



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH
DI RADIO SUFADA UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

M. Fairuz Zahran Izz
NIM. B01217029

**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya
2022**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya:

Nama : M. Fairuz Zahran Izzi

NIM : B01217029

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat : Jl. Jemur Wonosari Gang Lebar No. 57
Kec. Wonocolo Surabaya.

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi berjudul **Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitaso dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar saya perolehan dari skripsi tersebut.

Surabaya, 10 Desember 2021
Yang menyatakan,



M. Fairuz Zahran Izzi

NIM. B01217029

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : M. Fairuz Zahran Izz
NIM : B01217029
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Di Radio SUFADA
UIN Sunan Ampel Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 10 Desember 2021
Dosen Pembimbing



Dr. Sokhi Huda, M.Ag
NIP. 196701282003121001

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI
Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Di Radio SUFADA UIN
Sunan Ampel Surabaya

Disusun oleh:
M. Fairuz Zahran Izz
NIM. B01217029

Telah diujikan dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu (S1) pada tanggal 11 Januari 2022
Tim Penguji

Penguji I,

Dr. Sokhi Huda, M.Ag
NIP. 196701282003121001

Penguji II,

Dr. H. Abd. Syukur, M.Ag
NIP.196607042003121001

Penguji III,

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

Penguji IV,

Dr. H. Sunarto AS, MEI
NIP.195912261991031001

Surabaya, 11 Januari 2022
Dekan,



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



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : M. Fairuz Zahran Izzi
NIM : B01217029
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : mfairuzzahranizzi@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 Penyampaian Pesan Dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya

.....

.....

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, 31 Januari 2022

Penulis

(M. Fairuz Zahran Izzi)

ABSTRAK

M. Fairuz Zahran Izzi, NIM. B01217029, 2021. Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan yaitu bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah di radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer dalam penelitian yaitu wawancara dengan *General Manager* radio Sufada, sedangkan data sekunder berupa buku ilmu dakwah, penelitian terdahulu, jurnal. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah di radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu Strategi sentimental, strategi rasional dan strategi indrawi . Dimana strategi adalah penyampaian dakwah dengan strategi . Salah satunya ialah aplikasi keagamaan, keteladanan, serta pentas drama. Dalam hal ini ditandai dari tema dakwah yang sesuai dengan khalayak pendengar yakni terdiri dari mahasiswa, selain itu karena hal tersebutlah maka dakwah tersebut dikemas dengan pesan yang sesuai dengan kondisi dan keadaan lingkungan mahasiswa.

Rekomendasi dan saran penelitian selanjutnya supaya bisa mengembangkan lebih dalam mengenai Radio SUFADA.

Kata Kunci: strategi dakwah, pesan dakwah, radio.

ABSTRACT

M. Fairuz Zahran Izzi, NIM. B01217029, 2021. Strategy Delivering Da'wah Messages at SUFADA Radio UIN Sunan Ampel Surabaya.

This study aims to answer the question of how the strategy of delivering da'wah messages on SUFADA radio at Sunan Ampel UIN Surabaya.

The research method used is qualitative research with a descriptive approach. The primary data in the research is an interview with the General Manager of Sufada radio, while the secondary data is in the form of da'wah science books, previous research, journals. The data collection technique used is using observation, interview and documentation techniques.

The results of this study conclude that the strategies used in delivering da'wah messages on the SUFADA radio at UIN Sunan Ampel Surabaya are sentimental strategies, rational strategies and sensory strategies. Where the strategy is the delivery of da'wah with a strategy. One of them is religious applications, examples, and drama performances. In this case, it is marked by the theme of da'wah that is in accordance with the listener's audience, which consists of students.

Recommendations and suggestions for further research so that they can develop more deeply about SUFADA Radio.

Keywords: da'wah strategy, da'wah message, radio.

ملخص

إستراتيجية إيصال الرسائل . (B01217029) , فيروز زهران عزي نيم.

راديو سوادا ، سنان أمبل سورابايا.

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن سؤال حول كيفية إستراتيجية إيصال رسائل الدعوة سورابايا UIN على إذاعة صفاقه في سنان أمبل.

منهج البحث المستخدم هو البحث النوعي بالمنهج الوصفي. البيانات الأولية في البحث هي مقابلة مع مدير عام إذاعة سوفدى ، أما البيانات الثانوية فهي على شكل كتب علوم دعوة وأبحاث سابقة ومجلات. تستخدم تقنية جمع البيانات المستخدمة تقنيات المراقبة والمقابلة والتوثيق.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أن الاستراتيجيات المستخدمة في إيصال رسائل الدعوة هي استراتيجيات عاطفية UIN Sunan Ampel Surabaya على راديو صوفا في واستراتيجيات عقلانية واستراتيجيات حسية. حيث تكون الإستراتيجية إيصال الدعوة بإستراتيجية. أحدها هو التطبيقات الدينية والأمثلة والعروض المسرحية. وهي في هذه الحالة تتميز بموضوع الدعوة المطابق لجمهور المستمع الذي يتكون من الطلاب. توصيات واقتراحات لمزيد من البحث حتى يتمكنوا من تطوير راديو صوفا بشكل أعمق.

الكلمات المفتاحية: إستراتيجية الدعوة ، رسالة الدعوة ، الإذاعة.

DAFTAR ISI

Halaman

Judul penelitian (sampul)	i
Persetujuan Dosen Pembimbing	ii
Pengesahan tim penguji	iii
Motto dan persembahan	iv
Pernyataan otentisitas skripsi	v
Abstrak	vi
Kata pengantar	ix
Daftar isi	xi
Daftar gambar	xiii
Daftar transliterasi	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	12
A. Strategi Dakwah.....	12
B. Pesan Dakwah.....	16

C. Radio	17
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	22
BAB III: METODE PENELITIAN.....	31
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Jenis Dan Sumber Data	33
D. Tahap-Tahap Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Validasi Data	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	42
B. Penyajian Data	54
C. Analisis data	65
BAB V: PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran dan Rekomendasi	74
C. Keterbatasan Penelitian.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Logo SUFADA	58



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi merupakan *planning* yang cermat tentang aktivitas untuk mencapai target tertentu. Strategi digunakan dalam mencapai suatu tujuan.² Strategi ialah proses dalam menentukan suatu *planning* oleh pimpinan puncak dengan berfokus pada tujuan jangka panjang yang disertai usaha supaya tujuan bisa tercapai.³ Strategi ialah upaya yang dilakukan dalam menghadapi target pada situasi dan kondisi tertentu dengan supaya bisa mencapai sesuatu tujuan dengan maksimal.⁴

Menurut pendapat Arifin strategi komunikasi dibutuhkan untuk mendukung sebuah pesan supaya bisa mengungguli seluruh kekuatan pesan yang terdapat, khususnya pada hal membentuk efektifitas komunikasi. Sedangkan menurut Mulyana komunikasi efektif yaitu

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2009)

³ Reny Masyitoh, “Strategi Dakwah” Reny Masyitoh, “Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Sueabaya”, *Al-I'kan Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 01 No. 02, (Maret 2018), 51-66.

⁴ M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam Suatu Pendekatan Teoritik Dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), 58.

keberhasilan komunikasi sesuai dengan harapan orang yang sedang melakukan komunikasi.⁵

Salah satu cara strategi komunikasi yakni menggunakan cara berdakwah. Dakwah adalah upaya tutur tindak dari pesan ilahiah yang kemudian dibalut menjadi pesan primer. Dakwah dikatakan sukses apabila aktivitas komunikasinya menitik beratkan pada transformasi sikap beragama. Islam mengajarkan bahasa universal dalam berdakwah yang ada pada Al-Qur'an, bahwa ciri bahasa dakwah ialah menyampaikan dengan baik sehingga yang diajarkan bisa masuk ke hati pendengarnya.⁶ Dakwah memuat sebuah pesan dakwah.

Pesan dakwah ialah pesan yang bertujuan mengajak pendengar untuk bisa mendekatkan diri kepada Allah SWT. Penyampaian pesan dakwah tersebut bisa menyebabkan perhatian, pemahaman, perilaku, dorongan untuk melakukan, serta sikap sinkron yang *da'i* atau *da'iyah* sampaikan dengan memperhatikan psikologi pesannya

⁵ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung; Remaja Rosda Karya, 2002), 107.

⁶ Kholidah, L. N, "Kontekstualisasi Bahasa Qur'ani Dalam Komunikasi Dakwah: Strategi Tindak Tutur Transformasi Pesan-Pesan Keagamaan", *Jurnal Bahasa Dan Seni*, Vol. 42 No. 01, (2014), 1-21.

(*maudhu*). Dalam memberikan pesan dakwah dibutuhkan strategi dakwah.

Strategi dakwah ialah *planning* yang memuat segala aktivitas dalam mencapai tujuan dakwah. Strategi dalam menyampaikan pesan dakwah ialah pola pikir ketika melakukan *planning* pada pembaharuan perilaku, opini, sifat dan sikap pendengar (*mad'u*) melalui penyampaian gagasan.⁷ Dalam memberikan dakwah perlu adanya media dakwah.

Media dakwah adalah alat yang dipakai untuk memberikan pesan dakwah kepada umat. Sedangkan menurut Hamzah, media dakwah ialah mediator yang dibutuhkan supaya materi dakwah yang disampaikan *da'i* atau *da'iyah* bisa diterima dan diamankan pendengar.⁸ salah satu media dakwah ialah radio.

Radio ialah sebuah media elektronik yang dipergunakan warga sebelum ada televisi. Kiprahnya sangat krusial sebab radio menyampaikan berita yang berisi isu, pendidikan, iklan, dan hiburan. Radio merupakan media elektronik yang bisa dinikmati dengan cara

⁷ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 84.

⁸ Hamzah Tualeka, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Surabaya: Indah Offset, 1993), 58.

mendengarkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya mempunyai radio yaitu radio SUFADA.

Radio SUFADA resmi ada pada 15 Desember 2004 dengan posisi awal sebagai *the experiment station* berubah sebagai *education an action radio*. Perubahan tersebut dengan maksud supaya radio SUFADA tidak hanya sebagai radio percobaan, tetapi sebagai radio kampus yang eksis dan bisa memberikan berbagai layanan seperti informasi, pendidikan serta hiburan untuk masyarakat kampus dan sekitarnya. Penerapan segmentasu dan produk pada Radio SUFADA adalah *ijtihad* pengurus radio menggunakan konsultasi pada pimpinan.⁹

Radio SUFADA menjadi media dakwah bagi mahasiswa KPI mempunyai kiprah penting sebagai sarana laboratorium dalam rangka melatih dan mengasah keterampilan mahasiswa KPI di bidang penyiaran. Tetapi, realitanya mahasiswa KPI kurang memanfaatkan radio SUFADA. Hal ini dikarenakan kurangnya semangat dan rasa ketidakpercayaan dalam diri mahasiswa KPI. Menjadi media dakwah, radio SUFADA dinilai masih belum eksis

⁹ Lilik Hamidah, *Laporan Evaluasi Dan Perencanaan Program Kegiatan Radio Suara SUFADA Fakultas Dakwah*, 2005.

dalam menyampaikan sumbangsih tadi dapat dipandang dari *schedule* program dakwah di radio SUFADA, antara lain: Nurul Qalbi, galeri musik Islami, mutiara dhuhur, dan teori Al-Qur'an. Beberapa program tadi eksistensi radio SUFADA kurang termaksimalkan. Jika radio Sufada dijadikan laboratorium mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, maka mahasiswa bisa memanfaatkan radio SUFADA dengan izin pengelolanya.

Menjadi penyiar di Radio SUFADA bukanlah hal yang simpel. Menjadi pendakwah yang berkualitas serta memahami bagaimana strategi memberikan pesan dakwah hanyalah seorang penyiar yang merangkap sebagai *da'i*. Tentunya menjadi penyiar dan *da'i* memerlukan strategi supaya berdakwah tepat sasaran serta tidak melenceng serta apa yang dihadirkan pada dakwah dapat membawa solusi terhadap masalah yang dihadapi insan dan sedikit banyak agar apa yang disampaikan bisa berpengaruh terhadap *mad'u* nya. Selain itu, program yang bermuatan dakwah kurang banyak hanya empat program serta waktu siarannya juga kurang.

Peneliti akan melakukan penelitian terkait ihwal Radio SUFADA sebagai media penyampaian pesan dakwah pada menyampaikan informasi. Peneliti melihat

bahwa mahasiswa kurang tertarik dalam mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan oleh komunikator dalam *segment* atau produk program radio SUFADA. Peneliti tertarik meneliti menggunakan judul “Strategi Penyampaian Pesan Dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya”.

B. Rumusan Masalah

Sebagai upaya menghindari ketidakfokusan bahasan dalam penelitian, maka peneliti fokus pada permasalahan yaitu Bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya?

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan berguna bagi penyiar radio pada umumnya dan diharapkan mampu dijadikan rujukan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah untuk mencari format program komunikasi efektif dan efisien dalam menyampaikan ajaran Islam.

- b. Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan bagi keilmuan untuk pengembangan ilmu komunikasi. Khususnya untuk pengembangan kualitas dan kuantitas siaran radio.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Radio SUFADA, dari hasil penelitian ini bermanfaat yang digunakan sebagai masukan terkait straktegi komunikasi penyiar dalam menyampaikan pesan dakwah.
- b. Untuk meningkatkan kualitas Mahasiswa Prodi Komunikasi Penyiaran Islam sebagai juru dalam berdakwah dengan menggunakan media massa sebagai alat berdakwah.

E. Definisi konsep

1. Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan (planning), metode dan taktik untuk mencapai tujuan dakwah. Dalam mencapai tujuan tersebut dibutuhkan pemikiran-pemikiran yang matang baik teknik maupun taktik yang harus dilakukan seorang *da'i* dalam mencapai tujuan dakwahnya. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik yaitu: (1) memperjelas secara

gambang sasaran-sasaran ideal, (2) merumuskan masalah pokok umat Islam, (3) merumuskan isi dakwah, (4) menyusun paket-paket dakwah, (5) evaluasi kegiatan dakwah.¹⁰ Karena itu Strategi Dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat (*mad'u*) dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah Islam dilaksanakan dalam kerangka sosio kultural yang sudah sarat dengan nilai, pandangan hidup dan sistem tertentu, bukan nihil budaya.

2. Pesan Dakwah

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah pesan dakwah adalah digunakan untuk menjelaskan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Jika dakwah melalui tulisan, maka yang ditulis itulah pesan dakwah, sedangkan jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan adalah pesan dakwah. Jika

¹⁰ Hafiduddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani, 1998), 70-75.

melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits. Namun jika semua pesan yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits tidak dapat disebut dengan pesan dakwah. Pesan dakwah secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu, pesan utama (Al-Qur'an dan Hadits) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan Hadits).¹¹

3. Radio

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengar 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 penyiarnya.¹²

¹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2004), 272.

¹² John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), 9.

F. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah pembahasan pada skripsi ini, maka penulis menyajikan pembahasan menjadi beberapa bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dimana pada bab ini merupakan tahapan awal yang berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual serta sistematika pembahasan.

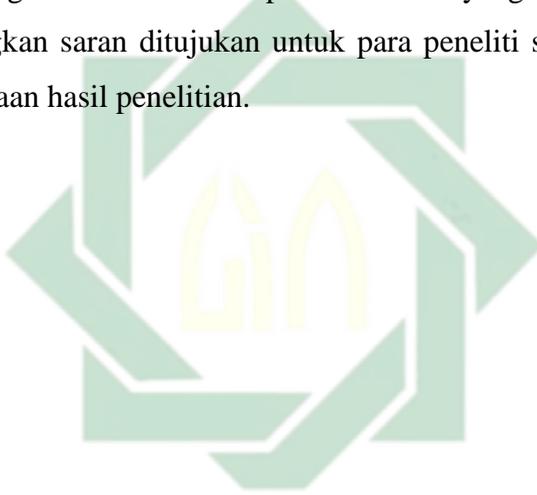
Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini memuat mengenai pembahasan tentang strategi dakwah, pesan dakwah dan radio baik secara umum maupun islam. Selain itu terdapat mengenai penelitian terdahulu yang relevan. Sebagai penyajian terkait informasi yang mendukung mengenai gambaran umum dalam fokus penelitian.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini berisikan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validasi data dan teknik analisis data.

Bab IV Penyajian Data, dalam bab ini berisi mengenai hasil laporan penelitian tentang fakta dan data mengenai obyek penelitian dan jawaban dari rumusan

masalah berdasarkan dari hasil pengamatan, dokumentasi dan lain sebagainya.

Bab V Penutup, pada bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan rekomendasi, serta keterbatasan peneliti. Dimana dalam kesimpulan merupakan jawaban langsung atas sebuah permasalahan yang diangkat. Sedangkan saran ditujukan untuk para peneliti selanjutnya berkenaan hasil penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi Dakwah

Menurut Effendy, strategi ialah perencanaan serta manajemen untuk mencapai tujuan. Menurut Rangkuti, strategi artinya sebuah alat yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan, kegiatan tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumberdaya.¹³ Strategi ialah upaya yang digunakan dalam mencapai tujuan dengan mengkombinasikan cara yang diperlukan dalam jangka waktu tertentu dengan antisipasi prediksi hal yang bisa dilakukan dengan cara tadi.¹⁴ Strategi ialah *planning* yang cermat tentang aktivitas untuk mencapai target tertentu.¹⁵ Strategi ialah semua cara yang digunakan dalam mencapai tujuan yang sudah ditentukan.¹⁶

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Pustaka Sinar Utama, 1997), 2

¹⁴ Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah* (Malang: UMM Press), 127.

¹⁵ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, Cet II, 1989), 859.

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2009), 2.

Strategi dianggap sebagai upaya dalam mencapai target maksimal dengan situasi dan kondisi tertentu.¹⁷

Sedangkan dakwah dilihat dari segi bahasa arab, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'wam* artinya panggilan, seruan, dan ajakan. Dakwah diartikan seruan, maka dakwah diartikan dalam seruan pada Islam. Begitu pula jika dakwah diartikan ajakan, maka dakwah dimaksudkan ajakan pada Islam.¹⁸ Sedangkan pada pandangan Islam, dakwah artinya mengajak bersama-sama seluruh umat Islam ke arah kebaikan dengan jalan kebijaksanaan, *mauidhatul-hasanah* atau pelajaran yang baik, dan menyangga segala bentuk kebatilan dengan baik untuk kemaslahatan bersama dan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁹

Strategi dakwah ialah hal penting dalam implementasi dakwah supaya tujuan dakwah bisa tercapai. Strategi dakwah mencakup penentuan metode dakwah, pesan dakwah, media dakwah, dan segala masalah yang mencakup kegiatan dakwah supaya bisa dilakukan. Menurut pendapat Syukir strategi dakwah

¹⁷ M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam Suatu Pendekatan Teoritik dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), 58.

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2009), 2-4.

¹⁹ Depag RI, *Al-Qur'an Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2013), 281.

merupakan siasat atau sebuah strategi yang pada peragakan pada kegiatan dakwah yang mana penggunaannya wajib memperhatikan beberapa hal-hal tertentu.

2. Azas-azas strategi dakwah

Berikut azas-azas strategi dakwah, yaitu: *Pertama*, azas filosofi ialah azas yang lebih menyampaikan persoalan yang berkaitan dengan tujuan sebuah kegiatan dakwah. *Kedua*, azas kemampuan dan keahlian *da'i* atau *da'iyah*. *Ketiga*, azas sosiologis ialah azas yang kaitannya mengenai situasi dan kondisi sasaran dakwah. *Keempat*, azas psikologis ialah azas berkaitan dengan kejiwaan. *Kelima*, azas efektivitas dan efisiensi ialah azas yang berkaitan dengan penyeimbangan antara biaya, waktu dan energi.²⁰

3. Bentuk-bentuk strategi dakwah

Bentuk-bentuk strategi dakwah, antara lain: *pertama*, strategi sentimental (*Al-manhaj athifi*) ialah strategi dakwah lebih memfokuskan pada aspek hati dan perasaan bahkan batin sasaran dakwah. *Kedua*, strategi rasional (*Al-manhaj al-aqli*) ialah strategi

²⁰ Asumsi Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1983), 32.

dakwah memfokuskan pada spek pikiran yang mendorong sasaran dakwah untuk merenung dan berpikir secara rasional. Berikut terminologi dalam Al-Qur'an: *Pertama, tafakkur* ialah dengan memikirkannya. *Kedua, tadzakkur* ialah menghadirkan ilmu yang dipelihara dan dititipkan. *Ketiga, nazhar* ialah menggerakkan hati nurani supaya bisa berkonsentrasi dengan obyek yang diperlihatkan. *Keempat, taamual* ialah mengulang sebuah pemikiran sampai menemukan kebenaran dalam hatinya sendiri. *Kelima, i'tibar* ialah berpindahnya awal pengetahuan sedang dipikirkan menuju pengetahuan lain. *Keenam, tadabbur* ialah usaha memikirkan dampak pada setiap persoalan. *Ketujuh, istibshar* ialah mengungkap, menyikapi, dan menunjukkan pandangan hati.

Ketiga, strategi indrawi (*Al-Bissi*) ialah nama lain dari strategi eksperimen. Strategi ini diartikan sebuah sistem dakwah yang memadukan metode dakwah di pancaindra dan berpegang teguh pada hasil sebuah penelitian dan percobaan.²¹

²¹ Asumsi Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 351-353.

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan merupakan informasi yang disampaikan oleh komunikator pada komunikan. Pesan ialah sekumpulan simbol atau lambang baik verbal maupun non verbal yang dapat mewakili perasaan, gagasan, nilai, dan maksud dari sumber.²² Pesan ialah unsur yang wajib ada ada komunikasi. Jika tidak ada pesan, maka komunikasi tidak terjadi. Pesan juga dianggap dengan *massage*, *content*, dan informasi.²³

Pesan dakwah berisi tentang dakwah meliputi *amar ma'ruf nahi munkar* baik secara jelas baik secara jelas atau berupa kiasan berlandaskan niat dan bertujuan supaya pendengar pesan dakwah ada perubahan baik pada sifat dan perilakunya.²⁴ Pesan dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh *da'i* atau *da'iyah* ke *mad'u* dengan *maddah ad-dakwah* yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.²⁵ Menurut Toto,

²² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 97.

²³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Cet II* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 24.

²⁴ SImadaris, *Filsafat Dakwah* (Padang: Surau, 2003), 191.

²⁵ Hafi Anshari, *Pemahaman Dan Pengalaman Dakwah* (Surabaya; Al-Ikhlash, 1993), 140.

pesan dakwah merupakan segala pernyataan sumbernya adalah Al-Qur'an dan Hadis yang merupakan interpretasi berupa ajaran Islam.²⁶

2. Golongan Pesan Dakwah

Beberapa golongan pesan dakwah, di antaranya: *Pertama*, akidah ialah isi pesan dakwah yang kaitannya dengan rukun iman. *Kedua*, syariah ialah isi pesan dakwah berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, seperti perihal sholat, puasa, haji, dan *mu'amalah*. *Ketiga*, akhlak ialah isi pesan dakwah yang berkaitan dengan akhlak.²⁷

C. Radio

1. Pengertian Radio

Radio merupakan media massa yang lebih mengedepankan sisi musikalisasi pada programnya. Radio saat ini lebih luas cakupannya tidak hanya pada musik saja melainkan beragam kebutuhan dan informasi bisa dialokasikan di acara atau program radio.²⁸

²⁶ Ahm Subandi, *Ilmu Dakwah Suatu Pengantar* (Bandung: Syahida, 1994), 137.

²⁷ *Ibid.*, 20.

²⁸ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT. Gramedia), 76.

2. Macam-Macam Radio

Adapun macam-macam nama radio diantaranya: *Pertama*, radio AM atau modulasi amplitud ialah radio yang bekerja menggunakan prinsip memodulasi gelombang yang sama-sama memiliki amplitudo secara konstan. *Kedua*, radio FM atau modulasi frekuensi ialah radio yang memiliki prinsip memodulasi gelombang radio menggunakan gelombang audio. *Ketiga*, radio satelit ialah salah satu radio ada di Amerika Serikat.

3. Macam-Macam Program Siaran Radio

Berikut macam-macam program siaran radio, antara lain: *Pertama*, talkshow. *Kedua*, infotainment radio. *Ketiga*, dakwah atau tabligh. *Keempat*, jinggel radio. *Kelima*, periklanan²⁹

4. Radio Sebagai Media Dakwah

Bagi seseorang *dai* sudah tentu mempunyai sebuah tujuan yang akan dicapainya. Serta seseorang *da'i* haruslah efektif pada menjalankan unsur dakwah secara baik serta tepat, seperti media dakwah.³⁰

Kelebihan radio seperti pesawat radio kecil, berharga

²⁹ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media Dan Budaya* (Penerjemah: S. Rouli Manalu, 2012), 271.

³⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), 164-165.

murah, bisa didengarkan kapan saja dan dimana saja mengakibatkan alasan mengapa radio ini diminati banyak orang. Dengan memakai radio sebagai dakwah, *da'i* mampu menyampaikan pesan dakwah secara cepat dan efisien pada *mad'u* secara serentak serta menggunakan jangkauan yang luas. Dakwah melalui radio relatif lebih efektif sebab besarnya jumlah pendengar yang mengikuti program kuliah subuh.³¹

5. Keutamaan dan Kelemahan sebuah Radio Sebagai Media Dakwah

Dakwah melalui media radio tidak selamanya berujung lancar, akan tetapi banyak kendala salah satunya adalah melalui media radio itu sendiri. Media radio memiliki sebuah kelebihan dan sebuah kekurangan. Berikut kelebihan radio sebagai media dakwah, yaitu: *Pertama*, program radio disiapkan oleh orang ahli supaya pesan yang diampaika bermutu atau berbobot. *Kedua*, radio adalah bagian budaya di masyarakat. *Ketiga*, harga radio relatif murah. *Keempat*, radio dapat dibawa kemana saja.

³¹ Yusuf Amrozi, *Dakwah Media Dan Teknologi* (Surabaya: UINSA Pers, 2014), 59.

Sedangkan kelemahan dari radio sebagai alat berdakwah yaitu: *Pertama*, siaran hanya sekali didengarkan (tidak dapat diulang). *Kedua*, terikat oleh pusat pemancarannya dan waktu siaran. *Ketiga*, terlalu peka gangguan disekitar kita baik bersifat teknis atau alami.

6. Perspektif Islam

Dalil yang berhubungan dengan strategi penyampaian pesan dakwah dengan radio atau media suara sebagai sumber penyampaian pesan dakwah, diambil dari kata baca, menceritakan, menjelaskan, dan kata lain yang sama artinya. Terdapat beberapa ayat mengenai adanya media suara atau audio di dalam Al-Qur'an, diantaranya dalam surah Al-Isra' ayat 14:

اقْرَأْ كِتَابَكَ كَفَىٰ بِنَفْسِكَ الْيَوْمَ عَلَيْكَ حَسِيبًا

“Bacalah kitabmu, cukup dirimu sendiri dalam waktu ini sebagai penghisab terhadapmu”

Berdasarkan analisis Tarbawi, bahwa surat Al-Isra' ayat 14 ini menjelaskan tentang media. Media seiring perkembangan zaman dibagi dalam beberapa jenis, salah satunya adalah media audio yang

mengandalkan media suara saja tanpa menggunakan indra lain. Kata yang mengisyaratkan tentang penggunaan media audio yang menjelaskan kata kerja “jelas”, terdapat dalam surah Al-Taubah ayat 11:

وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَتَوْا الزَّكَاةَ فَآخَرْتُمْ فِي الدِّينِ ۗ وَنُفِصِلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ
فَإِنْ تَابُوا

“jika mereka bertaubat, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, maka (mereka) adalah saudaramu seagama. Dan kami menjelaskan ayat-ayat itu bagu kaum yang mengetahui”

Kata yang menjelaskan penggunaan media audio seritakan sala kata “cerita, terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 76:

وَإِذَا لَقُوا الَّذِينَ آمَنُوا مَتَّأَلُوا أَوِادًا خَلَا بَعْضُهُمْ إِلَىٰ بَعْضٍ قَالُوا أَنُحَدِّثُكَم بِمَا فَتَحَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ لِيُحَاجُّوكُمْ بِهِ عِنْدَ رَبِّكُمْ ۗ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

“... kemudian mereka berkata: “apakah kamu bercerita kepada mereka (orang mukmin) apa yang sudah diterangkan Allah kepadamu, supaya dengan demikian mereka dapat mengalahkan hujjahmu di hadapan Tuhanmu: tidakkah kamu mengerti?”

Ayat diatas menjelaskan mengenai bunyi atau suara yang disampaikan dapat dipahami isinya dan terdapat penyiar yang menyampaikan pesan dakwah dengan hanya

membaca kitab atau buku yang dijadikan rujukan dalam berdakwah. Dapat ditekankan dalam penelitian ini kata baca, menjelaskan dan menceritakan merupakan pesan yang disampaikan dalam radio.

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Penelitian dilakukan oleh Annovika Wahidun Akbar tentang “Strategi Komunikasi Dakwah MTA Melalui Radio MTAFM (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Tafsir Al-Qur’an Dengan Menggunakan MTA FM)”. Persamaannya adalah pada fokus penelitian dan metode penelitiannya yaitu penelitian deskriptif kualitatif menjelaskan bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan radio MTA FM dalam menyebarkan dakwah. sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitian yaitu di radio MTA FM, sedangkan penelitian sekarang pada radio SUFADA.³²
2. Penelitian dilakukan oleh Woro Purdiningtyas tentang “Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di Radio Lampung”.

³² Annovika Wahidun Akbar, “Strategi Komunikasi Dakwah MTA Melalui Radio MTA FM (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Tafsir Al-Qur’an Dengan Menggunakan MTA FM)”, (Skripsi----Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).

Persamaannya adalah pada fokus penelitian yaitu strategi komunikasi penyiar radio dalam menyampaikan pesan dakwah dan metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada objek penelitian yaitu di radio Lampung, sedangkan peneliti sekarang di radio SUFADA.³³

3. Penelitian dilakukan oleh Rasdiana tentang “Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As’adiyah FM Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)”. Persamaannya adalah pada jenis penelitiannya yaitu penelitian kualitatif dan merupakan penelitian lapangan dengan metode analisis deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitian yaitu di radio Sunan As’adiyah FM Sengkang, sedangkan penelitian sekarang di radio SUFADA.³⁴
4. Penelitian dilakukan oleh Ali Abdurrahman Tentang “Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja FM Dalam Menyebarluaskan Islam Nusantara”. Persamaannya adalah pada jenis penelitian yang

³³ Woro Purdiningtyas, “Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di Radio Lampung”, (Skripsi----UIN Raden Intan Lampung, 2018).

³⁴ Rasdiana, “Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As’adiyah FM Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)”, (Skripsi---- IAIN Ponorogo, 2019).

digunakan yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah obyek penelitian yaitu radio Aswaja FM, sedangkan penelitian sekarang pada radio SUFADA.³⁵

5. Penelitian yang dilakukan oleh Siska Fitriah tentang “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren Onair”.³⁶ Persamaannya adalah pada fokus penelitiannya yaitu strategi dakwah menggunakan radio dan pada jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitiannya yaitu radio Radio 95,5 RASfm Jakarta.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Surianor tentang “Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio”.³⁷ Persamaannya adalah pada fokus penelitiannya yaitu pesan dakwah yang disampaikan melalui radio. Sedangkan perbedaannya adalah pada metode yang

³⁵ Ali Abdurrahman, “Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja FM Dalam Menyebarluaskan Islam Nusantara”, (Skripsi----IAIN Ponorogo, 2019).

³⁶ Siska Fitriah, “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren Onair”, (Skripsi----Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014).

³⁷ Surianor, “Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio”, *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol.14 No.27, (Januari-Juni 2015).

digunakan yaitu library reseach sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.

7. Penelitian yang dilakukan oleh H. Suarin Nurdin tentang “Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah”.³⁸ Persamaannya adalah pada metode penelitiannya menggunakan library research sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya adalah pada fokus penelitian yang digunakan yaitu membahas semua media dakwah sedangkan peneliti sekarang hanya membahas tentang media dakwah radio.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Santi Indra Astuti tentang “Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah di Era Globalisasi”.³⁹ Persamaannya adalah pada fokus penelitiannya yaitu media dakwah dengan radio. Sedangkan perbedaannya adalah pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode library reseach

³⁸ H. Suarin Nurdin, “Media Sebagai Sarana”, *Ta'dib*, Vol. 16 No. 02, (Juli- Des 2018).

³⁹ Santi Indra Astuti, “Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah di Era Globalisasi”, *MIMBAR Jurnal Sosial dan Pembangunan*, Vol. 16 No 03, (2000).

sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.

Berikut tabel penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian sekarang :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

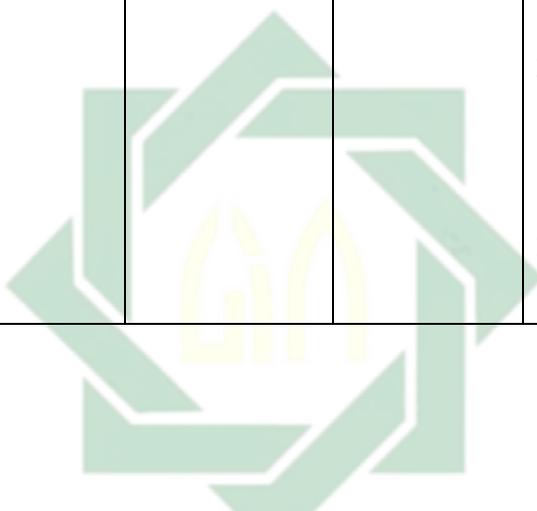
No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Annovika Wahidun Akbar	Strategi Komunikasi Dakwah MTA Melalui Radio MTAFM (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Tafsir Al-Qur'an Dengan Menggunakan MTA FM)	Pada fokus penelitian dan metode penelitiannya yaitu penelitian deskriptif kualitatif menjelaskan bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan radio MTA FM dalam menyebarluaskan dakwah.	Pada objek penelitian yaitu di radio MTA FM, sedangkan penelitian sekarang pada radio SUFADA FM.
2	Woro Purdiningtyas	Strategi Komunikasi	Pada fokus penelitian	Pada objek penelitian

		Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di Radio Lampung	yaitu strategi komunikasi penyiar radio dalam menyampaikan pesan dakwah dan metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif.	yaitu di radio Lampung, sedangkan peneliti sekarang di radio SUFADA FM Surabaya.
3	Rasdiana	Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As'adiyah FM Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)	Pada jenis penelitiannya yaitu penelitian kualitatif dan merupakan penelitian lapangan dengan metode analisis deskriptif.	Pada objek penelitian yaitu di radio Sunan As'adiyah FM Sengkang, sedangkan penelitian sekarang di radio SUFADA FM Surabaya.
4	Ali	Strategi	Pada jenis	Pada obyek

	Abdurrahman	Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja FM Dalam Menyebarkannya Islam Nusantara	penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.	penelitian yaitu radio Aswaja FM, sedangkan penelitian sekarang pada radio SUFADA FM
5	Siska Fitriah	Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren Onair	Pada fokus penelitiannya yaitu strategi dakwah menggunakan radio dan pada jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif.	Pada objek penelitiannya yaitu radio Radio 95,5 RASfm Jakarta
6	Surianor	Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui	Pada fokus penelitiannya yaitu pesan	Pada metode yang digunakan

		Radio	dakwah yang disampaikan melalui radio.	yaitu library reseach sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.
7	H. Suarin Nurdin	Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah	Pada metode penelitiannya menggunakan library research sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.	Pada fokus penelitian yang digunakan yaitu membahas semua media dakwah sedangkan peneliti sekarang hanya membahas tentang media dakwah radio.
8	Santi Indra	Pemanfaatan	Pada fokus	Pada metode

	Astuti	Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah di Era Globalisasi	penelitiannya yaitu media dakwah dengan radio.	penelitian yang digunakan yaitu metode library reseach sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif.
--	--------	---	--	---



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan.”⁴⁰ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainlain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi., cet Ke-14 (Jakarta: Rineka Cipta,2010), 3.

bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁴¹

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang ditujukan langsung ke lokasi penelitian yang akan diteliti, yaitu di dalam suatu masyarakat, instansi ataupun perusahaan untuk mencari data lalu kemudian dicermati dan disimpulkan. Penelitian lapangan dilakukan dalam kehidupan sebenarnya. Penelitian lapangan ini pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Prinsipnya penelitian lapangan ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.⁴²

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu, bagaimana Strategi Penyampaian Pesan Dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel

⁴¹ Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012), 6.

⁴² Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 28.

Surabaya, peneliti mengumpulkan data yang diperoleh dengan melakukan observasi di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah gambaran tempat dilakukannya penelitian. dalam hal ini Penulis menggunakan lokasi SUFADA Radio yang berada di area UIN Sunan Ampel Surabaya beralamat Jl. Ahmad Yani No. 117 Surabaya. Adapun alasan penulis menunjuk SUFADA Radio sebagai tempat penelitian karena merupakan sarana laboratorium bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Selain tempatnya yang sangat mudah dijangkau, para anggotanya sangat terbuka serta memiliki tujuan yang sama yakni dakwah. Sehingga penulis yakin bahwa SUFADA Radio masuk kedalam ketegori yang diperlukan dalam penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder :

a. Jenis data primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian.⁴³

b. Jenis data sekunder

Menurut Bogdan dan Biklen data tambahan atau sekunder berasal dari dokumentasi, bisa berupa gambar, video, film, transkrip, dan sebagainya yang bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam.⁴⁴ Jenis data sekunder dalam penelitian ini adalah hasil observasi dari jenis data primer, yaitu “Strategi Penyampaian Pesan Dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya”.

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang menjadi rujukan utama untuk memperoleh informasi penting yang berkaitan dengan penelitian. Sehingga

⁴³ Intan Wulandari, “Public Speaking Impromptu Kh. Much Imam Chambali Pada Channel Tv9”, *Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel*, 2018, Surabaya, 44.

⁴⁴ Muh Fitrah dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Sukabumi: CV. Jejak, 2017), 74.

dalam penelitian ini melakukan wawancara dengan pihak Radio SUFADA.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penunjang bagi keberhasilan penelitian yang bersifat memperkuat atau memberikan kejelasan. Sumber data sekunder dari penelitian ini berasal dari buku mengenai dakwah Islam, jurnal, skripsi terdahulu dan lain sebagainya.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Sudah semestinya, dalam setiap kegiatan penelitian harus mengikuti pada proses secara bertahap. Tahap penelitian adalah kegiatan yang dilakukan bertujuan menemukana kebenaran mengenai fenomena yang akan dihadapi⁴⁵ Berikut merupakan penjelasan tahapan yang dilalui penulis:

1. Tahap Pengumpulan Data

Langkah awal dalam memulai sebuah penelitian, sehingga peneliti harus menyusun rencana penelitian.

Adapun rencana penelitiannya sebagai berikut:

b. Melakukan observasi objek penelitian

⁴⁵ Albi anggito dan johan setiawan, *metode penelitian kualitatif* (sukabumi;cv Jejak, 2018), 165.

Hal ini dikarenakan untuk melihat fenomena yang terjadi pada sekitar serta responden dari objek penelitian.

c. Membuat kriteria sampel responden

Hal ini diperuntukkan agar memudahkan peneliti menganalisa mengenai strategi dakwah yang diterapkan pada objek penelitian sehingga hasil yang didapat sesuai.

d. Informan kunci dan informan pendukung

Informan kunci ialah informan ahli yang mempunyai informasi penting dalam penelitian, sedangkan informan pendukung ialah informan pendukung dan memberikan pendapat sebagai pelengkap penelitian. Dalam penelitian ini informan kunci yaitu Fafelika Rahmawati selaku General Manager SUFADA Radio. Sedangkan informan pendukung dalam hal ini mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya karena pendapat mereka dapat menunjang penelitian penulis.

2. Tahap proses pengerjaan

Pada tahap ini penulis mulai mengerjakan data yang telah didapatkan selama proses penelitian. Adapun data yang dimaksud berasal dari data primer dan

sekunder. Setelah data yang dikumpulkan dirasa cukup, terlebih dahulu peneliti mereduksinya kemudian melakukan analisis data dengan mudah.

3. Tahap Analisa Data

Pada hal ini merupakan tahap terakhir dari sebuah penelitian kualitatif. Penulis menggunakan analisis untuk mengklasifikasikan dan mengelompokkan data. Setelah tersusun, selanjutnya penulis melakukan analisis berdasarkan kajian teori dan data yang didapat menggunakan metode yang telah ditentukan. Kemudian, disajikan sesuai dengan prosedur penelitian kualitatif.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Teknik observasi yaitu teknik pengumpulan informasi dengan melakukan pencatatan terstruktur terhadap fenomena yang diteliti.⁴⁶ Hal ini dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Adapun yang dimaksud langsung yakni penelitian lapangan, sedangkan tidak langsung yakni melalui metode lain

⁴⁶ Djaali Dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2000), 6.

diantaranya audio visual, video dan audio. objek yang diteliti dalam teknik ini adalah beberapa acara di Radio SUFADA.

- b. Teknik dokumentasi yaitu suatu proses penelitian yang meliputi kegiatan mengumpulkan beberapa dokumen-dokumen serta pengertian dan penyusunan atas data yang berkaitan dengan SUFADA Radio. Hal ini terkait dengan strategi penyiaran yang telah diterapkan selama beberapa tahun terakhir.
- c. Teknik wawancara ialah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang digunakan untuk melengkapi kata-kata secara verbal⁴⁷ strategi yang digunakan Radi SUFADA dalam berdakwah.

F. Teknik Validasi Data

Peneliti menggunakan teknik validasi data dengan jenis trigulasi data. Dimana pengertian dari trigulasi data

⁴⁷ Yulianto Kadji, *Metode Penellitian Ilmu Administrasi* (Yogyakarta: Depublish, 2016), 119.

ialah metode verifikasi data yang digunakan dalam penelitian.⁴⁸

G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁴⁹ Adapun analisis yang digunakan dalam menganalisa data yang terkumpul dengan menggunakan deskriptif analisis kualitatif, yaitu digunakan untuk menggambarkan dan memaparkan tentang strategi penyampain pesan dakwah di radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya.

Adapun penjabaran dari ketiga proses tersebut yakni:

1. Reduksi Data

Tahapan ini dapat dilakukan dengan menggabungkan data berdasarkan pertanyaan penelitian. Melalui kombinasi ini, penulis dapat melakukan identifikasi analisis data dalam penelitian.

⁴⁸ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 330.

⁴⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 334.

Adapun tujuan dari reduksi data ialah menyederhanakan data sehingga peneliti dapat memahami data yang telah diperoleh serta dapat memudahkan peneliti untuk menggumpulkan data susulan.

2. Penyajian Data

Penyajian data ialah suatu kegiatan dalam penyusunan informasi, sehingga menghasilkan kemungkinan dengan adanya penarikan kesimpulan. Sehingga penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks naratif, bagan, grafik, matriks, dan jaringan.

3. Penarikan kesimpulan

Pada tahapan ini dilakukan berdasar dari interpretasi terhadap data yang dikumpulkan oleh penulis. Adapun tahapan pengambilan kesimpulan dilakukan secara bertahap. Pada mulanya menarik kesimpulan awal, namun seiring bertambahnya data harus dianalisa kembali berdasarkan data yang diperoleh. Setelah itu, penulis dapat melakukan verifikasi data dengan mengacu pendapat dari pihak yang terlibat dari penelitian atau dengan menyamakan data dari beberapa sumber dengan data sumber lain.

Sampai pada akhirnya penulis dapat menyimpulkan dari penelitian yang telah dilakukan.⁵⁰



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁵⁰ Ibid., 116-117.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Profil Radio SUFADA

SUFADA Laboratorium Audio Visual (Lab. AV) merupakan laboratorium unggulan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berada di naungan UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai fasilitas sarana penting bagi penunjang proses pembelajaran secara akademi maupun praktik dalam bidang audio visual. Lab Radio SUFADA berlokasi di Gedung Sport Center and Multipurpose UINSA Jl. Jend. Ahmad Yani 117 Surabaya.

Proses dalam pendirian dan pengembangan Laboratorium audio visual Radio SUFADA (Suara Fakultas Dakwah Radio) diharapkan mampu untuk memberikan bekal baik dari segi keterampilan (*skill*) dan pengetahuan praktis mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Radio SUFADA ini diharapkan mampu sebagai media informasi untuk mengembangkan intelektual maupun syiar Islam

melalui media elektronik seperti radio maupun televisi kampus.

Radio SUFADA memberikan informasi yang bermanfaat untuk memotivasi dan sebagai sarana penunjang bagi mahasiswa yang mendengarkannya.. Tidak terlepas dengan namanya yang notabenenya dakwah maka program Radio SUFADA juga memberikan informasi seputar syiar agama milenial yang dikonsep menarik dan menginspirasi. Para pendengar setia Radio SUFADA bisa mendengarkan konten islami yang ringan versi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.⁵¹

Untuk terus memberikan konten positif kepada mahasiswa, Radio SUFADA menghadirkan narasumber yang ahli dalam bidangnya seperti bidang hadits, fiqh, bahasa arab, bahasa Inggris dan lain sebagainya. Selain itu dalam radio ini juga menyiarkan berbagai prestasi yang diperoleh oleh mahasiswa UINSA dengan tujuan untuk memberikan motivasi, tebar semangat positif bagi mahasiswa UINSA.

⁵¹ Dokumentasi Radio SUFADA 93,00 FM.

Radio SUFADA 93,00 FM adalah radio komunitas dibawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang didalamnya merupakan ajang kreativitas mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.⁵² Radio SUFADA singkatan dari Radio Suara Fakultas Dakwah radio SUFADA merupakan singkatan dari Radio Suara Fakultas Dakwah, diresmikan pada 15 Desember 2004 tersebut. Position sebelumnya merupakan *Experimen Station* dirubah *Education action radioperubahan ini* bertujuan supaya radio tidak hanya sebagai radio percobaan, namun lebih berkembang sebagai radio dalam komunitas kampus yang memberikan pelayanan baik dari segi informasi, pendidikan, hiburan bagi masyarakat kampus. Radio mempunyai dua fungsi yaitu:

- a. Berfungsi sebagai laboratorium
- b. Berfungsi sebagai radio siaran

Sebagai konsekuensi dari fungsi kedua sebagai radio siaran, sehingga diharapkan mempunyai

⁵² Cakudin2, "Radio SUFADA 93 FM Surabaya", (<http://SUFADA-93-fm.blogspot.com>, diakses 13 Juni 2009). 59.

segmentasi bagi khalayak yang dituju dengan jelas. Segmentasi Radio SUFADA yaitu muslim muda Surubaya dengan status:

- a. usia : 17 - 25 tahun (50%)
25 - 40 tahun (35%)
35 - 50 tahun (15%)
- b. Pendidikan : - Sarjana (50%)
- Mahasiswa (50%)⁵³

2. Logo SUFADA

Kata SUFADA FM dapat dimaknai sebagai suatu bentuk aktualisasi dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai lembaga pendidikan yang berkonsentrasi pada bidang dakwah, senantiasa memperjuangkan nilai yang berlandaskan pada ajaran Islam sebagai bentuk pengabdian secara luas. Selain itu radio SUFADA juga menjadi sinyal bagi para generasi muslim untuk selalu eksis dengan dakwah melalui radio.

⁵³ Dokumentasi radio SUFADA 93,00 FM.

Gambar 4.1
Logo SUFADA



3. Visi dan Misi Radio SUFADA

Visi : Menjadi media komunikasi dan informasi bagi generasi muda perkembangan dunia pendidikan dan dakwah

Misi:

- 1) Menyebarkan informasi seputar edukasi dan hiburan
- 2) Meningkatkan kompetisi generasi muda dalam dunia penyiaran

- 3) Mengembangkan konten-konten kreatif dan inspiratif dalam penyiaran secara universal.⁵⁴

4. Keadaan Geografis

Radio SUFADA 93,00 FM adalah radio di bawah naungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Beralamatkan di Jalan Ahmad Yani No. 117 Surabaya yang berada di Gedung Sport Center Multipurpose Building UIN Sunan Ampel Surabaya.

Contact Person: 085745462699

Email : SUFADAradiogmail.com

Instagram : SUFADAradio

5. Program acara di Radio SUFADA

Di dalam Radio SUFADA, ada lima program yang dikonsep yaitu:

1) MONSTER (*Monday Mood Booster*)

Program yang tayang di spoon tiap hari senin ini membahas banyak informasi mulai dari film, tips and trick, fakta menarik di seluruh dunia. Di kemas dengan konten anak muda saat ini yang diharapkan *mood* dihari senin bisa *up* lagi.

⁵⁴ Dokumentasi radio SUFADA 93,00 FM.

2) Musik Inspirasi

Program musik yang tayang di youtube setiap 2 minggu sekali ini membahas tuntas segala fenomena yang terjadi di ranah musik semesta ini. musik inspirasi akan memberikan fantasi bagi setiap pecandu musik.

3) SUFADA *Corner*

Program *talkshow* yang tayang di youtube tiap 2 minggu sekali yang mengundang narasumber-narasumber ahli dalam bidangnya, dan luar biasa. Sumber inspirasi dan motivasi mahasiswa

4) JEDDAH (Jum'at Berfaedah)

Program yang tayang di spoon tiap hari jum'at yang memberikan informasi- informasi seputar islami, motivasi diri, dan inspirasi serta lagu-lagu islami masa kini.

5) Konten & *News*

Program ini bertugas untuk mengolah berita serta informasi terkini untuk dijadikan bahan program siaran.⁵⁵

⁵⁵ Dokumentasi Radio SUFADA 93, FM.

6. Jadwal siaran di Radio SUFADA

1) Senin

Program : MONSTER

Produser : Nur Kholifatur Rosyidah

Asisten Produser : Nadhira Nurul Iman

Annoucer

& Script Writer : Aisyah Hauri Uljanati, Yana
Arneta Kusuma Wardani,
Arifa Maulida Mauliannisa,
Dwimas Agung Hidayah,
Chusnul Istiqomah, Aziz Rio,
Tasya Nur Amalia, Septyana
Asmaul, Wahyu Tita Amalia

Music Director

& Editor : Nabila syifa dan Moch

Chusain R

2) Rabu

Program : MUSIK INSPIRASI

Produser : Fadilah Annisa

Asisten Produser : Abel Parasita

Annoucer

& Script Writer: Alifya Nindya Ramadhanti,
Wardatul Jannah, Sukma

Anggraeni Dwi Putri, Nurul Fauziah, Rizqi Rahmawati, Nadira Megananda, Yustika Aini Arrochmah, Namirotul Hidayah

Music Director

& Editor : Umi Nurul Fadhilah dan Arian D. Yanuar

3) Kamis

Program : **SUFADA CORNER**

Produser : Sindy Dinasti

Asisten Produser : Zuhrotul Aprilia

Annoucer

& Script Writer : Emy Izzatul, Fais Nur Aini, Firman Maulana, Nabila Caesareta, Nabila Fuadina, Riyani, Rizky Rahma, Sti Nur Lina, Syintia Oktarina

Music Director

& Editor : Isnaini Rohma dan Rizka Qusnul Qotimah

4) Jum'at

Program : **JEDDAH**

Produser : Anisa Nur Qolifah

Asisten Produser : Nur Anggraini

Annoucer

& *Script Writer* : Wahyu Fatmaningsih, Rqqah
 Azzahra Leviasari, Tevin
 Albert Matuli, Siti Hudaifatul
 Adawiyah, Azzahroh
 Maulidiyah Lail, Putri
 Islamiyatus Sholihah,
 Veronica Yusandra, Dicky
 Nur Rahman, Putri Novi
 Ramifita Lutfiani, Vellinda
 Firul Shinta, Aprilia Nur A.P

Music Director

& *Editor* : Ilham Nur Wachid, Firda Nena

5) Program : KONTEN & NEWS

Produser : Ayudya Febrin Tiara

Asisten Produser : Rendy Risqia A.P

Annoucer

& *Script Writer*: Erica Dwi Wulandari, Adella Dwi
 Listiana. Fatimah Azzahroh,
 Muslimatin, Riyadhus

Shalihin, Rif'atis Sahifayin,
Viola Wdiarahma Cahyani

Music Editor

& Editor : Nilam Arum dan Rifqi
Aldzaki.⁵⁶

7. Struktur Kepengurusan Radio SUFADA

Badan Pengurus Harian (BPH):

- a) General manager : Fafelika Rahmawati
- b) Wakil ketua : Afia Nafisatun N
- c) Kepala divisi : Naufal Yahya
- d) Bendahara I : Wahyu Fatmaningsih
- e) Bendahara II : Yana Arneta
- f) Sekretaris I : Aprilia Nur
- g) Sekretaris II : Yustika Aini
- h) Divisi Humas
 - Koordinator : Sindy Dinasti
 - Anggota : Wahyu Tita Amalia,
Fadhila Annisa, Ayudya Febrin Tiara, Eka
Nur Laili
- i) Divisi Kominfo

⁵⁶ Dokumentasi radio SUFADA 93,00 FM.

- Koordinator : Amalia Wakhidah Ahmad
 - Anggota : Umi Nurul Fadhilah, Firda Nenapriyanti, Isnaini Dwi Juniarti
- j) Divisi Recruitment and Trainer
- Koordinator : Tasya Nur Amalia
 - Anggota : Firman Maulana Malik, Riyadus Shalihin, Aisyah Hauri
- k) Divisi Teknis
- Koordinator : Muh. Chusain
 - Anggota : Ilham Nur Wahid, Aziz Rio, Rifki al-Dzaki
- PJ Youtube : Isnaini dan Eka Nur Laili
- PJ Instagram : Fajar Imani dan Eka Surya
- PJ Spootify : M. Ikhsanuddin dan Pradiptya Giri

8. *Open Recruitment* Radio SUFADA

Adapun cara bergabung dengan tim Radio SUFADA yakni dikhususkan bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Untuk open recruitment yakni bagi mahasiswa maksimal semester 4 dan

memiliki minat untuk berproses dan belajar di Radio SUFADA, baik memiliki basic untuk siaran maupun tidak. Di SUFADA akan dibimbing dari nol. Di SUFADA tidak ada seleksi yang ketat, akan tetapi akan terseleksi secara alamiah dilihat dari bagaimana respon pendaftar saat mengikuti kegiatan di SUFADA sebelum diangkat menjadi pengurus tetap.

Open recruitment dilaksanakan pada semester genap dengan mengadakan event untuk mengajak para mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi agar ikut serta dan mendaftar, karena sangat disayangkan ketika laboratoriumnya tersedia namun minat para mahasiswanya sangat minim. Untuk mencegah hal itu maka di *open recruitmen* diadakan dengan cara yang meriah.⁵⁷

B. Penyajian Data

Dari hasil penelitian di Radio SUFADA 93,00 FM UIN Sunan Ampel Surabaya peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan atau menggambarkan atau mengamati eksistensi dari Radio SUFADA sebagai media dakwah serta sarana laboratorium mahasiswa Fakultas Dakwah dan

⁵⁷ Fafelika Rahmawati (General Manager), *Wawancara*, 22 Mei 2021.

Komunikasi. Data yang dihasilkan dari lapangan yakni dengan menggunakan pendekatan kualitatif sehingga dalam data-data yang diperoleh bersifat imajinatif sehingga diperlukan untuk memahami aspek-aspek yaitu dalam sebuah media massa sebagai media dakwah dan sarana laboratorium.

Berdakwah melalui media massa bukanlah sesuatu yang tidak wajar. Salah satu contoh media massa digunakan dalam berdakwah yaitu melalui radio. Dengan menggunakan radio sebagai media dakwah banyak manfaat yang didapat dari media tersebut, namun ada juga kekurangannya.

Agar menarik minat pendengar, maka setiap radio memiliki strategi masing-masing agar banyak audien. Media massa mempunyai peran sangat besar bagi pengembangan dakwah. Selain itu radio juga mempunyai peran penting dalam proses tersebut. Eksistensi keberadaan dari sebuah radio tentunya banyak dipengaruhi oleh pendengar setianya. Begitu juga dalam fokus permasalahan yang diangkat oleh peneliti yaitu strategi penyampaian pesan-pesan dakwah yang dilakukan radio SUFADA 93,00 FM Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

1. Strategi Penyampaian Dakwah melalui Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya

Strategi dakwah merupakan perencanaan berisikan kerangka kegiatan yang didesain sesuai dengan tujuan yang diharapkan dari penyampaian sebuah dakwah. Oleh sebab itu, sebelum membuat strategi maka diharuskan mengetahui target atau tujuan yang harus dipenuhi.

Dalam program di Radio tentunya memiliki tujuan. Untuk memperoleh tujuan tentunya harus memiliki strategi yang baik. Effendi menyatakan di buku Komunikasi mengenai strategi perencanaan berfungsi mencapai tujuan. Sedangkan strategi komunikasi harus memperhatikan beberapa komponen diantaranya yaitu, narasumber, pesan, efek derta media.

Semua komponen harus terkumpul sehingga strategi berjalan dengan baik. Untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan di Tadio SUFADA program mozaik maka peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara. Adapun tujuan dari penyampaian dakwah di radio SUFADA yakn melalui program Jeddah (Jumat Berfaedah). Terdapat beberapa strategi dalam berdakwah, diantaranya:

a. Strategi sentimental (*al-manhaj athifi*)

Strategi sentimental (*al-manhaj athifi*) ialah dakwah berfokuskan pada aspek hati serta menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Tata cara ini cocok dengan mitra dakwah terabaikan (marginal) serta dipandang sebelah mata, sama halnya kalangan wanita, anak-anak, prang awam, para mualaf, orang miskin, anak yatim dan lain seagaunya. Strategi ini diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW, dikala dia mengalami kalangan musyrik Mekkah.

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

Strategi ini merupakan strategi dakwah dengan sebagian tata cara yang memfokuskan pada aspek pikiran. Strategi ini mendesak para mitra dakwah untuk berpikir, ataupun merenungkan serta mengambil suatu pendidikan dari tata cara ini. Dalam Al-Qur'an mendesak pemakaian strategi rasional dengan sebagian terminologi diantara lain:

- 1) *Takaffur*, yaitu membuat suatu pencapaian serta memikirkannya.
- 2) *Tadzakkur*, yaitu ialah memperkenalkan suatu ilmu yang wajib dipelihara serta dititipkan.

- 3) *Nazhar*, merupakan memusatkan hati nurani berkonsentrasi pada objek yang diperlihatkan.
- 4) *Taammual*, merupakan pengulangan suatu pemikiran sampai menciptakan suatu kebenaran dalam hati sendiri.
- 5) *I'tibar*, merupakan pindahan suatu pengetahuan yang sedang dipikirkan mengarah sampai suatu pengetahuan lainnya.
- 6) *Tadabbur*, merupakan sesuatu usaha yang memperkirakan sesuatu akibat pada tiap suatu permasalahan.
- 7) *Istibshar*, ialah menguak suatu suatu ataupun menyikapinnya, dan memperlihatkan kepada pemikiran hati.

c. Strategi Indrawi (*al-bissi*)

Strategi ini merupakan bentuk lain dari strategi eksperimen ataupun strategi ilmiah. Strategi yang dimaksud selaku kumpulan-kumpulan tata cara dakwah yang berganti pada panca indra serta berpegang teguh pada hasil suatu riset serta suatu percobaan. Salah satunya ialah aplikasi keagamaan, keteladanan, serta pentas drama. Sebaliknya bagi Ali Aziz strategi dakwah ini sendiri ialah sesuatu

perencanaan yang berisi rangkaian aktivitas yang didesai untuk menggapai tujuan dakwah.⁵⁸ Macam-macam strategi dakwah ialah:

- 1) Strategi tilawah, strategi ini mitra dakwah dimohon buat mencermati uraian pendakwah dalam membaca pesan yang di tulis
- 2) Strategi *Takziah*, strategi ini berdasarkan kejiwaan pada manusia.
- 3) Strategi *Ta'lim*, strategi ini hampir mirip dengan strategi tilawah, keduanya mentranformasikan sesuatu pesan dakwah. Namun strategi *ta'lim* bertabiat secara mendalam, dengan dicoba secara resmi serta sistematis. Yang maksudnya tata cara ini dapat diterapkan oleh mitra dakwah yang senantiasa, disesuaikan dengan kurikulum yang dirancang, dicoba dengan cara bertahap, dan mempunyai sasaran tujuan.

Adapun strategi yang dipakai Radio SUFADA dalam menyampaikan dakwah yakni, adakalanya menggunakan metode indrawi, rasional maupun sentimental. Strategi ini memfokuskan gaya dakwah

⁵⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencan, 2009), 349.

pada kebiasaan mahasiswa yang lebih menyukai hal-hal yang bersifat kekinian. Termasuk juga hal kekinian dalam menyampaikan dakwah Islam. Strategi ini sangat sesuai dengan mayoritas pendengar SUFADA yang berasal dari kalangan mahasiswa dan remaja. Penyampaian dengan cara ini dinilai lebih efektif dan tidak membosankan pendengar dalam menyimak dan memahami isi dakwah yang disampaikan.

Dalam penyajian data peneliti mendapatkan data mengenai khalayak pendengar di Radio SUFADA dengan mendekati diri kepada semua pendengar radio. Hal ini dikarenakan dengan melakukan pendekatan tersebut maka dapat menyetarakan antara kemauan pendengar dengan salah satu program di Radio SUFADA. Dengan melakukan pengenalan pada khalayak, maka akan mampu melahirkan inovasi terbaru untuk kelancaran serta keberhasilan dalam suatu program.

Strategi ini termotivasi dari keseharian masyarakat yakni biasanya masyarakat tidak terlalu *excited* pada dakwah yang penyampaiannya terlalu monoton dan terlalu klasik. Dan karena pendengar Radio SUFADA lebih banyak dari kalangan milenial

atau dalam hal ini mahasiswa, maka penyampaian mengenai dakwah yang Radio SUFADA lakukan yakni penyampaian dengan gaya kekinian. Selain itu, tema dakwah yang diambil lebih kepada kehidupan sehari-hari untuk para remaja, seperti gaya berpakaian, akhlaq dan motivasi Islami.

Dalam dakwah tersebut tidak membawakan tema yang membutuhkan pengetahuan mendalam seperti halnya dakwah mengenai hadist ataupun tauhid. Di Radio SUFADA lebih pada hal-hal Islam yang mudah dipahami oleh kalangan mahasiswa dan pendengaran yang lainnya. Sehingga meskipun pendengar tersebut baru mendengarkan dakwah yang disampaikan Radio SUFADA namun point-point yang ingin dicapai dari dakwah tersebut terealisasi.

Selain melalui radio, penyampaian dakwah SUFADA juga melalui instagram dan youtube. Hal ini lebih menarik masyarakat dan pendengar untuk menyimak dakwah SUFADA. Biasanya penyampaian dakwah di instagram yakni menggunakan animasi dan gaya tulisan yang menarik dan kekinian. Sehingga selain memperoleh ilmu tentang dakwah, pendengar dan penonton juga menikmati kreativitas para penyiar

radio SUFADA. Media massa seperti instagram cocok digunakan sebagai sarana penyampaian dakwah, karena hampir seluruh mahasiswa dan masyarakat memiliki media sosial tersebut.

Selain strategi penyampaian dengan gaya modern dan konsep milenial, strategi lain yang digunakan SUFADA yakni dengan penyampaian dakwah melalui sosial media dan mengenal khalayak pendengar sehingga dapat menyesuaikan keinginan dan kondisi pendengar dalam penyampaian dakwahnya.

Strategi ini termotivasi dari keseharian masyarakat yakni biasanya masyarakat tidak terlalu *excited* pada dakwah yang penyampaiannya terlalu monoton dan terlalu klasik. Dan karena pendengar Radio SUFADA lebih banyak dari kalangan milenial atau dalam hal ini mahasiswa, maka penyampaian mengenai dakwah yang Radio SUFADA lakukan yakni penyampaian dengan gaya kekinian. Selain itu, tema dakwah yang diambil lebih kepada kehidupan sehari-hari untuk para remaja, seperti gaya berpakaian, akhlaq dan motivasi Islami.

Dalam dakwah tersebut tidak membawakan tema yang membutuhkan pengetahuan mendalam seperti

halnya dakwah mengenai hadist ataupun tauhid. Di Radio SUFADA lebih pada hal-hal Islam yang mudah dipahami oleh kalangan mahasiswa dan pendengaran yang lainnya. Sehingga meskipun pendengar tersebut baru mendengarkan dakwah yang disampaikan Radio SUFADA namun point-point yang ingin dicapai dari dakwah tersebut terealisasi.

Menurut Wilbur Schrman dalam buku yang ditulis oleh Anwar Arifin dalam memilih isu dan langkah-langkah yang digunakan dalam menyuun suatu pesan dakwah sama dengan syarat keberhasilan dalam pesan dakwah antara lain:

- a) Pesan sebelum disampaikan harus direncanakan terlebih dahulu dan disampaikan sedemikian rupa agar pesan dapat menarik perhatian khalayak.
- b) Pesan dakwah didasarkan pada pengalaman antara sumber dan tujuan sehingga keduanya saling bertemu.
- c) Pesan harus berupa saran yang menunjukkan jalan untuk memberikan jawaban yang dikendaki berdasarkan pada segmentasi pendengar dalam program Jeddah (Jumat Berfaedah) yaitu seluruh muslim dan muslimah baik dari kalangan

mahasiswa maupun karyawan dari fakultas. Sehingga isu dakwah yang harus diambil adalah mengenai masalah-masalah para muslimah dan menggunakan bahasa yang ringan dan formal agar dapat dipahami pesan tersebut. Setelah menentukan topik atau issue dakwah yang akan dibahas dalam program Jeddah, maka tim produset program akan berdiskusi dengan penyiar terkait untuk pembuatan materi dan penyampaiannya.

2. Kelebihan dan Kekurangan Radio SUFADA

Sebagai media penyampaian informasi tentunya memiliki kendala dan keunggulan yang dilahirkan. Baik hal tersebut berasal dari Sumber Daya Manusia (SDM) nya maupun hal-hal lain diluar itu. Namun kekurangan yang dialami SUFADA yakni dulu sempat off karena tidak bisa menggunakan frekuensi lagi. Hal tersebut karena terkendala sinyal wifi, hal tersebut berlangsung sekitar satu tahunan.

Sehingga saat ini SUFADA mengembangkan media dakwahnya melalui sosil media, meliputi aplikasi SUFADA, instagram dan youtube. Namun beralihnya ke sosial media tersebut tidak menutup kemungkinan adanya kendala, yakni hanya dijangkau oleh beberapa

orang saja. Sebab hanya ada beberapa orang saja yang mengenal aplikasi SUFADA, namun di Youtube dan Instagram lebih banyak dikenal oleh kalangan mahasiswa.

Adapun kelebihan di SUFADA yakni adanya fasilitas yang bagus, baik meliputi sarana dan prasarana serta studio yang luas dibandingkan kampus-kampus lain, selain itu SUFADA juga banyak dikenal oleh beberapa kampus sehingga memudahkan interaksi dan relasi dalam melakukan kegiatan di Radio SUFADA. Selain itu Radio SUFADA juga memberi ruang bagi para mahasiswa diluar kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang ingin melakukan siaran di radio asalkan masih termasuk mahasiswa Dakwah dan Komunikasi di kampus lain.⁵⁹

C. Analisis Data

Peneliti menemukan dari hasil penelitian bahwa antara teori dalam kerangka teoritik sudah sesuai dengan hasil penelitian yang ada di lapangan. Konsep wawancara yang dilakukan terhadap salah satu penyiar radio SUFADA

⁵⁹ Fafelika Rahmawati, *Wawancara*, 22 Mei 2021.

sebagaimana sudah dipaparkan di atas mengenai strategi dakwah dengan program Jeddah.

Astrid Susanto mengemukakan dalam buku berjudul Strategi Komunikasi ditulis Arifin Anwar menyatakan strategi merupakan keputusan atau upaya mengenai kondisi yang dijalankan bertujuan untuk mencapai tujuan. Sehingga dalam menentukan perumusan strategi harus melihat mengenai situasi dan kondisi khalayak sebagai langkah utama untuk mengenal khalayak atau sasaran. Strategi dapat dipahami dengan menggunakan tiga hal diantaranya yaitu:

1. Menenal khalayak

Dari hasil wawancara dilapangan dengan program Director serta ProduserRadio SUFADA strategi yang paling utama digunakan oleh Radio SUFADA adalah dengan mengenal khalayak, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan survey mengenai follower intagram SUFADA dan para pendengar melalui aplikasi SUFADA. Lembaga riset akan menggali mengenai masukan dari pendengar melalui program-program yang ada di Radio SUFADA,

Dalam hal ini khalayak terbanyak pendengar SUFADA yakni berasal dari kalangan mahasiswa,

selain karena berada dibawah naungan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya juga merupakan laboratorium bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang tentunya banyak mahasiswa fakultas tersebut yang menjadi pendengar dan justru menjadi pengurus di radio SUFADA.

2. Menyusun Pesan atau Isi Dakwah

Dalam buku yang ditulis Anwar Arifin dalam menyusun pesan dakwah program Jeddah harus disampaikan secara menarik supaya dapat mempengaruhi khalayak sehingga membangkitkan resoin pendengar program radio sehingga mampu berinteraksi dalam program agar berjalan secara efektif.

Gaya yang digunakan dalam penyampaian harus sesuai dengan khalayak yang dituju, agar dapat dipahami secara utuh. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ketika terjun ke lapangan. Sebelum melakukan penentuan mengenai pesan dalam bentuk materi dakwah, radio SUFADA melakukan pemilihan issue atau problematika muslimah yang sedang menjadi perbincangan hangat disekitar pendengar. Langkah selanjutnya yang digunakan adalah melakukan diskusi antara penceramah dengan produser

Radio SUFADA untuk menentukan materi yang akan disampaikan.

Dalam program Jeddah radio SUFADA yakni dengan menyampaikan dakwah yang tema dan pesannya sesuai dengan kondisi pendengar secara umum. Misalkan bagi mahasiswa, maka dakwah yang pantas untuk kalangan ini yakni meliputi gaya berbusana ala muslimah, pergaulan dalam Islam dan hal lain mengenai gaya komunikasi mahasiswa.

Dari hasil penelitian yang ada di lapangan, tim radio SUFADA setiap kali mengadakan program Jeddah selalu menyusun tema, pesan serta melihat mengenai issue fenomena trend yang sedang ramai dijadikan perbincangan. Setelah itu tim produser akan menentukan narasumber sesuai dengan keahlian dari problematika tersebut. Namun sebelum itu tim produser akan melakukan diskusi terlebih dahulu dengan narasumber mengenai pesan yang akan disampaikan.

Efektivitas suatu komunikasi bergantung pada bangkitnya perhatian khalayak pada pesan yang disampaikan. Sesuai dengan prosedur *From attention to action procedure* yang berarti membangkitkan perhatian seseorang maka harus melakukan kegiatan

(*action*) yang sesuai rumusan tujuan. Sehingga dalam menyampaikan pesan dakwah arus diranang dan disampaikan dengan kemasan yang mampu memikat perhatian pendengar, seperti dalam program Jeddah pesan yang disampaikan harus dikemas semenarik mungkin dengan tema dan narasumber yang mampu membangkitkan keantusiasan dari pendengar.

Dalam buku Onong Effendi menyatakan bahwa dalam melakukan penentuan narasumber haruslah berhati-hati serta dalam menyusun pesan gaya bahasa sangat penting. Gaya bahasa yang digunakan pada suatu program haruslah dengan gaya bahasa ringan, lugas, serta sesuai dengan segmentasi pendengar program Jeddah di radio SUFADA. Sehingga pesan dakwah akan mudah tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami oleh pendengar.

3. Menentukan Metode

Setelah melakukan penyusunan pesan, selanjutnya yang harus dilakukan adalah menentukan metode yang sesuai. Dalam menentukan metode terdapat dua metode yang harus di pilih diantara salah satu yaitu metode edukatif dan persuasif yaitu materi yang disampaikan harus mampu mempengaruhi

pendengar mengenai pernyataan yang di lontarkan oleh narasumber mengenai fakta, pendapat, maupun pengalaman. Dengan tujuan untuk membangkitkan sifat ketidakpercayaan diri dan mengubah tingkah laku khalayak ke arah yang diinginkan.

Hasil penelitian menemukan bahwa antara teori yang oleh peneliti sudah relevan dengan hasil yang didapatkan. Dimana dalam program Jeddah dibuat tidak dengan asal-asalan. Tujuan dan pengemasan dalam program ini jelas. Melakukan pemilihan narasumber tidak asal pilih dan berhati-hati dalam menentukan narasumber karena tidak semua orang mengenal program ini. Pemilihan narasumber dilihat dari wawasan pengetahuan dan keilmuan mengenai problematika muslimah, selain itu narasumber harus mampu memberikan edukasi sekaligus memberikan motivasi agar mampu menjadikan muslimah peka terhadap problematika disekitar.

Dalam menentukan narasumber di radio ini melihat dari kemampuan narasumber menyampaikan pesan di media massa, diantaranya meliputi suara meendukung untuk didengar serta bahasa yang digunakan lugas. Narasumber yang dipilih di Radio SUFADA UIN

Sunan Ampel Surabaya dalam program ini adalah orang yang paham mengenai keagamaan dan berwawasan luas.

Program yang disampaikan berisi mengenai tema yang menarik disesuaikan dengan fakta yang mampu untuk dipahami serta materi yang disampaikan menarik untuk dibahas dan mudah dipahami oleh pendengar. Hal ini diperkuat dengan bukti bahwa materi yang disampaikan selalu menggunakan trend yang hangat dibicarakan, selain itu cara menyampaikan narasumber sangat menarik. Selain itu program ini mampu menampung saran maupun pendapat dari muslimah pada saat melakukan siaran di media sosial. Banyaknya pendengar yang ikut berinteraksi dalam materi ini merupakan suatu apresiasi tersendiri bagi program radio SUFADA.

Setelah tiga aspek ini sudah ditentukan maka tinggal menentukan strategi yang cocok untuk segala program yang ada di Radio SUFADA. Selain menggunakan strategi sentimentil untuk menyentuh hati para pendengar agar tersampaikan pesan dakwah, di SUFADA juga menggunakan strategi rasional dan indrawi dengan

penyampaian secara modern dan millennial sesuai dengan target para pendengar.

Dalam perspektif islam penyampaian pesan dakwah dengan radio atau media suara sebagai sumber penyampaian pesan dakwah, diambil dari kata baca, menceritakan, menjelaskan, dan kata lain yang sama artinya. Terdapat beberapa ayat mengenai adanya media suara atau audio di dalam Al-Qur'an, diantaranya dalam surah Al-Isra' ayat 14:

اقْرَأْ كِتَابَكَ كَفَىٰ بِنَفْسِكَ الْيَوْمَ عَلَيْكَ حَسِيبًا

“Bacalah kitabmu, cukup dirimu sendiri dalam waktu ini sebagai penghisab terhadapmu”

Berdasarkan analisis Tarbawi, bahwa surat Al-Isra' ayat 14 ini menjelaskan tentang media. Media seiring perkembangan zaman dibagi dalam beberapa jenis, salah satunya adalah media audio yang mengandalkan media suara saja tanpa menggunakan indra lain. Kata yang mengisyaratkan tentang penggunaan media audio yang menjelaskan kata kerja “jelas”, terdapat dalam surah Al-Taubah ayat 11:

وَأَقِمُوا الصَّلَاةَ ۖ وَآتُوا الزَّكَاةَ فَآخَرًا كُمْ فِي الدِّينِ ۗ وَنُفِّصِلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ
فَأَنْ تَابُوا

“jika mereka bertaubat, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, maka (mereka) adalah saudaramu seagama. Dan kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi kaum yang mengetahui”

Kata yang menjelaskan penggunaan media audio seritakan sala kata “cerita, terdapat dalam surah Al-Baqarah ayat 76:

وَإِذَا لَقُوا الَّذِينَ آمَنُوا مِمَّا قَالُوا أَن كَذَّبْتُمُهُمْ
بِمَا فَتَحَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ لِيُحَاجُّوكُمْ بِهِ عِنْدَ رَبِّكُمْ ۗ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

“... kemudian mereka berkata: “apakah kamu bercerita kepada mereka (orang mukmin) apa yang sudah diterangkan Allah kepadamu, supaya dengan demikian mereka dapat mengalahkan hujjahmu di hadapan Tuhanmu: tidakkah kamu mengerti?”

Ayat diatas menjelaskan mengenai bunyi atau suara yang disampaikan dapat dipahami isinya dan terdapat penyiar yang menyampaikan pesan dakwah dengan hanya membaca kitab atau buku yang dijadikan rujukan dalam berdakwah. Dapat ditekan dalam penelitian ini kata baca, menjelaskan dan menceritakan merupakan pesan yang disampaikan dalam radio.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan di lapangan dan wawancara yang sudah dilakukan dengan narasumber serta pembahasan dan analisis penelitian yang dilakukan maka strategi dalam penyampaian pesan dakwah di radio SUFADA dapat menggunakan 3 strategi yaitu:

1. Strategi sentimentil yaitu strategi dakwah lebih memfokuskan pada aspek hati dan perasaan bahkan batin sasaran dakwah.
2. Strategi rasional yaitu strategi dakwah memfokuskan pada aspek pikiran yang mendorong sasaran dakwah untuk merenung dan berpikir secara rasional.
3. Strategi indrawi yaitu nama lain dari strategi eksperimen. Strategi ini diartikan sebuah sistem dakwah yang memadukan metode dakwah di pancaindra dan berpegang teguh pada hasil sebuah penelitian dan percobaan.

B. Saran dan Rekomendasi

1. Penulis berharap agar pendengar tidak hanya sebatas mendengarkan saja melainkan juga mempraktikkan pesan-pesan yang didapat dari media tersebut. Sehingga

kedepannya bisa menjadikan diri sebagai insan yang diharapkan dalam keindahan islam.

2. Kedepannya diharapkan untuk radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya lebih sering melakukan upgrade dalam program-program dakwah yang disampaikan sehingga lebih relevan dalam situasi dan kondisi khalayak pendengar, supaya pesan dakwah tersampaikan dengan baik.

C. Keterbatasan Peneliti

Dalam proses pengerjaan penelitian ini, terdapat keterbatasan peneliti serta kondisinya yang dapat mempengaruhi hasil dari penelitian yang berjudul “Strategi Dalam Penyampaian Pesan-Pesan Dakwah di Radio SUFADA UIN Sunan Ampel Surabaya”, diantaranya:

1. Kurangnya informasi dari narasumber mengenai latar belakang berdirinya radio SUFADA.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Al-Aziz, Jum'ah Amin. *Fiqh Dakwah*, terj. Abdus Salam Masykur. Solo: Citra Islami Press, 1997.
- Abdurrahman, Ali. "Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja FM Dalam Menyebarkan Islam Nusantara". Skripsi----IAIN Ponorogo, 2019.
- Amrozi, Yusuf. *Dakwah Media Dan Teknologi*. Surabaya: UIN SA PERS, 2014.
- Anggito Albi, dan Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Cv Jejak, 2018.
- Anshari, Hafi. *Pemahaman Dan Pengalaman Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas, 1993.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Amrico, 1989.
- Arifin, M. *Ilmu Pendidikan Islam, Suatu Pendekatan Teoritik Dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner*. Jakarta: Bumi Aksara, 1991.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi., cet Ke-14. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Astuti, Santi Indra. "Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah di Era Globalisasi", MIMBAR Jurnal Sosial dan Pembangunan, Vol. 16 No 03, (2000).
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah* Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2009.
- Cakudin, "Radio SUFADA 93 FM Surabaya", (<http://SUFADA-93-fm.blogspot.com>, diakses 13 Juni 2009). 59.
- Cangara, Hafidz. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013.

- Depag RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Diponegoro.
- Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Djaali, Dan Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2000.
- Dokumentasi Radio SUFADA 93,00 FM.
- Fitrah, Muh, dan Lutfiyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak, 2017.
- Fitriah, Siska. "Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren Onair", (Skripsi---Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014).
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005.
- Hafiduddin. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani, 1998.
- Hamidah, Lilik. *Laporan Evaluasi Dan Perencanaan Program Kegiatan Radio Suara SUFADA Fakultas Dakwah*, 2005.
- Hamidi. *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*. Malang: Umm Press, 2010.
- Hasbiansyah, O. *Pendekatan Fenomenologi: Pegantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi*. Bandung: Jurnal Komunikasi UNISBA, 2008.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Da'wah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- J. Baran, Stanley. *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media Dan Budaya*. Penerjemah: S. Rouli Manalu, 2012.
- J Meleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012.
- Kadji, Yulianto. *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

- L. N, Kholidah. Konstektualisasi Bahasa Qur'ani Dalam Komunikasi Dakwah: Strategi Tindak Tutur Transformasi Pesan-Pesan Keagamaan, *Jurnal Bahasa Dan Seni*, Vol. 42 No. 01, (2014).
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Masduki. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: Lkis, 2001.
- Masyitoh, Reny. "Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya", *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Vol. 01, No. 02, (March 2018).
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Munir, M, dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Nuridin, H. Suarin. "Media Sebagai Sarana", *Ta'dib*, Vol. 16 No. 02, (Juli- Des 2018).
- Purdiningtyas, Woro. "Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di Radio Lampung". Skripsi----UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- R. Raco, J. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulan*. Jakarta: PT. Grasindo, 2010.
- Rahmawati, Fafelika (*General Manager*), *Wawancara*, Surabaya, 22 Mei 2021.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Pustaka Sinar Utama, 1997.
- Rasdiana. "Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As'adiyah FM Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)", (Skripsi---- IAIN Ponorogo, 2019).
- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Gramedia, 2016. Vivian, Jhon. *Teori Komunikasi Massa*. edisi kedelapan. Jakarta: Kencana, 2008.
- Rusyah, et.al. *Pendekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Pt. Remaja Rosada Karya, 1992.

- Salmadani. *Filsafat Dakwah*. Padang: Surau, 2003.
- Subandi, Ahmad. *Ilmu Dakwah Suatu Pengantar*. Bandung: Syahida, 1994.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Sukriyadi, Sambas. *Pokok-Pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah. Ilmu Dakwah Kajian Berbagai Aspek*. Asep Kusnawan (Ed). Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004.
- Surianor. "Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio", *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol.14 No.27, (Januari-Juni 2015).
- Syamsuddin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- Tualeka, Hamzah. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: Indah Offset, 1993.
- Wahidun Akbar, Annovika. "Strategi Komunikasi Dakwah MTA Melalui Radio MTA FM (Studi Kasus Strategi Komunikasi Dakwah Majelis Tafsir Al-Qur'an Dengan Menggunakan MTA FM)", (Skripsi----Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).
- Wulandari, Intan. "Public Speaking Impromptu Kh. Much Imam Chambali Pada Channel Tv9", *Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel*, 2018.