kompleks sebagaimana penyampaian pesan melalui pers atau surat kabar, misalnya hanya dengan secarik kertas, komunikator (*Da'i*) dapat secara langsung menyampaikan dakwahnya dengan mikrofon.

- Radio siaran tidak mengenal jarak rintangan

  Radio dianggap sebagai *The Fifth Estate* karena radio tidak mengenal jarak dan rintangan selain waktu, bagaimanapun jarak yang dituju radio dapat didengar, di gunung - gunung, lembah-lembah,padang pasir, bahkan lautan luas. Semuanya tidak menjadi rintangan, bahkan di derah terpencil sekalipun dapat di jangkau oleh radio.

- Radio siaran punya daya tarik yang kuat

  Radio siaran punya daya tarik yang kuat disebabkan karena sifatnya yang serba hidup karena tiga unsur yang ada padanya yaitu musik, kata - kata dan suara.

---

[17] Onong Uchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi, (*Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 107
[18] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 1993), hh. 91- 93

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

- Biaya relatif murah

  Pada umumnya radio telah menjadi media utama yang dimiliki oleh masyarakat atau penduduk baik yang kaya maupun yang miskin, yang membedakan hanya bila yang kaya mempunyai seperangkat stereo yang canggih, sedangkan yang miskin hanya mempunyai radio transistor yang kecil.

- Mampu menjangkau tempat terpencil

  Radio merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungi tempat - tempat terpencil.

- Tidak terhambat oleh tingkat kemampuan baca tulis

  Siaran radio tidak terhambat oleh tingakat kemampuan baca tulis populasinya lebih dari 70 persen, jutaan orang ini tidak tersentuh oleh media massa lain, kecuali siaran radio dalam bahasa mereka.

Semua faktor di atas merupakan suatu keuntungan dari media radio, meskipun demikian radio mempunyai kekurangan yaitu:[19]

- Siaran hanya sekali didengar (tidak dapat di ulang), kecuali memang dari pusat pemancarnya.
- Terikat oleh pusat pemancarnya dan waktu siaran. Yakni siaran radio tidak setiap saat dapat di dengar menurut kehendaknya.
- Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis.

[19] Asmuni Syukir, *Dasar - Dasar Strategi Dakwah Islam,* (Surabaya: Al- ikhlas, 1983), h. 170

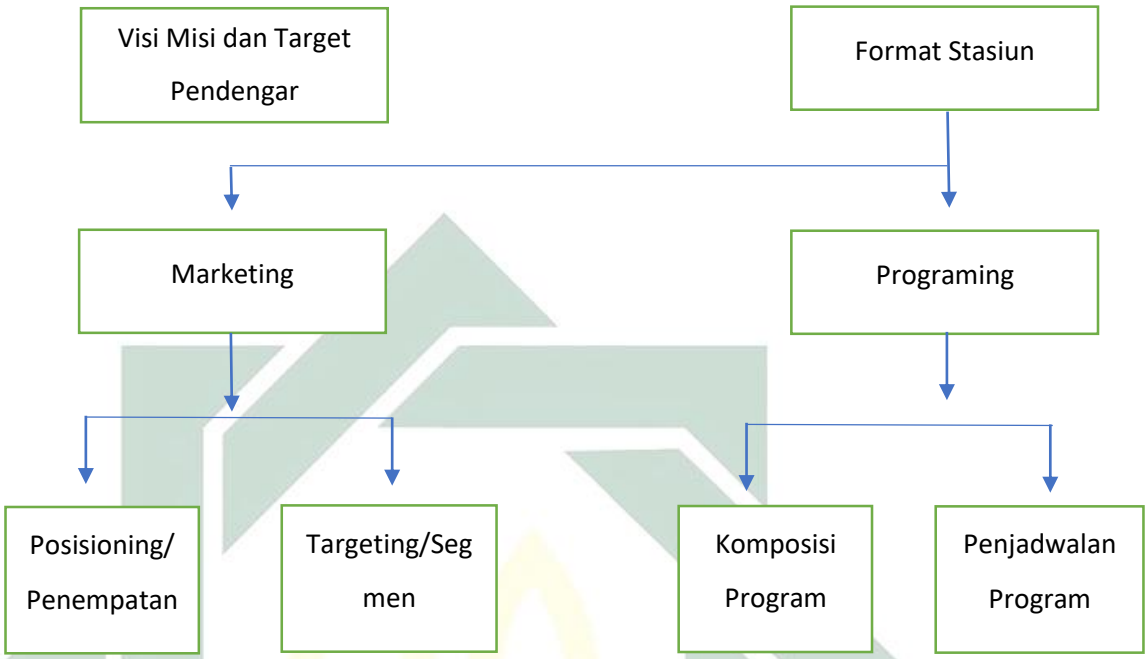
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Membuat Format Stasiun Radio Siaran

Istilah program radio dapat dianalogikan sebagai barang (good) atau pelayanan (services) yang di tawarkan pada konsumen dalam bentuk lain. Program dalam radio siaran merupakan kunci utama dalam pengelolaan radio siaran, karena radio siaran tanpa program atau acara tidak akan pernah mendapatkan pendegar. John R Bitner mengatakan bahwa program atau sering disebut sebagai acara adalah barang yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mendengarkan. Dalam pengelolaan radio siaran, kebijakan format siaran menjadi kunci dari keberlangsungan penyelanggaraan siaran. Format stasiun merupakan jantung dari seluruh kinerja pemrograman yang mengacu pada format yang makin spesifik karena semakin banyaknya jumlah radio siaran sehingga terciptanya segmentasi dari pendengar.

Format siaran radio menjadi tolok ukur keberhasilan dalam pengelolqn radio siaran dimanapun. Format stasiun didefinisikan sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun mempunyai kajian yang cukup luas artinya bahwa dalam format siaran tidak hanya pada programming semata melainkan termasuk marketingnya juga Seperti yang dikatan oleh Lewis B. O'Donnel Bahwa format siaran radio lebih dari sekedar musik atau hiburan. Rumusannya dalam formatnya digambarkan dalam Gambar tabel:

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 formatnya berkaitan dengan pengelolan radio siaran digambarkan bahwa visi dan misi dijadikan dasar dalam pengoperasian program atau acara untuk pencapaian tujuan yang berkaitan dengan pemahaman tentang pendengar yang ditujukqn melali riset ilmiah untuk mengetahui kebutuhan pendengar dan bagaimana perilaku sosiologis-psikologis pendengar.

Dari visi-misi inilah dipilih format stasiun yang relevan untuk diimplementasikan pada wilayah pogram dan pemasaran yang tepat agar acara dapat diterima secara mudah bagi masyarakat pendengar.

Pada format stasiun bertujuan untuk menentukan dan memenuhi sasaran khalayak secara segmentasi agar ada kesiapan berkompetisi dengan radio dan televiswi di suatu wilayah siaran. Pada sasaran marketing ditujuakan untuk memperoleh posisioning dengan target pada segemen tertentu dengan melakukan promosi secara besar-besaran dan dikaukan secara terus menerus sehingga program atau acara yang di rencanakan berdasarkan riset dapat terpatri di memori pendengar 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

terbentuk perilaku dari pendengar yang sesuai dengan program yang di tayangkan.

Poin penting dalam strategi pengelolaan radio siaran adalah merencanakan format siaran dengan lingkup (1). Produksi siaran (2). Personalitas siaran (3). Programa siaran dalam perspektif pemasaran yang digunakan untuk membidik pendengar. Pengelolaan produksi siaran berdasarkan strategi riset pendengar dengan cara memfrormat siaran radio yang disesuaikan dengan kondisi geografis maupun demogrfis yaitu disesuaikan dengan situasi yang berdasarkan usia, pendidikan, soial budaya wilayah. Berdasarkan survei musik yang dilakukan tahun 1998 di Amerika Serikat menempatkan format Countrypada peringkat tertinggi dengan 2.941 stasiun hasil survei dijadikan sebagai dasar dalam proeuksi siaran. Sedangkan pada personalitas siaran maka radio siaran dalam pengelolannya selalu mementingkan panca indra terutam pada alat pendengaran sehingga siaran diprogramkan sedemkian rupa agar sampai ke pendengar serasa akrab dengan bahasa gaul dan mudah dipahami. Pesan radio siaran harus disusun secara singkat dan jelas (concise and clear) atau menurut istilah Mark W. Hall pesan radio siaran itu harus be cristal clear

Dalam perspektif pemasaran pengelolaan lebih menitik beratkan pada efek suara yang mampu mempengaruhi pendengar secara signifikan karena dengan efek suara dalam program fiktif seperti sandiwara mampu menghipnotis pendengar utnuk selalu mengikuti program yang lain. Efek suara tersebut menjadikan daya tarik sendiri bagi para pendengar radio siran dan pendengar terbawa dalam suasana imaginasi yang sedang digambarkan. Melalui efek suara dalam radio siaran maka akan menimbulkan dampak yang luar biasa. Hal ini dapat digunakan oleh radio siaran sebagai kekuatan untuk alat pemasaran bagi radio siaran dalam menigkatkan penjualan produknya. Dengan demikian dalam pengelolaan radio siaran perlu memperhatikan pula hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran secara luas bukan hanya sekedar menjual musik saja.

Disamping itu dalam pengelolaan perlu lebih menspesifikan format maka perlu diprogramkan secara cermat tentang format radio siaran yaitu

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

format siaran yang berdasarkan umur: radio ABG anak-anak muda, dewasa, dan tua. Format radio berdasarkan jenis kelamin untuk laki-laki, perempuan dan gay/lesbian. Berdasarkan profesi, perilaku atau gaya hidup.

d. Strategi Pengelolaan Program

1) Pengertian Strategi Program

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.[20]

Strategi program adalah suatu tindakan dalam mencari dan memperkirakan rancangan program yang di desain sedemikian rupa, agar dapat menarik perhatian khalayak yang telah ditujukan pada pasar yang telah di tentukan dan menyusun suatu program pada suatu penjadwalan, sehingga tercipta suatu sajian yang menarik.[21]

Strategi pengelolahan progam dapat diartikan suatu rancangan yang dibuat untuk mengelolah suatu progam agar progam tersebut dapat berjalan sesuai dengan progam yang dilaksanakan agar mendapat respon yang baik dari para pendengar.

Adapun sejauh ini organisasi penyiaran radio tidak memiliki standart baku. Bentuk organisasi media penyiaran radio berbeda- beda antara yang satu dengan yang lainya. Perbedaan ini biasanya terjadi karena perbedaan skala usaha. Media penyiaran radio yang kecil

[20] (http://jurnal-sdm. com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan. html. diakses 15 Desember 2016)
[21] (http://www. scribd.com/doc/55982007/16/Strategi-Programming. html. Diakses 20 Maret 2012)

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

biasanya hanya memiliki sedikit tenaga pengelola. Peralatan yang dipergunakanpun lebih sederhana. Namun, stasiun penyiaran yang besar, memiliki bagian- bagian yang lebih kompleks. Meskipun demikian, menurut Willis dan Aldridge, stasiun penyiaran memiliki 4 Fungsi dasar yaitu:

- Teknik

  Bagian teknik bertanggung jawab menjamin kelancaran siaran. Kegiatan penyiaran tidak dapat berjalan baik tanpa dukungan peralatan yang memadai teknologi siaran berubah cepat. Oleh sebab itu salah satu tugas penting bagian ini mengusulkan pengamatan, pembelian peralatan, melakukan instalasi dan merawatnya.

- Program

  Bagian program memiliki tugas utama menyediakan berbagai acara yang akan disiarkan kepada pendengar. Acara dapat diproduksi sendiri atau diproduksi pihak lain. Tapi umumnya media penyiaran radio di Indonesia memproduksi sendiri programnya karena harus memperhatikan potensi wilayah masing-masing. Bagian program juga harus memilih dan menjadwalkan.

  program yang sudah ada. Pemilihan dan penentuan waktu tayang biasanya diputuskan setelah melalui pembahasan bersama manajemen. Hal ini terkait dengan kebutuhan pendengar yang dituju oleh stasiun radio itu sendiri.

  Pada media penyiaran yang besar, bagian program terpisah dari bagian redaksi dan produksi. Redaksi atau pemberitaan

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

membutuhkan bagian tersendiri sebab bagian pemberitaan radio melibatkan banyak orang. Pada bagian pemberitaan terdapat beberapa reporter, editor, penyiar dan sebagainya. Selain melibatkan banyak orang sifat pemberitaan sangat terkait dengan waktu. Hal ini berbeda dengan program lain misalnya program musik dan sebagainya.

- Pemasaran

  Bagian pemasaran bertugas untuk menjual program kepada pemasang iklan, staf pemasaran harus selalu berkoordinasi dengan bagian program, agar diketahui program apa saja yang memiliki daya tarik tinggi bagi pendengar.

- Administrasi

  Bagian administrasi bertugas menyediakan berbagai kebutuhan yang terkait dengan fungsi administrasi, sebagaimana pada organisasi pada umumnya. Tanggung jawab lainya adalah mengelola SDM, akunting, pembayaran gaji dan pengelolaan Anggaran. Selain itu juga staf administrasi yang diberi tanggung jawab menjallin hubungan dengan pihak – pihak luar. Misalnya ikut serta dalam organisasi asosiasi penyiaran.

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

e. Tahapan - tahapan Strategi Program

Di tinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (*Management Strategic*) program siaran yang terdiri dari:[22]

1) Perencanaan program.

Mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pelaksanaannya berkaitan dengan kegiatan produksi, pemilihan (*Akuisisi*), serta penjadwalan program untuk dapat menarik minat sebanyak mungkin audien. Bagian yang bertanggung jawab dalam perencanaan program ini biasanya dipegang oleh manajemen puncak pada stasiun penyiaran, utamanya manager program dengan terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran (sebagai bagian yang nantinya akan memasarkan program kepada para pemasang iklan, serta memberikan pertimbangan dan pandangan mengenai prospek peringkat program/ rating, dsb), dan juga manajer umum.

Pada stasiun radio komersial, pengelola program berupaya mengidentifikasi audien mereka yang spesifik dan menyiarkan program kepada audien yang spesifik itu sepanjang siarannya. Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan

[22] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 231

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 radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

Adapun juga dalam perencanaan program itu dibagi dalam beberapa tahapan yaitu:

- Analisis dan Strategi Program

  Berkaitan dengan rencana pemasaran strategis yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki bagi audiean sebagai pasar dalam kegiatan pemasaran program media penyiaran. Analisis situasi ini terdiri dari analisis peluang dan analisis kompetitif.

  Analisis peluang: Analisi yang cermat terhadap pasar audien akan memberikan peluang bagi setiap penayangan program untuk diterima para pendengar.

  Analisis komperatif: dalam mempersiapkan strategi dan rencana program, pengelola program harus melakukan analisis secara cermat terhadap persaingan stasiun penyiaran dan persaingan program yang ada pada suatu segmen pasar pendengar.

- Bauran Program (*Marketing Mix*)

  Perencanaan strategi program dan pemilihan target pendengar yang telah kita bahas memberikan petunjuk kepada kita mengenai siapa pendengar yang akan menjadi fokus program kita serta apa kebutuhan mereka yang belum 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

Suatu konsep pemasaran penting yang harus dipahami pengelola media penyiaran, antara lain:

a) Produk Program (*Product*): Produk yang ditawarkan kepada audien mencakup nama dan kemasan program.
b) Harga Program (*Price)*: Harga suatu program mencakup biaya produksi program dan biaya yang dikenakan pada pemasang iklan (tarif iklan) jika program ditayangkan.
c) Distribusi Program (*Place)*: Proses pengiriman program dari transmisi hingga diterima audien.
d) Promosi Program (*Promotion):* Proses bagaimana memberitahu audien mengenai adanya suatu program sehingga mereka tertarik untuk mendengarkannya.

- Faktor Berpengaruh

Keputusan untuk memproduksi atau tidak memproduksi dan menayangkan suatu program pada stasiun penyiaran ditentukan oleh empat hal utama, yakni:

a) Audien (umpan balik dari pendengar; laporan peringkat/ *rating*).
b) Pengelola/ Pemilik: Mereka yang bertanggung jawab menjalankan atau mengoperasikan stasiun penyiaran dengan tujuan untuk mendatangkan keuntungan bagi kepentingan pemilik stasiun.
c) Pemasang Iklan/Sponsor (Pihak yang mempromosikan produknya pada stasiun penyiaran).
d) Regulator (Pihak yang berwenang mengawasi stasiun penyiaran).

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

- Membuat Perencanaan

Perencanaan siaran secara umum melahirkan kebijakan umum tentang bagaiman mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam dalam sehari, seminggu, hingga sebulan. Bagian program bertanggung jawab untuk mendapatkan program serta menentukan waktu atau jam penayangan program.

Terdapat sejumlah hal yang harus diputuskan dalam perencanaan program yang mencakup:

a) Keputusan mengenai **Target Audien**: Diarahkan untuk dapat memilih (seleksi) dan menjadwalkan penyiaran suatu program yang dapat menarik sebanyak mungkin pendengar.

b) Keputusan mengenai **Target Pendapatan:** Penetapan target pendapatan yang dapat diterima dari penyiaran suatu program.

- Tujuan Program

Mengelola program tidak berbeda dengan memasarkan suatu produk kepada konsumen, keberhasilannya diukur dengan pencapaian atas tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya yang mencakup target pendengar. Pada umumnya tujuan program adalah:

a) Mendapatkan sebanyak mungkin audien.

b) Target audien tertentu.

c) Prestise (pengakuan dari pihak lain).

d) Penghargaan (memenangkan suatu penghargaan atas karya/ program yang diproduksi).

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

e) Kepetingan Publik (memenuhi kepentingan/ kebutuhan public ditempat stasiun itu berada).

- Karakter Berita Radio

Berita radio adalah suatu sajian laporan berupa fakta dan opini, yang memiliki nilai berita, penting, dan menarik bagi sebanyak mungkin orang dan disiarkan melalui media radio secara berkala. Berita radio menjawab persoalan apa yang terjadi dan bagaimana peristiwa berlangsung.

Berita yang lebih menarik pendengar pendengar pada umumnya meliputi segala sesuatu yang dapat mempengaruhi dirinya sendiri, kebahagiaanya, kesehatanya, kekayaannya, keselamatanya, sikap dan perilaku yang sedang buming-bumingnya di perbincangkan.[23] Maka karakter berita radio dapat ditentukan sebagai berikut:[24]

a) Aktual dan Faktual

Berita radio adalah hasil liputan peristiwa atau opini yang segar dan akurat sesuai fakta, yang sebelumnya tidak diketahui oleh khalayak. Opini terkait dengan upaya pendalaman liputan (investigasi) atas suatu data atau peristiwa.

b) Penting Bagi Masyarakat Luas

Harus ada keterkaitan dengan nilai berita (*news value*) yang berlaku dalam pengertian jurnalistik secara umum, guna memenuhi kepentingan masyarakat.

[23] Asep Saiful Muhtadi, *Juranalistik Pendekatan Teori dan Parktik*, (Jakarta: Logos Wacana dan Ilmu, 1999), h.145
[24] Masduki, *Jurnalistik Radio*,(Yogyakarta: Lkis, 2001), h 12

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

c) Relevan dan Berdampak Luas

Masyarakat selaku pendengar merasa membutuhkannya dan akan mendapatkan manfaat optimal dari berita radio, yaitu pengetahuan, pengertian, dan kemampuan bersikap atau mengambil keputusan tertentu, sebagai respon atas suatu berita.

- Faktor-faktor Penting dalam *Akuisisi* dan *Scheduling* Program

Diantaranya adalah persaingan, ketersediaan pendengar, kebiasaan pendengar, aliran pendengar, ketertarikan pendengar, ketertarikan pemasang iklan, anggaran, ketersediaan program, stasiun jaringan, rumah produksi (PH), pemasang iklan.

2) Positioning

Strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimanakhalayak menempatkan suatu produk, merek, atau perusahaan didalam ingatan masyarakat, didalam alam khayal, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu.Positioning harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan langkah yang tepat.Positioning menjadi penting bagi media penyiaran karena tingkat kompetisi yang cukup tinggi saat ini. Radio dapat melakukan positioning untuk membedakan dan memberikan ciri dari radio competitor. Hal itu yang bisa menjadi keunggulan dari radio competitor lainnya.

Hiebing & Cooper mendefinisikan positioning sebagai “membangun persepsi produk di dalam pasar sasaran relatif terhadap persaingan”. Suatu produk harus memiliki pernyataan positioning yang memiliki hubungan erat dengan strategi merebut konsumen dan harus

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

bisa mewakili citra atau persepsi yang hendak dicetak dalam benak konsumem.Citra tersebut harus berupa suatu hubungan asosiatif yang mencerminkan karakter suatu produk.Untuk membangun positioning yang tepat ada 4 halyang harus diingat:

1) Positioning haruslah dipersepsi secara positif oleh para pelanggan dan menjadi *reason to buy* mereka.
2) Positioning mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif perusahaan.
3) Positioning bersifat unik sehingga dapat dengan mudah mendifferensiasikan diri dari pada pesaing.
4) Positioning harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan dalam lingkungan bisnis, apakah itu perubahan persaingan, perilaku pelanggan, perubahan social budaya, dan sebagainya.

Al Ries dan Jack Trout mempopulerkan istilah penentuan posisi (positioning) pertama kali dalam (Tjiiptono, 2008:109): strategi positioning merupakan strategi yang berusaha menciptakan difrensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (image) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek/produk pesaing.

Inti dari positioning adalah menanamkan citra (image) kebenak khalayak pendengar. Apa yang perlu ditanamkan kebenak pendengar oleh sebuah stasiun radio adalah identitas, identitas yang dapat mengingatkan kepada sebuah stasiun radio.

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

Positioning juga memberi warna tersendiri yang beragam bagi banyak stasiun radio. Dengan positioning radio dapat mengangkat keunggulan dari masing-masing posisi yang dipilihnya.

Identitas dalam pembeda stasiun radio dapat mengingatkan audien kepada stasiun radio.

Menurut (Siregar, 2000:101), ada beberapa cara dalam positioning radio kepada audien :

1) *Be Creative*

   Dalam mengkomunikasikan positioning harus creative mencuri perhatian pendengar.

2) *Simplicity*

   Positioning dilakukan sesederhana dan sejelas mungkin sehingga khalayak tidak kerepotan menangkap esensi positioning tersebut.

3) *Consistent yet flexible*

   Setiap pemasar akan menghadapi positioning paradox dimana disatu sisi harus selalu konsisten dalam membangun positioning sehingga biasa menghujam dalam benak konsumen.

4) *Own, dominate, protect*

   Memiliki satu kata atau beberapa kata ampuh dibenak konsumen.

5) *Use their language*

   Mengkomunikasikan positioning, gunakanlah pendekatan kepada konsumen. Hal ini dilakukan karena pendengar akan menginggat suatu stasiun radio sesuai citra dan image dari stasiunnya. Apakah

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

stasiun radio tersebut dipersepsikan atau dikesankan di benak pendengar sebagai radio anak muda, radio berita, radio wanita, radio musik, radio keluarga, atau radio dangdut, semua itu diperlukan upaya yang terus menerus melalui konsep dan strategi untuk menciptakan positioning.

3) Produksi dan Pembelian Program

Kegiatan produksi program radio pada departemen program stasiun radio denagn format apa pun mencakup bagian – bagian sebagai berikut:

- Music Director, adalah orang yang memiliki tugas sebagai berikut:
  a) Menambahkan atau mengeluarkan lagu – lagu yang akan di putar.
  b) Mempersiapkan daftar lagu yang akan di putar (*playlist*) serta mengawasi pelaksanaanya.
  c) Mendengarkan dan memerikasa rekaman lagu/ musik baru.
- Manajer Produksi
  a) Memproduksi iklan local, iklan layanan masyarakat, dan pengumuman.
  b) Mengawasi kualitas suara stasiun radio.
- Penyiar

  Sering juga disebut dengan *announcer*, memiliki tanggung jawab antara lain:

  a) Mengantar rekaman lagu/ musik dan 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

b) Membacakan iklan – iklan, layanan publik, dan identifikasi stasiun.

c) Menjalankan peralatan kontrol room.

d) Menyampaikan laporan informasi waktu, cuaca dan lalu lintas.

- News Director

Orang yang memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

a) Menentukan dan melaksanakan kebijakan pemberitaan dan program layanan masyarakat.

b) Mengawasi seluruh staf pemberitaan.

c) Memutuskan apa yang akan diliput dan bagaiman meliputnya.

Kata kunci untuk memproduksi atau membuat program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi.

Program bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in - house production* atau produksi sendiri. Jika program dibuat pihak lain berarti stasiun penyiaran membeli program itu. Pada umumnya, stasiun radio membuat sendiri sebagaian besar programnya.

4) Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah diterapkan.

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

Bagian program harus menganalisis dan memilah - milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagi pendengar yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan pendengar yang berbeda pula.

Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara (*scheduling strategies*).

5) Pengawasan dan Evaluasi Program

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan.

Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manejer umum membnadingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakn. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran.

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

2. Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium.* Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramn mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya.[25]

Adapun yang dimaksud dengan media (*wasilah*) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u.[26] Dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. 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 karakteristik (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 da'i.
- Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.

[25] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 113.
[26] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 120.

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

- Efektifitas dan efesiensi harus diperhatikan.

b. Pembagian Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media nonmassa.[27]

1) Media Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.[28]

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi media masa sangat efektif dalam mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.[29]

[27] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 105.
[28] *Ibid.*
[29] Ibid.

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

2) Media Nonmassa

Media ini biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.[30]

Disadari atau tidak, media dalam penggunaan komunikasi terutama media massa telah meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia dalam berbagai hal. Termasuk dalam hal ini tak ketinggalan adalah dalam komunikasi dakwah massa. Media yang terbaik untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan, atau mengingatkan sesuatu dalam dakwah, secara terperinci, 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, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.
3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
4) Audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Bisa berbentuk televisi, slide, ohap, internet, dan sebagainya.

[30] Ibid, hal. 106.

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) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.[31]

Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi menjadi tiga golongan yaitu:

1) *The spoken words* (berbentuk ucapan)

Yang termasuk dalam kategori ini adalah alat yang mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditampak oleh telinga dan biasa disebut dengan the audial media da dapat dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti telepon, radio dan lain-lain.[32]

2) *The printed writing* (yang berbentuk tulisan)

Yang termasuk didalamnya adalah barang-barang tercetak, gambar-gambar tercetak, lukisan-lukisan, buku, surat kabar, majalah, brosure, pamphlet, dan sebagainya.[33]

3) *The audio visual* (berbentuk gambar hidup)

Yaitu merupakan penggabungan dari kedua golongan diatas, yang termasuk dalam kategori ini adalah film, video, DVD, CD, dan sebagainya.[34]

Disamping penggolongan *wasilah* diatas, *wasilah* dakwah dari segi sifatnya juga dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

- Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisonal dipentaskan didepan umum terutama sebagai sarana

[31] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 120.
[32] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 105.
[33] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 121.
[34] Ibid.

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

hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama, lenong dan sebagainya.

- Media modern, yang diistilahkan juga dengan "media elektronika" yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media modern ini antara lain televise, radio, pers dan sebagainya.[35]

c. Benda Sebagai Media Dakwah

Secara umum, media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan menjadi empat:

1) Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Yang termasuk dalam media ini diantaranya yaitu:

- Film Slide

Film slide ini berupa rekaman gambar pada film positif yang telah deprogram sedemikian rupa sehingga hasilnya sesuai dengan apa yang telah diprogramkan. Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang cukup jelas kepada audiensi tentang informasi yang disampaikan seorang juru dakwah. Disamping itu juga dapat dipakai berulang-ulang sejauh programnya sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan kelemahannya adalah bahwa untuk

[35] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 107.

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

membuat program melalui film slide diperlukan dalam bidan fotografy dan grafis. Selain itu juga diperlukan ruangan khusus dengan menggunakan aliran listrik.[36]

- Overhead Proyektor (OHP)

  OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastic transparan. Perangkat ini tepat sekali untuk menyampaikan materi dakwah kepada kalangan terbatas baik sifat maupun tempatnya. Kelebihan menggunakan media ini adalah program dapat disusun sesuai dengan selera da'i dan apalagi jika diwarnai dengan seni grafis yang menarik. Sedangkan kelemahannya yaitu memerlukan ruangan khusus yang beraliran listrik juga menuntut kreatifitas da'i dalam mengungkapkan informasi melalui seni grafis yang menarik.[37]

- Gambar dan Foto

  Gambar dan foto merupakan dua materi visual yang sering dijumpai dimana-mana, keduanya sering dijadikan media iklan yang cukup menarik seperti surat kabar, majalah dan sebagainya. Dalam perkembangannya gambar danfoto dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Dalam hal ini, gambar dan foto yang memuat informasi atau pesan yang sesuai dengan materi dakwah. Seorang da'i yang inovatif tentu akan mampu memanfaatkan gambar dan foto untuk kepentingan dakwah

[36] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 116-117.
[37] Ibid, hal 117.

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 efektif dan efisien. Kelebihan dari media ini adalah kesesuaiannya antara dakwah dengan perkembangan situasi melalui pemberitaan surat kabar, atau majalah serta keaslian situasi melalui pengambilan foto langsung. Biaya tidak terlalu mahal dan dapat dilakukan kapan saja dengan tidak bergantung kepada berkumpulnya komunikan. Kelemahannya, seorang da'i tidak dapat memonitor langsung keberhasilan dakwah, salian itu juga menuntut da'i untuk kreatif dan inovatif.

2) Media Audio

Media audio adalah alat yag dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran.

a. Radio

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio dia akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikan yang jauh dan tersebar. Disamping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsure yang ada padanya yakni music, kata-kata dan efek suara.[38]

b. Tape Recorder

Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara kedalam pita kaset dan dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat diplay back dalam bentuk suara. Dakwah

[38] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 152.

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 tape recorder ini relative mengahabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai kebutuhan. Disamping itu da'i juga dapat merekam program dakwahnya disuatu tempat dan hasil rekamannya dapat disebarkan pada kesempatan lain dan seterusnya.[39]

c. Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsure gambar dan suara secara bersamaan pada saat mengkomunikasikan pesan dan informasi.

d. Televisi

Di beberapa daerah terutama di Indonesia masyarakat banyak menghabiskan waktunya untuk melihat televise. Kalau dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, maka secara otomatis jangkauan dakwah akan lebih luas dan kesan keagamaan yang ditimbulkan akan lebih mendalam. Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran objek dakwah dalam berbagai bidang sehingga sasaran dakwah dapat meningkatkan pengetahuandan aktifitas beragama melalui program-program siaran yang disiarkan melalui televisi.[40]

e. Film

Jika film digunakan sebagai media dakwah maka harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, diikuti skenario, shooting dan

[39] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 119-120.
[40] Ibid, hal. 121.

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

actingnya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film sebagai media dakwah. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama dan harus professional juga memerlukan biaya yang cukup besar. Namun dengan media film ini dapat menjangkau berbagai kalangan. Disamping itu, secara psikologis penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan *animation* memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton.[41]

f. Internet

Dengan media internet dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruh penjuru, dengan keluasan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, cultural dan lainnya. Menyikapi fenomena ini, Nurcholis Madjid mengatakan

> "*Pemanfaatan internet memegang peranan amat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari internet, sebab bila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk bekerja.*"[42]

Begitu besarnya potensi dan efisiennya yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan *cybermuslim* atau *cyberdakwah*. Masing-masing *cyber* tersebut

[41] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 153.
[42] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 156.

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

menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.

g. Media Cetak

Media cetak adalah untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media ini sudah lama dikenal dan mudah dijumpai dimana-mana.

h. Buku

Para ulama salaf telah mempergunakan media buku sebagai media dakwah yang efektif. Bahkan buku-buku dapat bertahan lama, dan menjangkau masyarakat secara luas menembus ruang dan waktu. Para da'i atau ulama penulis cukup banyak yang telah mengabadikan namanya dengan menulis dan mengarang buku sebagai kegiatan dakwahnya. Seperti halnya Imam Al-Ghazali menulis *Ihya' 'Ulumuddin*, Imam Nawawi menulis *Riyadh Ash-Shalihin*, dan lain-lain.

i. Surat kabar

Surat kabar beredar dimana-mana, karena di samping harganya yang murah beritanya juga sangat *up to date* dan memuat berbagai jenis berita. Surat kabar cepat sekali peredarannya karena jika terlambat beritanya akan *out of date*. Dakwah melalui surat kabar cukup tepat dan cepat beredar melalui berbagai penjuru. Karena itu dakwah melalui surat kabar sangat efektif dan efisien yaitu dengan

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

cara da'i menulis rubrik di surat kabar tersebut misalnya berkaitan dengan rubrik agama.[43]

j. Majalah

Majalah mempunyai fungsi yaitu menyebarkan informasi atau misi yang dibawa oleh penerbitnya. Majalah biasanya mempunyai ciri tertentu, ada yang khusus wanita, remaja, pendidikan, keagamaan, teknologi, kesehatan, olahraga, dan sebagainya. Sekalipun majalah mempunyai cirri tersendiri tetapi majalah masih dapat difungsikan sebagai media dakwah, yaitu dengan jalan menyelipkan misi dakwah kedalam isinya, bagi majalah bertema umum. Jika majalah tersebut majalah keagamaan maka dapat dimanfaatkan sebagai majalah dakwah. Jika berdakwah melalui majalah maka seorang dai'I dapat memanfaatkannya dengan cara menulis rubrik atau kolom yang berhubungan dengan dakwah Islam.[44]

3. Radio Sebagai Media Dakwah

Dakwah adalah sebuah proses yang komplek dan unik. Komplek artinya di dalam proses dakwah mengikut sertakan aspek kepribadian, baik bersifat jasmani & rohani. Sedangkan unik artinya di dalam proses dakwah sebagai objek dakwah terdiri dari berbagai macam perbedaan, seperti perbedaan dalam kemampuan, kehendak, sifat, kebudayaan, ideologi, filsafat dan sebagainya.

[43] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 124
[44] Ibid.

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

Media dakwah merupakan salah satu instrument yang paling penting dalam kaitanya dengan strategi dakwah. Selain sebagai alat bantu dakwah media juga merupakan system keseluruhan aktifitas dakwah yang memiliki asas efektifitas dan efisiensi.

Salah satu media komunikasi yang dapat dijadikan media dakwah adalah radio, karena mengingat keefektifan radio sebagai media komunikasi yang murah, merakyat, bisa didengarkan kapan dan dimana saja. Serta kemampuan radio yang bisa menyiarkan informasi kesegala penjuru tanpa mengenal jarak yang jauh sekalipun.

Siaran dakwah islam melalui radio dimulai sejak tahun 1996 pada saat itu RRI Jakarta dikenal oleh masyarakat lewat acara kuliah subuh yang diselengarakan oleh Alm. Buya Hamka. Acara kuliah subuh tersebut banyak ditiru oleh berbagai stasiun televisi dan radio saat ini, karena radio dinilai sebagai media yang efektif untuk dakwah islam.

Ada beberapa faktor efektifitas radio siaran, disebabkan daya kekuatan yang dimilikinya, yaitu daya langsung, daya tembus dan daya tarik.[45]

a. Daya Langsung

Tabligh melalui siaran radio untuk mencapai sasaranya yakni para pendengar tidak mengalami prosesi yang kompleks. Setiap materi tabligh tinggal diucapkan didepan corong radio sebanyak yang diinginkan, pelaksanaanya pun berlangsung dengan mudah dan cepat.

[45] Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), 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

Setiap informasi yang terjadi saat itu pun dapat disiarkan secara "*Stop Press*" (Langsung) ditengah-tengah siaran apa saja secara berkali-kali bahkan suatu peristiwa dapat diikuti oleh pendengar pada saat peristiwa berlangsung.

b. Daya Tembus

Daya tembus yang dimaksud ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun tidak menjadi masalah. Bagaimana pun jauhnya tempat yang dituju oleh tabligh lewat radio siaran dapat di tembusnya, selama dalam jangkauan pemancar. Di gunung, lembah, di pedesaan apalagi di perkotaan semua tidak menjadi rintangan bagi radio siaran.

c. Daya Tarik

Faktor selanjutnya yang menjadikan radio tetap hidup dan diminati adalah adanya daya tarik, yaitu sifat tabligh yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yang unsur tersebut yaitu: musik, kata-kata dan efek suara.

Bagi seorang da'i sudah barang tentu memiliki tujuan yang ingin di capainya dan seorang *Da'i* haruslah efektif dan efisien dalam mengorganisasikan komponen- komponen dakwah secara baik dan cepat, salah satu komponennya adalah media dakwah.[46]

Penggunaan radio sebagai salah satu media dakwah merupakan pilihan yang tepat, pesawat radio yang kecil, harganya murah, dan bisa di dengarkan kapanpun, dimanapun, serta bisa di jangkau meski pada tempat yang terpencil dan menjadi alasan kenapa radio di minati oleh banyak orang.

[46] Asmuni Syukir, *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al- ikhlas, 1983), h. 164

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 menggunakan radio sebagai media dakwah, da'i bisa lebih cepat dan lebih efisien dalam menyampaikan pesan dakwah nya kepada mad'unya serentak dan dengan jangkauan yang luas.

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk melengkapi referensi dan pengembangan penelitian ini, peneliti mempelajari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang lain yang berkaitan dengan fokus penelitian ini, sebagai bahan pembanding dan pertimbangan dalam penelitian ini. peneliti telah menggali beberapa penelitian terdahulu yang sejenis, yang peneliti rangkum dalam tabel sebagai berikut :

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan dan Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Mohammad Muhsin, Fakultas Dakwah, KPI, 1999	*Radio siaran dan dakwah islam studi kualitatif tentang program siaran dan operasionalnya di radio yasmara Ca 27 Surabaya*	Radio yasmara Ca 27 surabaya	Proses siaran agama di radio yasmara Ca 27 surabaya	Pada penelitian tersebut lebih memaksimalkan pada program – program siarannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang operasionalnya bekerja sama dengan sebuah yayasan yaitu : yayasan masjid rahmad, dalam hal ini jarang dilakukan untuk radio siaran yang lain. Radio yasmara Ca 27 surabaya dengan berbagai macam program siarannya bisa disebut dengan	Sama-sama menggunakan media radio dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Fokus lebih pada strategi pengelolaan program penyiaran yakni pada program keluarga sakinah

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

					radio dakwah.		
2	Reny Masyitoh, fakultas dakwah, KPI,2009	*Dakwah islamiyah melalui radio (studi tentang respon masyarakat sekitar masjid nasional Al-Akbar Surabaya terhadap keberadaan radio Suara Akbar Surabaya (sas) fm)*	Radio SAS FM Surabaya	Penelitian ini menjelaskan bahwasanya respon dari pegawai masjid nasional Al-Akbar Surabaya terhadap keberadaan radio SAS FM Surabaya	Keberadaan radio SAS FM sebagai radio sangat tepat sebagi media dakwah atau syiar islam. Selaian itu Melaui radio SAS FM, syiar di masjid Al-Akbar Surabaya tidak lagi tehalangi oleh ruang, dimanapun kita dapat mendengarkan program - program acara keagamaan yang disiarkan langsung oleh radio SAS FM. Masjid nasional Al-Akbar Surabaya juga menjadi patokan waktu sholat untuk wilayah Surabaya dan sekitarnya, karena setiap waktu adhan sholat 5 waktu selalu disiarkan oleh radio SAS FM.	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media radio yakni radio SAS FM Surabaya dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian ini lebih fokus pada strategi pengelolaan program penyiaran yang ada di radio SAS FM Surabaya pada program keluarga sakinah
3	Ahmad Diran, fakultas Dakwah, KPI, 2003	*Dakwah melalui radio siaran : studi deskriptif tentang*	Radio Ampel Denta FM Surabaya	Peneliti menjelaskan tentang proses dan hambatan dakwah	Radio ini mengkhususkan penyiaran program keagamaan saja. Karena umumnya masyarakat perkotaan saat	Sama-sama meneliti mengenai program radio dengan pendekat	MenelitI proses dan hambatan dakwah sebagai media dakwah

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

		proses dan hambatan dakwah pada program acara gelar kehidupan di radio Ampel Denta FM Surabaya		sebagai media dakwah keagamaan	ini sangat membutuhkan siraman rohani yang bersifat langsung, meskipun juga banyak menghadapi hambatan - hambatan yang terletak pada sasaran penelitian.	an deskriptif	keagamaan dalam program radio
4	Sariyyul Hikmah, Fakultas Dakwah, KPI, 2001	*Dakwah melalui radio siaran : studi respon pendengar program acara akidah sakinah radio El Victor Surabaya*	Radio El Victor Surabaya	Menguji respon pendengar program acara akidah sakinah di radio el victor	Program acara akidah sakinah di radio el victor ini mendapat respon yang positif shingga para pendengar juga aktif mengikuti, berpartisipasi dan mau berdialog interaktif pada acara ini melalui siaran keagamaan untuk memecahkan masalah - masalah yang muncul dan kemudian dicarikan solusinya. Hal ini membuat acara ini menarik untuk didengarkan sebagai wahana belajar,	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media radio dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Meneliti tentang respon program acara akidah sakinah di radio El Victor

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

					bersyukur pikiran dan sekligus mencar pengetahuan baru.		
5	Arif Rahman, Fakultas Dakwah, KPI 2001	*Radio dan dakwah: studi tentang peran dan pola program di radio Gelora Surabaya dalam melaksanakan dakwah di kota Surabaya*	Radio Gelora Surabaya	Menjelaskan pola program acara di radio Gelora Surabaya	Menjelaskan bahwa pola program acara di radio Gelora Surabaya seperti Mimbar Agama Islam yang penayanganya setiap hari kamis mulai pukul 18.30 sampai 19.30 Wib, debat masalah keagamaan melalui kesenian yang ditayangkan setiap hari jum'at dan minggu dari pukul 16.00-17.00 Wib. Mempunyai peran cukup besar dalam kesuksesan dakwah islam yang dititik beratkan kepada seluruh khalayak Surabaya	Peran dan program sebagai media radio dalam peranannya sebagai media dakwah	Meneliti tentang peran pola program acara di radio Gelora Surabaya seperti Mimbar Agama Islam

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

Sebuah metode penelitian adalah alat untuk mengetahui tentang langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan berujung dengan pemecahannya.[47] Sebuah persoalan penting yang perlu untuk dikedepankan dalam metode penelitian adalah dengan cara apa saja dan bagaimanakah data yang harus dikumpulkan sehingga sebuah hasil penelitian ini mampu untuk menyajikan informasi dengan baik dan terarahkan.

Dengan demikian, peneliti menggunakan penelitian *Kualitatif*. Karena peneliti merasa bahwa dengan penelitian ini, bisa menemukan hasil penelitian yang sesuai dengan keinginan penulis. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk mendiskripsikan, menggambarkan, atau melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta serta sifat-sifat hubungan antara fenomena yang diselidiki.[48] Pendekatan kualitatif ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh baik berupa gambar, ucapan, maupun tulisan yang dapat diamati dari subyek itu sendiri.[49]

Namun, untuk jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk

[47] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 42
[48] Moch. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), h.63
[49] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek edisi revisi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 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

menghimpun data aktual. Pertama mengartikannya sebagai kegiatan pengumpulan data dengan melukiskannya sebagaimana adanya, tidak diiringi dengan ulasan atau pandangan atau analisis dari penulis.[50] Dalam penelitian ini, peneliti akan menginterpretasikan data dari hasil wawancara mendalam dengan manager program "Ngaji Bareng" radio Suara Tebuireng FM, rekaman program "Ngaji Bareng", maupun subjek terkait. Dengan menggunakan metode ini akan memudahkan peneliti mengetahui strategi dakwah yang digunakan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, pemilihan subjek penelitian dapat menggunakan *criterion-based selection,* menurut Muhajir dalam buku Metode Penelitian Ilmu Sosial yang ditulis oleh Muhammad Idrus. Yang didasari pada asumsi bahwa subjek tersebut sebagai aktor dalam tema penelitian yang diajukan.[51]

Sesuai dengan judul yang peneliti angkat yaitu "Strategi Dakwah Radio Suara Tebuireng dalam Program Ngaji Bareng" adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah radio Suara Tebuireng FM, yang bertempat di Jln. Irian Jaya No. 55 dusun Tebuireng desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Sedangkan objek sendiri adalah suatu hal, perkara, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan, atau sasaran yang akan diteliti, dalam penelitian ini, peneliti menjadikan program "Ngaji Bareng" sebagai objek yang akan di teliti.

[50] Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah,* (Jakarta: LOGOS, 1997), h. 60
[51] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif,* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 92

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. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam tahap ini, peneliti harus merujuk kepada fokus kajian, tujuan penelitian, dan pertanyaan penelitian yang hendak dicari jawabannya. Dari ketiga hal tersebut akan dengan mudah untuk menentukan jenis data yang akan dicari.[52]

a. Data Primer

Data primer adalah segala informasi kunci atau data fokus penelitian yang didapat dari informan sesuai dengan fokus penelitian atau data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan dan kelompok. Data ini berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel penelitiannya. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.[53]

Dalam penelitian ini sumber data primernya adalah manager program "Ngaji Bareng" radio Suara Tebuireng yang bernama Drs. HA. Hafidz Ma'soem. Data ini diperoleh dari hasil wawancara pada tanggal 31 Februari 2017 bertempat di ruang pertemuan kantor redaksi radio Suara Tebuireng.

[52] Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 153
[53] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 209

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. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, atau sebagai data pelengkap dan pendukung penelitian, data ini berupa kajian pustaka atau teori-teori yang bekaitan dengan obyek penelitian yang mendukungnya. Termasuk dokumen, surat-surat, foto, hasil rekaman, video, dll. Dalam data sekunder ini peneliti mendapatkan data berupa rekaman program "Ngaji Bareng" dan rekaman waktu berwawancara dengan manager program "Ngaji Bareng", dokumen apresiasi pendengar serta dokumen struktur organisasi radio Suara Tebuireng.[54]

2. Sumber Data

Sumber data dalah sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mendapatkan data atau informasi dalam sebuah penelitian, baik primer maupun sekunder. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi, wawancara kepada manager program. Data-data ini dikelompokkan sesuai dengan keutuhan yang telah disistematisasikan dalam kerangka penulisan laporan.

a. Kata-kata dan Tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

[54] Ibid, hal. 210

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

Hal tersebut dilakukan secara sadar dan terarah karena memang direncanakan oleh peneliti. Terarah karena memang dari berbagai macam informasi yang tersedia tidak seluruhnya akan digali oleh peneliti. Karena peneliti mempunyai seperangkat tujuan penelitian yang diharapkan dicapai untuk memecahkan sejumlah masalah penelitian.

Perumusan masalah yang baik akan membatasi studi. Membatasi studi di sini sebenarnya adalah membatasi kata-kata dan tindakan yang akan dijaring dari orang-orang yang menjadi subyek penelitian. Jadi, seorang peneliti yang baik merancang secara matang terlebih dahulu apa strategi dan taktik menjaring informasi yang diperlukan. Peneliti melakukan wawancara terhadap manager program "Ngaji Bareng" yaitu Robi'ah M. Malayati, S.sos. sebagai informan kunci. Sebab beliau termasuk orang yang paling berpengaruh terhadap operasional radio Suara Tebuireng, baik itu penentu strategi radio ataupun dalam hal menyusun program radio.

Sebagai informan pendukung, peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa anggota dan juga pendengar setia radio Suara Tebuireng tanpa teks wawancara secara random sebagai bahan pelengkap pendukung data hasil wawancara.

b. Sumber Data Tertulis

Sumber data tertulis merupakan sumber kedua dari kata-kata dan tindakan, jelas hal itu tidak bisa diabaikan. Dilihat dari segi 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

data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dan arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data tertulis seperti dokumen yang berupa arsip data undangan FGD, arsip data apresiasi pendengar "Ngaji Bareng", dan arsip data struktur organisasi radio Suara Tebuireng.

D. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian kualitatif dengan salah satu ciri pokoknya peneliti menjadi sebagai alat penelitian. Khususnya analisis data ciri khasnya sudah dimulai sejak awal pengumpulan data. Hal itu yang amat berbeda dengan pendekatan yang menggunakan eksperimen.[55] Adapun tahapan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Pada tahap pra lapangan ini kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh peneliti yaitu mempersiapkan segala macam racangan penelitian seperti: proposal penelitian, buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan referensi penelitian, sehingga peneliti mempunyai pedoman atau rujukan yang jelas dan bisa dipertanggung jawabkan keasliannya. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap pra lapangan ini, antara lain :

[55] Ibid, h. 126

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. Menyusun Kerangka Penelitian.

Setelah peneliti menemukan sebuah masalah yang dapat dijadikan penelitian kemudian peneliti mencari dan mendalami referensi yang membahas tentang masalah tersebut. Setelah melakukan pendalaman refrensi, kemudian dilakukan diskusi baik dengan teman sejawat, dosen, maupun dosen pembimbing sehingga lahirlah judul penelitian: Strategi Dakwah Radio Suara Tebuireng FM dalam program "Ngaji Bareng", judul ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dilanjutkan dalam pengujian proposal. Peneliti memilih judul tersebut dengan alasan:

1) Belum terdapat penelitian serupa untuk sebelumnya.
2) Banyaknya persaingan radio-radio yang melahirkan program dakwah baik itu radio dakwah maupun tidak, salah satunya adalah Radio Suara Tebuireng.
3) Secara akademis sesuai dengan bidang keilmuan yang didalami oleh peneliti. Secara geografis, sangat memungkinkan melakukan penelitian dengan optimal karena peneliti bertempat tinggal di Jombang.

b. Memilih Lapangan Penelitian.

Dalam hal ini peneliti mempertimbangkan fokus akademis. Dengan tujuan karena penelitian ini diharapkan

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

mampu memberi sumbangan bagi keilmuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk kedepannya dan menambah wawasan lebih luas untuk mahasiswa selanjutnya.

Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah dengan jalan mempertimbangkan teori substantif, pergilah dan jajakilah lapangan untuk melihat apakah terdapat kesesuaian dengan kenyataan yang berada di lapangan.[56] Dalam hal ini, yang dilakukan peneliti adalah sebelum membuat usulan pengajuan judul penelitian, peneliti terlebih dahulu telah menggali data atau informasi tentang subyek yang akan diteliti (meski secara informal), kemudian timbul ketertarikan pada diri peneliti untuk menjadikan radio Suara Tebuireng sebagai subyek penelitian, karena dirasa sesuai dengan disiplin keilmuan yang peneliti tekuni selama ini.

c. Mengurus Surat Izin Penelitian.

Setelah ditentukan lapangan penelitian dan proposal penelitian disetujui, peneliti mengajukan permohonan pada pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk memberikan ijin dengan mengeluarkan surat izin penelitian yang diajukan kepada HRD radio Suara Tebuireng dengan ketentuan waktu yang telah ditentukan.

[56] Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h.86

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

Peneliti mengurus surat izin ini kepada staf Prodi KPI yakni Bapak Rozak, yang kemudian dilanjutkan pada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi selaku pemberi wewenang penelitian. Setelah surat izin penelitian keluar, peneliti menyampaikan surat tersebut kepada HRD radio Suara Tebuireng.

d. Mengidentifikasi dan Menilai Lapangan Penelitian.

Setelah mendapat ijin dari bagian HRD Suara Tebuireng, 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 individu atau kelompok yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi lapangan penelitian. Informan membantu peneliti untuk mengumpulkan banyak informasi dalam waktu yang

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

relatif singkat. Informasi yang ada akan menghasilkan informasi-informasi sudah dikumpulkan dan menjadi alat pertimbangan dengan informasi dari sumber lainnya. Dalam hal ini peneliti memilih Robi'ah M. Malayati, S.Sos sebagai informan dengan alasan bahwa Robi'ah M. Malayati, S.Sos yang akan menghasilkan sebuah data-data yang akan dijadikan bahan penulisan ini.

f. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian.

Peneliti hendaknya menyiapkan tidak hanya perlengkapan fisik, tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan.[57] Adapun peralatan yang harus dibutuhkan adalah:

1) Pensil atau pulpen, untuk menulis setiap hasil lapangan baik dari hasil wawancara maupun observasi, 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 di lapangan.

[57] Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 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

3) Alat perekam suara, peneliti menggunakan sebuah telepon genggam untuk merekam hasil wawancara dengan Robi'ah M. Malayati, S.Sos Dalam hal ini, dalam upaya mengumpulkan data atau informasi dari subjek yang diteliti, peneliti menggunakan alat bantu berupa buku dan alat tulis untuk mencatat hasil wawancara antara peneliti dengan informan.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini dilaksanakan kegiatan menggali data dengan cara wawancara dengan informan-informan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Kemudian peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan, serta dokumentasi agar data yang diperoleh lebih aktual dan valid.

Peneliti melakukan observasi sebagai mad'u dengan cara mendengarkan program "Ngaji Bareng" di Radio Suara Tebuireng setiap hari pukul 05.00 WIB. Disitulah peneliti mulai mencatat berbagai data yang akan dikumpulkan, informasi dicatat dalam buku catatan yang telah disiapkan dan proses wawancara dengan manager program Robi'ah M. Malayati, S.Sos di kantor redaksi Suara Tebuireng maupun melalui telepon genggam, peneliti merekam dalam alat perekam suara sebagai data yang lalu disatukan dengan data yang lain. Selain itu, peneliti juga meminta izin untuk meminta rekaman program "Ngaji Bareng" guna menguatkan hasil wawancara.

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. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini dilaksanakan kegiatan pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan dan disusun dengan baik dan rapi, kemudian dilakukan pengolahan data dan analisis data. Dengan demikian, sesudah peneliti berhasil untuk mendapatkan sebuah data atau informasi dari subyek yang diteliti dengan baik, langkah yang diambil kemudian yaitu menyajikannya secara lengkap tanpa melakukan penambahan maupun pengurangan data atau informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan subjek penelitian yang sudah didapat. Dalam penelitian ini, setelah peneliti melakukan pengumpulan data tentang program "Ngaji Bareng" dari hasil wawancara dengan manager program dan salah satu pendengar program "Ngaji Bareng", observasi program setiap hari, serta dokumen-dokumen arsip data program "Ngaji Bareng". Peneliti menyusun data tersebut dengan mengambil data yang berhubungan dengan rumusan masalah yang kemudian dikonfirmasikan dengan teori yang ada dalam buku ilmiah yang berjudul Strategi Dakwah, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, serta Perencanaan dan Strategi Dakwah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalama penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

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. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data adalah prosedur yang yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian kali ini, menggunakan beberapa teknik dalam upaya untuk mengumpulkan data-data penelitian, yaitu sebagai berikut:[58] Yang dimaksud data kualitatif ialah data dalam bentuk bukan angka. Data berupa teks, dokumen, atau obyek-obyek lainnya yang diketemukan di lapangan selama melakukan penelitian.[59]

1. Observasi

   Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Observasi atau yang disebut dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.[60] Seseorang yang sedang melakukan pengamatan tidak selamanya menggunakan pancaindra mata saja, tetapi selalu mengaitkan apa yang dilihatnya dengan apa yang dihasilkan oleh pancaindra lainnya. Suatu kegiatan pengamatan baru dikategorikan sebagai kegiatan pengumpulan data penelitian apabila memiliki kriteria sebagai berikut:

   a. Pengamatan digunakan dalam penelitian dan telah direncanakan secara serius.

[58] Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yograkarta: Teras, 2009), h. 57
[59] Jonathan Sarwono, Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif, h. 223
[60] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 145

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. Pengamatan harus berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

c. Pengamatan dicatat secara sistematik dan dihubungkan dengan proporsisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu yang hanya menarik perhatian.

d. Pengamatan dapat dicek dan dikontrol mengenai keabsahannya.[61] Alasan secara metodologis bagi penggunaan pengamatan ialah: pengamatan mengoptimalkan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan, dan sebagainya; pengamatan memugkinkan pengamat untuk melihat dunia sebagaimana dilihat oleh subjek penelitian, hidup pada saat itu, menangkap arti fenomena dari segi pengertian subyek, menangkap kehidupan budaya dari segi pandangan dan anutan para subjek pada keadaan waktu itu.Untuk teknik observasi ini peneliti mengamati program "Ngaji Bareng" dengan jalan ikut serta berpartisipasi dengan cara mendengarkan serta menjadi mad'u dari program "Ngaji Bareng" dengan demikian peneliti bisa mengumpulkan data dengan teknik observasi atau ikut serta dalam program tersebut.[62]

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara

[61] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 118
[62] Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hh. 174-175

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

pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*guide)* wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Menurut Paton dalam buku Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Burhan Bungin, ia membagi cara wawancara menjadi tiga:[63] Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik wawancara guna mencari informasi dan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan strategi komunikasi apa yang digunakan oleh radio Suara Tebuireng dalam program "Ngaji Bareng" sehingga dapat dikatakan efektif.

a. Wawancara Pembicaraan Informal

Pada jenis wawancara ini pertanyaan yang diajukan sangat bergantung pada pewawancara itu sendiri, jadi bergantung pada spontanitasnya dalam mengajukan pertanyaan kepada terwawancara. Hubungan pewawancara dengan terwawancara adalah dalam suasana biasa, wajar, sedangkan pertanyaan dan jawabannya berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari saja. Sewaktu pembicaraan berjalan, terwawancara malah barangkali tidak mengetahui atau tidak menyadari bahwa ia sedang diwawancarai.

Untuk jenis wawancara ini peneliti melakukan dua kali wawancara. Pertama, pada tanggal 14 Maret 2016 peneliti melakukan wawancara dengan Mas Ady bagian Riset dan Data (RnD) menanyakan seputar profil radio Suara Surabaya, serta profil

[63] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, h. 111

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 “Ngaji Bareng”. Kedua, peneliti melakukan wawancara dengan Robi’ah M. Malayati, S.sos selaku manager program “Ngaji Bareng” pada tanggal 03 Februari 2017. Peneliti bertanya tentang paket program “Ngaji Bareng”.

b. Wawancara Umum yang Terarah

Jenis wawancara ini adalah wawancara yang mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Demikian ula penggunaan dan pemilihan kata-kata untuk wawancara dalam hal tertentu tidak pelu dilakukan sebelumnya. Petunjuk wawancara hanyalah berisi petunjuk garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya tercakup. Pelaksanaan wawancara dan pengurutan pertanyaan disesuaikan dengan keadaan responden dalam konteks wawancara sebenarnya.

Dalam jenis wawancara ini, peneliti melakukan wawancara pada tanggal 31 Maret 2016 dengan manager program “Ngaji Bareng”, Robi’ah M. Malayati, S.sos. Peneliti bertanya seputar program “Ngaji Bareng”, serta sekilas tentang strategi yang digunakan. Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang sama pada tanggal 11 Februari 2017. Peneliti menanyakan lebih rinci tentang macam-macam strategi yang digunakan. Namun karena keterbatasan waktu akhirnya wawancara ini dilanjutkan pada tanggal

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

16 Februari 2017. Peneliti melakukan wawancara kembali pada tanggal 29 Maret 2017 - 1 April 2017 tentang sejarah dan seputar profil program "Ngaji Bareng" dengan lebih detail.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah setiap bahan tertulis atau film.[64] Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam. Yaitu data-data dari arsip-arsip, dokumen, foto, tape, mikrofil, disc, CD, harddisk, flashdisk, dan data-data lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian. Karena sebenarnya sejumlah besar fakta dan data sosial tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.[65] Dalam penelitiaan ini dokumen yang dapat menunjang penelitian yaitu: struktur organisasi radio Suara Surabaya, data-data dan deskripsi program "Ngaji Bareng", data apresiasi pendengar program "Ngaji Bareng", rekaman yang berisi rekaman materi program, dan lain sebagainya. Jadi, selain menggunakan kedua teknik di atas, penelitian ini juga menggunakan teknik atau model dokumentasi sebagai penunjangnya.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Patton dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif yang ditulis oleh Lexi J. Moleong, bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar.

[64] Ibid. h. 216
[65] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, hh. 124-125

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

Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian.

Sedangkan Bogdan dan Taylor dalam buku yang sama mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis kerja itu.

Dari rumusan tersebut di atas dapatlah kita menarik garis bahwa analisis data bermaksud pertama-tama mengorganisasikan data. Data yang terkumpul banyak sekali dan terdiri dari catatan lapangan dan tanggapan peneliti, gambar, foto, dokumen berupa laporan, biografi, artikel, dan sebagainya. Pekerjaan analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorisasikannya. Pengorganisasian dan pengelolaan data tersebut bertujuan menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi teori substantif.

Akhirnya perlu dikemukakan bahwa analisis data itu dilakukan dalam suatu proses. Proses berarti pelaksanaannya sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan data dilakukan dan dikerjakan secara intensif sesudah meninggalkan lapangan penelitian. Dalam hal ini dianjurkan agar analisis data dan penafsirannya secepatnya dilakukan oleh penulis, jangan menunggu sampai data itu menjadi dingin bahkan membeku atau malah menjadi kadaluwarsa. Pekerjaan menganalisis data memerlukan usaha pemusatan perhatian 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

pengerahan tenaga fisik dan pikiran peneliti. Selain menganalisis data, peneliti juga perlu dan masih perlu mendalami kepustakaan guna mengonfirmasikan teori atau untuk menjastifikasikan adanya teori baru yang barangkali ditemukan.[66]

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif interpretatif yang mana peneliti akan menginterpretasi data untuk memperoleh data dan makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan cara meninjau hasil penelitian secara kritis dengan teori yang relevan dan informasi akurat yang diperoleh dari lapangan data dari hasil wawancara dengan manager program dan salah satu pendengan program "Ngaji Bareng", observasi program setiap hari, serta dokumen-dokumen arsip data program "Ngaji Bareng". Peneliti menyusun data tersebut dengan mengambil data yang berhubungan dengan rumusan masalah yang kemudian diinterpretasi oleh peneliti untuk memperoleh data dan makna yang jelas dan kemudian dikonfirmasikan dengan teori yang ada dalam buku ilmiah yang berjudul Strategi Komunikasi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, serta Perencanaan dan Strategi Komunikasi.[67]

G. Teknik Keabsahan Data

Penelitian kualitatif menghadapi persoalan penting mengenai pengujian keabsahan hasil penelitian. Banyak hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal. Untuk itu perlu dibangun sebuah mekanisme untuk mengatasi keraguan terhadap setiap hasil penelitian kualitatif.

[66] Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hh. 280-281
[67] Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 151

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

Beberapa peneliti mencoba membangun mekanisme sistem pengujian keabsahan hasil penelitian.

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Dalam setiap penelitian kualitatif, kehadiran peneliti dalam setiap tahap penelitian kualitatif membantu peneliti untuk memahami semua data yang dihimpun dalam penelitian. Karena itu hampir dipastikan bahwa peneliti kualitatif adalah orang yang langsung melakukan wawancara dan observasi dengan informan-informannya. Karena itu peneliti kualitatif adalah peneliti yang memiliki waktu yang lama bersama dengan informan di lapangan, bahkan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan perpanjangan keikutsertaan dengan melakukan 8x wawacara dengan narasumber, observasi setiap pagi dengan mendengarkan program "Ngaji Bareng", selama penelitian ini berlangsung. Peneliti melakukan cek ulang setiap informasi yang didapatnya, sehingga kesalahan mendapat informasi, informan berdusta bahkan kesengajaan informan untuk menipu peneliti akan dapat dihindari.

2. Ketekunan Pengamatan

Untuk memperoleh keabsahan data yang tinggi, maka jalan penting lainnya adalah dengan meningkatkan ketekunan dalam pengamatan di lapangan. Pengamatan bukanlah suatu teknik pengumpulan data yang hanya mengandalkan kemampuan pancaindra, namun juga menggunakan semua pancaindra termasuk pendengaran, perasaan, dan insting peneliti. Dengan meningkatkan ketekunan pengamatan di lapangan maka, derajat

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

keabsahan data telah ditingkatkan pula Peneliti melakukan ketekunan pengamatan dengan mendengarkan program "Ngaji Bareng" setiap hari di waktu pagi yang kemudian dicocokkan dengan data hasil wawancara yang ada sesuai atau tidak.[68]

3. 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. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin, membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber data, metode, penyidik, dan teori dengan triangulasi, peneliti dapat me-*recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan:[69]

a. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan

b. Mengeceknya dengan berbagai sumber data

c. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.[70]

---

[68] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, hh. 261-264
[69] Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 330
[70] Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 332

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 penelitian ini, temuan dari hasil wawancara di-*recheck* oleh peneliti dengan teori yang ada dalam kerangka teoritik, dan sesuai dengan buku Strategi Komunikasi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, serta Perencanaan dan Strategi Komunikasi yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi dalam kerangka teoritik. Peneliti juga me-*recheck* data yang ada dengan data dari narusumber lain yang bersangkutan dengan program "Ngaji Bareng" yaitu salah satu pendengar program "Ngaji Bareng".

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 DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Setting Penelitian

1. Sejarah dan Profil Radio Suara Tebuireng

Pada 11 Maret tahun 1999, radio komunitas bernama "Radio El-Deha" didirikan di wilayah Dusun Tebuireng. Radio ini mulanya berdiri dimotori oleh sekumpulan mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Hasyim Asy'ari (UNHASY) Tebuireng Jombang sebagai Laboratorium Fakultas Dakwah dan studio siaran ditematkan di Jl. Irian Jaya No. 55 Tebuireng Jombang.

Sekitar tahun 2003, Radio El-Deha mengalami kevakuman. Hal ini dikarenakan faktor internal, dimana relawannya mengalami penurunan. Disamping itu, pemancar radio juga sering mengalami *trouble* yang menghambat aktivitas kinerja radio.

Pada tahun 2011, Radio El-Deha berdiri kembali dan berganti nama menjadi "Radio Suara Tebuireng" sebagai radio yang mengemban misi menjadi wadah informasi masyarakat dusun Tebuireng desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.[71]

Kehadiran Radio Suara Tebuireng sebagai radio dakwah di wilayah dusun Tebuireng, Kec. Diwek Kab. Jombang dirasa sangat perlu. Hal ini dikarenakan masyarakat mayoritas beragama Islam, ditambah adanya Pondok Pesantren, maka akses informasi sangat dibutuhkan, telebih bagi kelompok masyarakat yang berada disekitar pesantren.

[71] Arsip Radio Suara Tebuireng, 105.3 FM

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

Oleh karena itu, keberadaan Radio Suara Tebuireng dimaksudkan untuk menjembatani pondok-pondok pesantren yang berada di wilayah Tebuireng dengan masyarakat pesantren untuk mewujudkan aktualisasi masyarakat berbasis keilmuan, tradisi, dan budaya pesantren melalui program-program siaran di radio.

a. Maksud dan Tujuan Pendirian

Berdirinya Radio Suara Tebuireng dimaksudkan untuk menyelenggarakan penyiaran radio Komunitas Suara Tebuireng. Dalam bentuk diantaranya :

1) Menginformasikan komunitas pesantren dan keagamaan yang dibutuhkan dan layak untuk masyarakat.
2) Melestarikan keberlangsungan dan nilai-nilai budaya pesantren.
3) Menjadi *Counter* budaya melalui produk Syiar yang tidak sekedar hiburan.
4) Mengkampanyekan semangat kebersamaan, kepedulian dan solutif *"Khoirun Naas Anfa'uhum Lin Naas"*
5) Mewadahi dan mengembangkan potensi yang ada di masyarakat pesantren.[72]

b. Visi

Visi Radio Suara Tebuireng adalah menjadi radio berbasis pesantren untuk pencerdasan kehidupan masyarakat.

[72] ibid

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. Misi

1) Menjalin komunikasi yang terbuka dan demokratis antara pesantren dan masyarakat pesantren.
2) Menyajikan program-program yang memiliki nila-nilai edukatif sebagai inspirasi dan motivasi dalam memaknai hidup kepada masyarakat pesantren.
3) Pemberdayaan masyarakat dibidang keilmuan dan keagamaan untuk peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.

d. Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	: Yayasan Universitas Hasyim Asy'ari
Sebutan Udara	: Suara Tebuireng
Frekuensi	: 105.3 FM
Alamat Kantor	: Jl. Irian Jaya No. 55 Tebuireng Jombang.
Telepon	: 0321863867
Fax	: -
Website	: http://www.suaratebuireng.com
Twitter	: @suaratebuireng
Facebook	: Suara Tebuireng
Waktu Siaran	: 24 jam

e. Struktur Organisasi Radio Suara Tebuireng

Dalam upaya operasional maka pihak pengelola radio SS FM membuat susunan kepengurusan radio. Hal tersebut dilakukan agar

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

tercipta suasana kerja yang professional. Dikarenakan suatu perusahaan apapun jika tidak ada struktur organisasi akan sulit untuk berkoordinasi.

Adapun struktur organisasi yang sudah ada dalam radio Suara Tebuireng FM, yaitu:

Struktur Organisasi Radio Suara Tebuireng

Penasehat	**1. Dr. Hc. Ir. Salahuddin Wahid** **2. Drs. HA. Hafidz Ma'soem** **3. Drs. H. M. Muhsin Ks, M.Ag** **4. Drs. H. Amir Jamiluddin**
Direktur	Anwari, M.Si
Manager	Robi'ah M. Malayati, S.Sos
Marketing dan Komunikasi	Ovanda Ayu Kristianti
Ass. Program dan Umum	Nur Triyanti
Produksi dan Teknis	Ahmad Anshori
Script Writer	Dewi Purwati
Penyiar	1. Erin Nurhayati 2. Robi'ah Machtumah Malayati 3. Dewi Purwati 4. Ubaidillah Irsyad 5. Ikha Sholihah

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. Program Acara Radio Suara Tebuireng FM

Program-program yang ada di dalam radio Suara Surabaya yaitu sebagai berikut:

NO	Nama Program	Deskripsi Program
1.	Motivasi Muslim	Program pembuka yang menghadirkan serangkain motivasi yang dikemas dalam materi yang menarik guna mengajak *amar ma'ruf nahi munkar* dengan semangat baru dalam menjalani aktivitas pagi.
2.	Wawasan Kita	Program yang menyajikan berbagai tips ringan dan tema-tema menarik kehidupan sehari-hari.
3.	Obrolan Pagi	Program *talkshow* yang mengangkat tema-tema ringan dan menarik seputar pendidikan, kesehatan, ekonomi, budaya, keluarga sakinah, dan peristiwa terkini.
4.	Ngaji Ala Santri	Program ceramah dari tokoh/kyai yang disuguhkan dengan apik 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

		menarik.
5.	Ngaji Bareng	Program *Talkshow* seputar fiqh, pemahaman Ahlus Sunnah Wal Jama'ah (Aswaja, Adab/Akhlak)
6.	Khazanah Pesantren	Program yang menghadirkan ulasan pondok pesantren terkait tradisi, biografi kyai/ulama, serta profil pondok pesantren yang disajikan secara santai dan menarik.
7.	Tilawah	Program pembacaan ayat suci al-Qur'an yang menyajikan murottal dan terjemahnya untuk memberikan pemahaman tentang kandungan isi al-Qur'an.

g. Daerah Jangkaun

Untuk saat ini radio Suara Tebuireng dapat di dengar di seluruh wilayah di kabupaten Jombang dari kawasan radio siaran di Jl. Irian Jaya No 55 Tebuireng Jombang. Namun tidak menutup kemungkinan jangkaun radio Suara Tebuireng nantinya akan diperluas ke berbagai daerah.

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

h. Segmentasi Pendengar Radio Suara Tebuireng

Berdasarkan usianya, segmentasi radio Suara Tebuireng adalah rentang usia antara 30-40 tahun keatas. Hal ini disebabkan mulai minimnya usia muda yang meminati mendengarkan radio sebagai hiburan ataupun media informasi. Dengan demikian radio suara Tebuireng lebih mengkhusukan dengan konten-konten yang sesuai dengan usia 30-40 tahun keatas, termasuk program "Ngaji Bareng".

Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, pendengar radio Suara Tebuireng bisa dikatakan lebih seimbang secara prosentase. Sebab pihak mangemen sendiri tidak pernah melakukan survey secara langsung kepada para pendengar radio Suara Tebuireng.[73]

2. Seputar Program Ngaji Bareng

Suatu media pasti memiliki karakter dan alur kerja sendiri-sendiri, bahkan semua itu tidak jauh dari siapa pendiri atau perintis media tersebut dan pembesar-pembesar yang ada dalam suatu media tersebut. Adapun isi-isi dalam media tersebut juga tak jauh beda dari profil sosok pendiri atau pemilik media tersebut.

Seperti halnya yang ada dalam media radio, isi sebuah program dalam radiojuga tak akan jauh berbeda dengan bagaimana sosok profil pendiri bahkan juga bisa dilihat dari apa agama yang telah dipeluknya dan bagaimana model pemikiran yang telah dimiliki oleh pemilik atau pendiri

[73] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 09 Juli 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

media radio tersebut juga pemikiran dari orang-orang yang berpengaruh besar dalam radio tersebut.

Di dalam Suatu radio, pasti memiliki berbagai macam-macam program tersendiri, baik itu program unggulan maupun program yang lainnya, sebagai radio kepesantrenan, radio suara Tebuireng menjadi salah satu media pelopor yang menjadikannya sebagai media dakawah, diantaranya adalah program dengan tajuk "Ngaji Bareng". Itu semua juga masih sesuai dengan apa agama yang dimiliki oleh pendirinya dan naluri pemikiran seoarang pendiri radio tersebut.

Ngaji Bareng merupakan salah satu program yang mulanya diadakan di bulan ramadhan untuk mengisi tausiyah-tausiyah yang dikonsep secara tematik yang berhubungan dengan kajian ibadah puasa.

Karena mendapatkan respon yang positif dari para pendengar, program ini akhirya berlanjut hingga lepas ramadhan dan menjadi salah satu program favorit di radio Suara Tebuireng.

Jika ditarik lebih jauh lagi, program Ngaji Bareng ini pada dasarnya di buat untuk menfasilitasi kegiatan seputar kepesantrenan melalui radio.

Latar belakang dibuatnya program ngaji bareng ini, kita mencoba membuat untuk menfasilitasi kegiatan seputar kepesantrenan melaui radio.[74]

Selain itu, dari sisi pendengar, proram ini dibuat untuk mewadahi bagi mereka para pendengar yang memiliki masalah tertentu untuk kemudian mempunyai media melalui program Ngaji Bareng, sehingga bisa berinteraksi

[74] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 09 Juli 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

secara langsung dan menanyakannya kepada narasumber yang memiliki pengetahuan agar mereka para pendengar mendapat jawaban atas permasalahannya.

Kita buat program itu tentu saja kita buat untuk mewadahi pendengar sebagai penjembatan narasumber-narasumber yang memiliki pengetahuan dengan persoalan yang ada di lapangan yang di wakili oleh pendengar2. Pendengar mempunyai masalah apa, kita menjembatani kepada orang yang mempnyai pengetahuan tersebut sebagai jawaban.[75]

Program Ngaji Bareng radio Suara Tebuireng memang pada awalnya memiliki format dengan dikemas secara interaktif, yaitu dialog mengenai persoalan yang dibahas untuk dikembangkan.

Pada mulanya, materi yang di sampaikan pada program Ngaji Bareng memang bersifat tematik. Namun seiring berjalannya waktu hingga sekarang, program ini berubah menjadi pengajian dengan konsep menyelesaikan satu kitab khusus yang di selesaikan dari satu bab ke bab yang lain disetiap on air, hingga satu kitab itu selesai (khatam).

Satu kitab yang dipilih oleh radio Suara Tebuireng ini adalah kitab Ghoyah Wa At-Taqrib Matan Abu Suja', yang mana kitab ini memuat tentang ilmu-ilmu fiqih di dalam ajaran islam.

Seperti halnya dengan program-progrm radio pada umumnya, sejak awal hingga sekarang, program Ngaji Bareng mengalami proses naik turun. Proses ini terjadi dikarenakan menyesuaikan dengan permintaan pendengar. Namun dengan tidak merubah format dari kemasan program itu sendiri,

[75] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 09 Juli 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

hanya saja perubahan dan pengembangan pada materi yang disampaikan serta konsep interaktif yang diterapkan.

Termasuk yang mengalami perubahan adalah penyajian dalam menyampaiakan materi penyiaran. Dimana yang dulunya bersifat tematik, sedangkan saat ini menggunakan satu kitab khusus yang telah ditentukan untuk dibahas bab per bab hingga selesai atau khatam.

Hal ini karena dirasa sulit untuk memetakan persoalan yang dialami masyarakat dengan segmentasi usia antara 30-40 tahun keatas dalam menentukan sebuah tema. Sebab tema yang diangkat biasanya tidak bersumber hanya dari satu sudut pandang saja, melainkan narasumber biasanya mengambil dari berbagai sumber referensi.

Oleh karena itu, Untuk menemukan tema yang harus digali, kita terkadang menemui kesulitan. Sehingga solusi yang kita ambil agar tidak selalu menentukan tema setiap kajian, Kita mencoba kreasi lain selain tematik yang bisa dijadikan dialog interaktif seputar kepesantrenan. Akhirnya, dalam program Ngaji Bareng ini hanya menggunakan satu kitab saja untuk kemudian di khatamkan. Pengajian ini sekaligus dibarengi dengan *maknani*, yaitu istilah yang biasa digunakan di pesantren untuk mengartikan sebuat kitab menggunakan bahasa *jawa pegon.*[76]

Adapun yang menjadi pengisi program Ngaji Bareng di radio Suara Tebuireng atau sebagai *qariul kitab-nya* adalah KH. Amil Jamiluddin, pengasuh Pondok Pesantren Walisongo Cukir. Sedangkan kitab yang menjadi kajiannya adalah Ghoyah Wa At-Taqrib matan Abu Suja'.

Untuk waktu pengajian program Ngaji Bareng, disiarkan pada setiap hari Senin, dengan durasi satu jam, mulai pukul 16.00-17.00 WIB.

[76] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 17 Juli 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

Program Ngaji Bareng juga disiarkan secara langsung setiap hari selasa dengan jam yang sama, yaitu pukul 16.00-17.00 WIB oleh Bapak Abdul Majid, selaku divisi kajian di Dakwah Center Jombang.

Radio Suara Tebuireng tidak sembarangan dalam menentukan siapa pengisi program Ngaji Bareng. Oleh karenanya, di pilihlah KH. Amil Jamiluddin dan Bapak Abdul Majid. Karena dua tokoh ini dianggap orang yang paling berkompeten dibidangnya. Mampu menjawab semua persoalan yang ada di lapangan yang di wakili oleh para pendengar.

Dismaping itu, kedua tokoh ini juga di tuakan secara keilmuannya dan pengalamnnya di dunia pesantren untuk menjawab tantangan radio sebagai pelopor dunia kepesantrenan.

> Gus Jamil disini termasuk orang yang dituakan dalam arti usia dan keilmuan. Selain itu beliau juga punya kepedulian tersendiri buat temen-temen dakwah yang mau mengembangkan diri dan dulu di wadahi oleh radio suara tebuireng. Makanya ada ikatan emosional tersediri antara mereka. Kalau pak majid, dulunya ada kerjasama menentukan tema-tema yang hendak diangkat, seperti bagaimana menjaga dari radicalism. Pokoknya intinya penguatan aswaja.[77]

Suatu program memiliki sebutan tersendiri untuk para pendengarnya. Dalam program "Ngji Bareng" juga mempunyai sebutan khusus untuk pendengar setia maupun pendengar yang baru bergabung. Penyiar maupun ustadz yang mengisi program Ngaji Bareng ini biasa menyebut para pendengarnya dengan sebutan "Sahabat Santri". Hal ini bertujuan agar penyiar khususnya ustadz tersebut terasa lebih dekat dan akrab dengan

[77] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 17 Juli 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

pendengarnya. Sehingga pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh pendengarnya. Serta sebutan tersebut merupakan ciri khas dan pembeda dengan program-program di radio yang lain.

Disiarkan dengan durasi satu jam dan tanpa jeda iklan, program Ngaji Bareng, mewujudkan diri menjadi pengajian pembacaan layaknya di pondok pesantren, namun dikemas dalam bentuk siaran media gelombang suara.

Radio Suara Tebuireng bisa dikatakan sebagai radio non komersil, sehingga dalam setiap jeda program tidak selalu bersanding dengan produk iklan, termasuk di dalam program Ngaji Bareng.

Dengan demikian, durasi satu jam di program Ngaji Bareng di isi pembacaan kitab secara penuh, tanpa ada jeda iklan apapun.

Sedangkan alur berjalannya program Ngaji Bareng sangat sederhana. Layaknya radio pada umumnya, dari satu jam durasi, menit awal di isi prolog oleh penyiar. opening, wajib salam kemudian sebut tanggal waktunya masehi dan hijriah harus ada, kemudian berikutnya terserah diramut penyiar.

Kemudian menit selanjutnya pembacaan kitab (qiroatul kitab) oleh KH. Amil Jamiluddin. Dan yang terakhir di buka sesi pertanyaan kepada para pendengar, sebelum segmen terakhir, yakni penutupan.

Untuk closeingnya, radio Suara Tebuireng juga mempunyai tagline khusus, yakni “Khoirunnas Anfa’uhum Linnas” yang kemudian ditutup dengan ucapan salam.

Mengenai pertanyaan di program ini, pendengar di bebaskan mengajukan pertanyaan apapun, meskipun berada di luar tema yang sedang di bahas oleh KH. Amil Jmailuddin. Pendengar tidak di batasi hanya bertanya seputar bab

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

atau pasal yang sedang di bahas kiayi. Hal ini sudah menjadi kesepakatan kiayi dengan pihak penyelenggara radio, untuk membuktikan bahwa Radio Suara Tebuireng memang menjadi media yang bertujuan untuk menjembatani antara pesanten dan masyarakat pesantren.

Program Ngaji Bareng ini juga menjadi program paketan, karena program ini menjadi satu paket di bawah ruang lingkup dengan Khazanah Islam. Dimana bercampur program yang diisi dengan pemutaran lagu-lagu religi yang bernuansa Islami dan bernuansa dakwah. Untuk pemutaran lagu tersebut, biasa nya diputar pada saat akan dimulai program Ngaji Bareng, sekaligus di putar setelah selesai pembacaan pengajian kitab di program Ngaji Bareng tersebut.

Komposisi lagu-lagu religi ini tak lain adalah sebagai pelengkap setelah materi-materi keagamaan yang telah disampaikan kepada para pendengar, dengan adanya komposisi lagu-lagu religi tersebut, akan lebih dapat menyejukkan hati pendengar, ibarat masakan yang dilengkapi dengan bumbu-bumbu pilihan dan akan menghasilkan kenikmatan tersendiri oleh rasanya.

B. Penyajian Data

1. Strategi Radio Suara Tebuireng Program Ngaji Bareng

Dengan adanya penyajian data, maka data yang sudah penulis kumpulkan dari hasil wawancara (09 Juli 2017 s/d 01 Januari 2018) yakni tentang Strategi Radio Suara Tebuireng FM Sebagai Media Dakwah dalam Program “Ngaji Bareng”.

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

Radio Suara Tebuireng sadar betul akan posisi dirinya sebagai media siar yang mengemban misi dakwah, sangat memperhatikan komponen-komponen guna memantapkan strategi dakwah, sebagaimana yang disebut Asmuni Syukri, dalam bukunya Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam, mengenai pentingnya untuk memperhatikan komponen dakwah sebagai jawaban atas rumusan Lasswell, yaitu : *Who?* (Siapa da'i atau penyampai pesan dakwahnya?), *Says What?* (Pesan apa yang disampaikan?), *In Which Channel?* (Media apa yang digunakan?), *To Whom?* (Siapa Mad'unya atau pendengarnya?), *With what Effect?* (Efek apa yang diharapkan?.

Strategi radio Suara Tebuireng sebagai media dakwah, sangat erat kaitannya dengan strategi dakwah itu sendiri. Analisis yang cermat terhadap pasar audien akan memberikan peluang bagi setiap penayangan program untuk diterima para pendengar. Sedangkan dalam mempersiapkan strategi dan rencana program, pengelola program harus melakukan analisis secara cermat terhadap persaingan stasiun penyiaran dan persaingan program yang ada pada suatu segmen pasar pendengar. Hal yang demikian dinamakan analisis peluang dan analisis komperatif dalam strategi program radio.

a. Strategi Pengemasan dan Proses Kerja Program

Program Ngaji bareng adalah program yang sebelumnya tidak ada di stasiun radio manapun dengan format pengajian kitab “maknani”. Sehingga adanya program ini sebagai pemenuhan kebutuhan warga sekitar yang ingin menikmati kajian keagamaan dalam budaya pesantren.

Pemenuhan kebutuhan tersebut, menjadi strategi dakwah yang ditujukan untuk mentransmisikan pesan dakwah kepada audien dengan

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

tujuan tertentu yang telah di gariskan sebelumnya, dengan media, perumusan pesan, dan pesan yang akan di capai, yang pada akhirnya tercapai apa yang diinginkan sesuai dengan perumusan tujuan itu. Termasuk juga sebagai metode, siasat, taktik atau *manivers* yang di pergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah.[78]

Strategi radio dalam menciptakan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pelaksanaannya berkaitan dengan kegiatan produksi, pemilihan (*Akuisisi*), serta penjadwalan program untuk dapat menarik minat sebanyak mungkin audien.

Bagian yang bertanggung jawab dalam perencanaan program ini biasanya dipegang oleh manajemen puncak pada stasiun penyiaran, utamanya manager program dengan terlebih dahulu berkonsultasi dengan manajer pemasaran (sebagai bagian yang nantinya akan memasarkan program kepada para pemasang iklan, serta memberikan pertimbangan dan pandangan mengenai prospek peringkat program/ rating, dsb), dan juga manajer umum.

Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang

[78] Asmuni Syukir, *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al- ikhlas, 1983), hh. 32-34

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

memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

Ngaji Bareng adalah program radio Suara Tebuireng yang dimunculkan dengan format pengajian keagamaan berbasis pesantren. Program ini juga timbul berdasarkan demografinya, dimana masyarakat kabupaten Jombang merupakan mayoritas muslim yang sangat kental dengan dunia kepesantrenan.

Oleh karena itu, dibutuhkan terobosan baru demi melestarikan konsep pengajian monolog ala pesantren dengan sentuhan interaktif. Radio dengan format program Ngaji Bareng, yaitu pengajian kitab secara penuh yang dibacakan oleh kiayi sebagai penyiarnya, belum pernah ada sama sekali di stasiun radio manapun di Jombang. Dan tentu program ini akan memiliki tempat tersendiri di hati para masyarakat pesantren Jombang.

b. Strategi S-T-P-P

Strategi STPP adalah strategi radio yang menfokuskan pada konsep Segmentasi, Targeting, Positioning, dan Program.

Untuk mencapai tujuan dakwah dari program Ngaji Bareng, tentu sangat erat kaitannya dengan konsep dakwah itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti akan mengulas berdasarkan komponen dan aspeknya.

Rumusan komponen yang pertama adalah Siapa Dai atau penyampai pesan dakwah (Who?)

Radio Suara Tebuireng yang berdiri sebagai pelopor media kepesantrenan memiliki strategi tersendiri dalam dakwahnya untuk khalayak masyarakat yang lebih luas.

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

Melestarikan nilai-nilai budaya pesantren dalam program radio, menjadi strategi tersendiri bagi Suara Tebuireng dalam men-*counter* budaya melalui produk syiar yang tidak hanya sekedar hiburan.

Oleh karena itu, sosok penyampain pengajian dipilih tokoh yang berpengaruh di salah satu pesantren dimana radio Suara Tebuireng berdiri di kota tersebut, dalam hal ini Kabupaten Jombang. Yakni KH. Amil Jamiluddin. Beliau adalah pengasuh Pondok Pesantren Walisongo Cukir.

Dalam budaya pesantren, sosok seorang kiayi adalah yang berkompeten untuk dipercaya dalam setiap menyampaikan tausiyah, bahkan di tunggu-tunggu fatwanya. Apalagi budaya pesantren sangat kental dengan konsep *Sami'na wa Athona,* dari sini akan mempermudah diterimanya setiap pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada khalayak masyarakat.

Rumusan komponen yang kedua adalah Pesan Apa Yang Disampaikan (Says What?)

Berdasarkan segmentasinya, sasaran pendengar radio Suara Tebuireng adalah masyarakat pesantren dengan usia antara 30-40 tahun ke atas, maka pesan yang disampaikan lebih khusus kepada ilmu-ilmu fikih. Yang mana berkonsentrasi pada norma-norma keagamaan sekaligus tatacara mengamalkan ajaran-ajaran dalam agama islam.

Hal ini tentu sangat dibutuhkan bagi masyarakat dengan rentang usia 30-40 tahun keatas.

Rumusan komponen yang ketiga adalah Media Apa Yang digunakan (In Which Channel?)

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

Sebagaimana yang diketahui, radio Suara Tebuireng memerankan dirinya sebagai suatu alat komunikasi yang memanfaatkan gelombang elektromagnetik sebagai pembawa pesan yang di pancarkan melalui udara dengan kecepatan yang menyamai kecepatan cahaya. Proses penyampaian pesan ini memerlukan dua sarana utama, yakni sebuah pengirim pesan yang yang lazim disebut *pemancar radio* dan sebuah penerima pesan yang di namakan *penerima radio*.

Menurut Masduki, radio merupakan media auditif (hanya bias didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau bisa didengarkan dimana–mana.[79]

Media radio sebagai media dakwah terbilang sangat efektif. Sebab dengan jangakuan yang luas, masyarakat pesantren tidak perlu menghadiri pengajian dari kiayi secara langsung tapi bisa menikmati pengajiannya secara langsung dimanapun mereka berada, bahkan jika saat sedang melakukan aktifitas.

Selain itu, mampu menjangkau daerah terpencil, media radio memiliki daya tarik tersendiri di kalangan masyarakat. Biayanya juga relatif murah dan tidak terhambat oleh tingkat kemampuan baca tulis. Apalagi segmentasi radio Suara Tebuireng yang berada di usia 30-40 tahun keatas. Tentu sudah terbilang lemah dalam urusan baca dan tulis.

Masyarakat pesantren akan disuguhkan dengan pengajian kiai layaknya menjadi seorang santri disebuah pondok pesantren melalui siaran on air radio.

[79] Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: Lkis, 2001), h.9

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

Rumusan komponen yang keempat adalah Siapa Mad'unya atau Pendengarnya (To Whome?)

Sasaran segmen radio Suara Tebuireng memang rentang usia antara 30-40 tahun keatas. Namun tidak menutup kemungkinan radio Suara Tebuireng program Ngaji Bareng juga dinikmati oleh usia muda, termasuk mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari dimana kantor radio ini berdiri.

Robi'ah Machtumah Malayati, selaku Manager Radio Suara Tebuireng menuturkan, ada seorang pemuda pendengar aktif program Ngaji Bareng menghubungi kontak interaktif dan menanyakan kehadiran Gus Jamil sebagai pengisi pengajian, sebab dirinya sudah siap dengan kitab yang dijadikan pengajian untuk mengikuti *maknani* bersama Gus Jamil.

> Pendengar kami istimewa lho mas, biasanya mereka kalau mau ngaji ada salah satu yang ngaku, mereka sudah stay di depan radio sambil membawa kitabnya, jadi ikut maknani, dia bilang, ini nanti gus jamil rawuh (hadir, red) gak ning, soalnya aku sudah siap di depan radio mau ikutin ngaji. [80]

Hal ini membuktikan bahwa, meskipun segmentasi Ngaji Bareng adalah usia 30-40 tahun keatas, tapi masih ada sebagian dari para pendengar pemuda yang aktif mengikuti pengajian.

Rumusan komponen yang kelima adalah Efek Apa Yang Diharapkan (Whith What Effect?)

Dalam program Ngaji Bareng, efek yang diharapakan tentu menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat pesantren, khususnya

[80] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 17 Juli 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

di bidang keagaman dan kerohanian. Dengan demikian diharapkan mampu mengubah pola pikir dan perilaku pendengar Ngaji Bareng menjadi lebih baik sesuai dengan tuntunan agama islam, baik dalam hubungan sosial maupun peribadatan.

Strategi radio dengan menyiarkan dakwah program Ngaji Bareng dilakukan secara berkala setiap satu minggu dua kali, diharapkan mampu memberikan siraman kerohanian, setidaknya sebagai pengingat bagi para pendengar dalam setiap aktifitas sehari-harinya.

Strategi ini terbukti efektif dengan mengukur pengaruh yang timbul dari para pendengar.

Dari sisi pendengar, pihak managemen tidak pernah mensurvey secara langsung efek yang ditimbulkan dari program Ngaji Bareng. Namun terbilang efektif dari respon pendengar dengan mengatakan, mereka tidak pindah dari channel radio ini. Sebab bagi mereka, radio ini sebagai sumber informasi dan wawasan kerohanian, sekaligus mendamaikan hati para pendengar setia Ngaji Bareng.

Kita tidak pernah mengukur impact dari pendengar. Mereka Cuma mengatakan meraka tidak pindah dari radio ini. Bagi mereka radio ini sebagai sumber informasi dan wawasan kerohanian, sebagai pengingat. Bagi mereka mungkin bisa mendamaikan hati.[81]

Namun dapat dikatakan bahwa, radio Suara Tebuireng memiliki pendengar aktif dan pendengar pasif. Dimana pendengar pasif lebih banyak dengan perbandingan antara aktif dan pasif adalah 1:100.

[81] Wawancara, Robi'ah Machtumah Malayati, Manager Radio Suara Tebuireng, 1 September 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

Artinya, jika ada pendengar aktif radio Suara Tebuireng berjumlah 10 orang, maka pendengar pasifnya berjumlah 1000 orang.

Sebagai radio dengan format dakwah, radio Suara Tebuireng memiliki tempat tersendiri di kalangan masyarakat pesantren. Sebab masyarakat dengan lingkungan kepesantrenan yang lebih memiliki minat dalam budaya islam yang di dapatkan di dunia pesantren, membuat masyarakat usia tua terhalang untuk menikmatinya.

Dengan hadirnya program Ngaji Bareng ini, seakan menjadi solusi tersendiri untuk mengobati masyarakat pesantren yang ingin menikmati pengajian seorang kiayi dimanapun dengan tidak terhalang aktifitasnya.

Mengacu pada strategi dakwah menurut Asmuni Syukri, aspek-aspek dakwah yang harus diperhatikan terbagi menjadi beberapa asas, yaitu : *Asas Filosofis, Asas Sosiologis, Asas Psikologis, Asas Efektifitas dan Efesiensi.*[82]

Menurut hemat peneliti, strategi radio sebagai media dakwah program Ngaji Bareng sangat menonjol jika dilihat dari asas efektifitas dan efisiens sebagaimana yang diungkapkan oleh Asmuni Syukri.

Efektifitas dan efesiensi dalam strategi media dakwah berarti didalam aktifitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang di keluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin. Dengan kata lain ekonomis biaya,

[82] Asmuni Syukir, *Dasar - Dasar Strategi Dakwah Islam,* (Surabaya: Al- ikhlas, 1983), 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

tenaga dan waktu tapi dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidak-tidaknya seimbang antara keduanya.

Radio suara tebuireng menjawab dengan memposisikan dirinya sebagai media yang ekonomis secara biaya dan waktu, tapi hasilnya mampu menjangkau banyak pendengar di kalangan masyarakat di seluruh kota Jombang.

C. Temuan Penelitian

Dari hasil penelitian di lapangan, peneliti menemukan bahwa antara teori-teori yang digunakan dalam kerangka teori sesuai dengan kenyataan hasil penelitian di lapangan. Konsep strategi radio sebagai media dakwah yang telah dijelaskan dalam kerangka teoritik sesuai dengan strategi yang digunakan oleh radio Suara Tebuireng dalam program "Ngaji Bareng".

Positioning dan format yang tepat menjadi program dakwah yang efektif dan efisien. Ngaji Bareng diposisikan sebagai program dakwah sebagai kebutuhan mayarakat pesantren, dan formatnya adalah pengajian seorang kiayi dengan *maknani* khas pesantren.

Strategi dan tujuan program radio bisa dikatakan keberhasilannya jika diukur dengan pencapaian atas tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya dalam format dan positioning progrm Ngaji Bareng. Dalam hal ini tujuannya adalah :

1) Mendapatkan sebanyak mungkin audien.

Ngaji Bareng mentargetkan menggait pendengar seluruh mayarakat di Jombang sesuai batasan jangkaun gelombangnya. Mulai dari santri, mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari, masyarakat pesantren, dan kalangan

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

masyarakat yang masih awam dalam dunia kepesantrenan. Hal ini sangat mungkin karena format Ngaji Bareng yang disampaikan secara universal.

2) Target audien tertentu.

Target audien tertentu adalah sesuai segmentasi program Ngaji Bareng, yakni masyarakat pesantren dengan range usia antara 30-40 tahun keatas.

3) Prestise (pengakuan dari pihak lain).

Berdasarkan data yang masuk, baik berupa arsip dari radio Suara Tebuireng atau respon secara tidak langsung, Ngaji Bareng mendapat impact yang poitif dari para pendengar. Dimana mereka tidak ingin pindah dari channel radio Suara Tebuireng karena audien menganggapnya sebagai sumber informasi dan wawasan kerohanian yang mendamaikan hati.

4) Kepetingan Publik (memenuhi kepentingan/ kebutuhan public ditempat stasiun itu berada).

Berdiri di wilayah dan di naungi oleh Universita Hasyim Ay'ari, radio Suara Tebuireng menjadi salah satu pelopor menyebarkan budaya kepesantrenan.

Letaknya yang berada di kawasan pusat beberapa pendidikan pondok pesantren di wilayah Jombang, radio Suara Tebuireng dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan wawasan kajian keagamaan ala pesantren.

Ngaji Bareng menjadi strategi radio Suara Tebuireng tersendiri sebagai media dakwah dengan menjelma pengajian kitab ala pesantren untuk memenuhi kebutuhan wawasan keilmuan agama bagi usia 30-40 tahun keatas yang

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

terhalang oleh waktu untuk hadir mengikuti pengajian langsung ke pondok pesantren.

Dakwah dengan dikemas pengajian satu kitab penuh lebih efektif bagi pendengar dengan target segmentasi radio Suara Tebuireng bagi masyarakat pesantren.

Berdiri di kalangan pesantren, radio Suara Tebuireng dalam programnya Ngaji Bareng, menjalankan tugasnya sebagai media dakwah yang dikemas ala pesantren dalam misinya mencerdaskan kehidupan masyarakat. Menjalin komunikasi yang terbuka dan demokratis antara pesantren dan masyarakat pesantren dalam pemberdayaan di bidang keagamaan untuk memnuhi kualitas hidup yang lebih baik.

Inilah hasil temuan peneliti di lapangan. Relevan atau sesuai dengan teori yang peneliti gunakan sebagai acuan. Program ini dibuat tidak asal-asalan. Tujuan serta pengemasan program jelas. Dalam memilih narasumber juga tidak asal-asalan, karena langsung di isi oleh seorang kiayi yang menjadi pengasuh di salah satu pondok pesantren.

Program ini berisi materi-materi yang ada dalam setiap bab di kitab Ghoyah Wa at-Taqrib, disampaikan dengan cara di *maknani* sekaligus disampaikan dengan bahasa yang mudah di pahami.

Tujuan akhir dari program ini adalah *Khoirun Nass Anfa'uhum Lin Naas*. Sebagaimana yang menjadi tagline dan slogan radio Suara Tebuireng ini. Sebaik-baik manuisa adalah yang bermanfaat bagi manusia yang lainnya.

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 penelitian ini, maka peneliti dapat mengemukakan kesimpulannya. Yakni mengenai strategi radio Suara Tebuireng sebagai media dakwah dalam program ‘’Ngaji Bareng’’.

Adapun strategi radio dalam program Ngaji Bareng, yakni positioning dan format program. Dimana yang diterapkan adalah pengajian satu arah (monolog) ala pesantren dengan seorang kiayi yang menjadi dai’nya atau sebagai narasumber (penyiar) untuk menyampaikan materi dengan menyelesaikan satu kitab yang telah ditentukan.

Bentuk penyampainnya di barengi dengan *Maknani* sebagaimana budaya pengajian di pesantren dan di tutup dengan diaolog interaktif sebagai ciri khas dari radio itu sendiri.

B. Saran

1. Bagi pendengar, dalam melaksanakan program kegiatan keagamaan tidak hanya sekedar mengikutinya, dan memiliki rasa cinta kepada agamanya, akan tetapi juga memahami ajaran-ajaran yang telah diberikan, agar benteng-benteng keagamaan dalam islam ini semakin banyak dan tidak diragukan.
2. Demikian juga untuk para pemilik media, khususnya radio Suara Tebuireng yang menfokuskan pada program dakwah, untuk semakin meningkatkan kualitas program, supaya menjadi program yang lebih baik. Agar lebih

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

bermanfaat lagi bagi pendengar khususnya mereka yang masih awam dalam hal ilmu keagamaannya dan semakin luas penyebaran keilmuannya tentunya dengan binaan strategi dakwah yang efektif.

3. Untuk penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi berdasarkan penelitian ini maka penulis memberikan saran dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti ingin memberikan rokemendasi kepada peneliti selanjutnya untuk dapat lebih memperdalam hasil penelitian ini. Karena peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil dari penelitian ini masih jauh dari sempurna.

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

Amin Samsul Munir,2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah

Arikunto Suharsimi. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek edisi revisi*. Jakarta: Rineka Cipta

Arifin Anwar. 1984.*Strategi Komunikasi Cetakan II*. Bandung: Armico.

Aziz Moh Ali. 1993. *Ilmu Dakwah.* Surabaya: IAIN Sunan Ampel.

Aziz Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media

Bachtiar Wardi. 1997. *Metode Penelitian Ilmu Dakwah.* Jakarta: LOGOS

Bungin Burhan.2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Bungin Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

Efendy Onong Uchjana. 2009. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya,

Herdiansyah Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

Idrus Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga

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

KurniawanAsep. 2004. *Komunikasi Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press,

Musyafak Najahan. 2009. *Operasinalisasi Radio Komunitas dalam Dakwah Islam*. Semarang: Fakultas Dakwah.

Marbun B.N. SH,2005,*Kamus Manajemen*,Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaeter Profeional*,Bantul: Pustaka Populer Lkis.

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

Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKIS.

Muhtadi Asep Saiful.1999. *Juranalistik Pendekatan Teori dan Parktik*. Jakarta: Logos Wacana dan Ilmu.

Moleong J, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.

Nazir Mochammad. 1998. *Metode Penelitian.* Jakarta: Ghalia Indonesia

Syaifudin Didin. 2005. *Diktat Radio Siaran,*Sidoarjo:LKIS

Syamsul Asep M. Romli. 2004. *Broadcast journalism.* Bandung: Nuansa.

Syukir Asmuni. 1983. *Dasar - Dasar Strategi Dakwah Islam,*Surabaya: Al- ikhlas,

Syukir Asmuni. 1983. *Dasar- Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al- ikhlas

Sudibyo. 2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKIS.

Sarwono Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Thohir Luth. 1999. *Dakwah dan Pemikirannya Cet. I*. Jakarta: Gema Insani Press.

Tanzeh Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian.* Yograkarta: Teras

Wahyudi, J.B. 1996. *Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti,

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