

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media komunikasi modern saat ini telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran, yang salah satunya adalah radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak karena media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi penyiaran.

Radio siaran merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi.¹ Radio sebagai media massa memiliki warna tersendiri bagi pendengarnya yang ingin mendapatkan informasi dan pemenuhan keinginan pendengar.

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiens. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin

¹ Asep Samsul M. Romli, *Broadcast Journalism* (Bandung: Nuansa, 2004), 191.

orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiennya.²

Di Surabaya terdapat lebih dari empat puluh stasiun radio, terdiri dari radio pemerintah, komersil atau swasta dan komunitas. Radio pemerintah seperti radio Pro 1 RRI Surabaya, Pro 2 RRI Surabaya, Pro 3 RRI Surabaya, dan Pro 4 RRI Surabaya. Radio komersil atau swasta yang ada di Surabaya seperti radio SAS FM, Suara Surabaya FM, Prambors Surabaya FM, Gen FM, Sham FM, dan El Victor FM. Sedangkan radio komunitas di Surabaya seperti radio Sufada FM, Suara an-Nida FM dan Gelora FM. Format dan segmentasinya pun juga memiliki pembeda satu radio dengan radio yang lainnya. Banyaknya stasiun radio yang ada di Surabaya mengakibatkan adanya persaingan antar media.

Persaingan antar media massa ini tidak terlepas dari fungsinya yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Dengan banyak memperhatikan sinyalemen mengenai masa depan, serta masyarakat umum yang hendak mempersiapkan diri dalam menghadapi komunikasi global, maka dalam pemanfaatannya media massa harus mempertimbangkan banyak hal. Salah satunya adalah kemajuan era digital saat ini dan yang akan datang.

Radio merupakan *media auditif*, tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi

² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2008), 220.

begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar.³

Radio telah mengalami perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti sekarang ini. Kini radio bukan saja sebagai sarana hiburan bagi masyarakat, tetapi sebagai lembaga sosial, radio juga dituntut untuk ikut bertanggung jawab dalam memberikan pendidikan dan motivasi kepada masyarakat untuk menuju kehidupan dan keperibadian yang lebih baik, melalui program-program siarannya yang diharapkan akan dapat membantu masyarakat menjawab tantangan hidup, terutama dalam masalah yang menyangkut keagamaan.

Radio memiliki daya tarik yang disebabkan oleh ketiga unsur yang melekat padanya, yaitu kata-kata lisan, musik, dan efek suara. Dengan dihiasi musik dan didukung oleh efek suara, suatu acara yang disajikan radio menjadi hidup. Meski kemudian muncul televisi, namun pesawat radio tidak bergeser karena untuk menikmati acara di radio dapat dengan tidur-tiduran, mandi, bekerja atau sambil mengemudi kendaraan.⁴ Jadi selain harganya murah radio juga memiliki kelebihan yaitu pendengar tidak dituntut untuk selalu berada didepan pesawat radio sehingga pendengar dapat mengikuti program acara siaran dimana saja sesuai dengan keinginan pendengar.

Radio merupakan salah satu media elektronik yang digunakan oleh masyarakat sebagai alat atau media informasi sebelum adanya televisi. Peran radio sangat penting karena radio memberikan informasi berupa berita,

³ Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: LKiS, 2001),9.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 141.

hiburan, media berekspresi, media pendidikan, bahkan tempat beriklan suatu produk atau jasa perusahaan. Radio adalah media audio yang hanya bisa dinikmati khalayak dengan cara mendengarkan.

Pendengar radio bukan lagi obyek yang menggunakan telinga untuk menyimak sebuah acara. Mereka juga menggunakan nalar pikir dan sekaligus empati, sehingga membentuk sikap kritis. Jika program yang ditayangkan radio tidak sesuai, maka sikap mereka tidak sekedar memindah *channel* atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersikap antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan.⁵

Program yang dimiliki oleh stasiun radio menjadikan pendengar merasa memiliki kemudahan dalam memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Salah satu program yang hampir dimiliki oleh semua stasiun radio adalah program dakwah Islam. Radio memiliki fungsi sebagai media pendidikan, dakwah termasuk di dalamnya yakni memberikan pendidikan tentang pemahaman agama Islam bagi pendengarnya. Kini radiopun dapat dijadikan sebagai media dakwah bagi siapa saja yang ingin menyampaikan pesan-pesan kebaikan untuk seluruh pendengar.

Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, tidak hanya melalui lisan, tetapi juga bisa dilakukan melalui media komunikasi. Seperti radio, televisi, film, dan juga media komunikasi lainnya. Jika ditinjau dari komunikasi, dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan (*message*) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasiv (hikmah) dengan

⁵ Masduki, *Jurnalistik*, 3.

harapan agar komunikan (*mad'u*) dapat bersikap dan berbuat amal shaleh sesuai dengan ajaran Islam.

Radio sebagai media penyiaran juga mengalami perkembangan, hingga terbentuklah beberapa radio swasta yang bernuansa Islami. Radio Suara Akbar Surabaya (SAS) FM yang memiliki slogan Radio Inspirasi Muslim Sejuk Bermakna, merupakan salah satu radio Islami yang berada di kompleks Masjid Nasional al-Akbar Surabaya. Terdiri dari format siaran *news, music, knowledge, inspiration and motivation*. Radio SAS FM memiliki visi sebagai media pengembangan syiar, dengan mengedepankan aspek informasi yang menyejukkan serta memiliki makna bagi para pendengar, khususnya umat Muslim.

Program yang dimiliki radio SAS FM lebih banyak menyiarkan program-program Islami. Mengingat radio SAS FM sebagai radio penyalur kegiatan-kegiatan atau kajian-kajian yang ada di Masjid Nasional al-Akbara Surabaya, sehingga radio ini lebih banyak program Islaminya.

Kesibukan masyarakat sudah bukan menjadi alasan lagi untuk mendapatkan solusi tentang permasalahan kehidupan sehari-hari. Dengan kemajuan zaman radiopun dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan pemahaman ilmu agama Islam. Radio juga mengalami kemajuan dalam penyiarannya, karena kini dengan melalui *streaming* radio dapat didengarkan oleh umat seluruh dunia.

Radio SAS FM Surabaya hadir memberikan warna siaran yang menyejukkan dan penuh makna dengan mengunggulkan program yang

dimilikinya. Program di radio SAS FM memiliki keanekaragaman, mulai dari kajian *live* dari Masjid Nasional al-Akbar Surabaya, dialog keluarga, psikologi anak, motivasi, kesehatan dan ekonomi. Namun ada beberapa program Islami yang menjadi unggulan, seperti program Keluarga Sakinah, Tadarus Keluarga, Ngaji Fiqih Kontemporer, Tadabar (tanya jawab akbar), kajian fajar dan kajian senja yang disiarkan secara langsung dari ruang utama Masjid Nasional al-Akbar Surabaya. Program unggulan ini terlihat dari banyaknya pendengar yang bergabung melalui SMS, Telepon, *Facebook*, *Twitter* dan pendengar yang mendengarkan melalui *streaming*. Kemudahan untuk bergabung atau bertanya dan mendapatkan penjelasan dari narasumber merupakan keinginan dari para pendengar. Tanpa harus bertatap muka, kapanpun dan dimanapun tetap dapat penjelasan dan ilmu yang dibutuhkan oleh siapapun terkait masalah kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka peneliti mengangkat permasalahan ini kedalam sebuah penelitian dengan judul : Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka ada beberapa masalah faktual yang dapat peneliti idenifikasi yaitu, kemudahan untuk mendapatkan informasi dan ilmu melalui radio merupakan kebutuhan masyarakat, terlebih ilmu-ilmu agama. Masalah yang sering dihadapi oleh masyarakat adalah masalah-masalah seputar keluarga, ibadah, sosial dan lain-lain, yang sesuai dengan perkembangan masalah saat ini. Dan respon dari

pendengar juga dibutuhkan oleh manajemen radio sebagai ukuran kesuksesan suatu program acara. Maka keberadaan siaran dakwah melalui radio dirasakan makin penting dan diharapkan bisa menjawab dan merespon persoalan yang timbul di masyarakat.

Pembatasan masalah penelitian ini berfokus pada penjelasan atau uraian tentang konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya, bagaimana strategi dakwah pada program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya, serta respon pendengar mengenai program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” yang dimiliki oleh radio SAS FM Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang timbul dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya?
2. Bagaimana strategi dakwah pada program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya?
3. Bagaimana respon pendengar mengenai program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka penelitian yang dilakukan ini dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya.

2. Untuk mengetahui strategi dakwah pada program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya.
3. Untuk mengetahui respon pendengar mengenai program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya.

E. Kegunaan Penelitian

1. Orientasi Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah keilmuan tentang Ilmu komunikasi terutama komunikasi yang dilakukan melalui media elektronik (radio) dan juga bisa menambah pengetahuan tentang proses pelaksanaan dakwah melalui media radio.
- b. Memadukan antara teori komunikasi dan religiuitas dalam pelaksanaan dakwah, mengembangkan serta membentuk pola komunikasi yang dilakukan oleh dai dalam penyampaian dakwahnya melalui radio.

2. Orientasi Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi para *Dai* dalam melakukan komunikasi melalui media radio dalam hal ini komunikasi yang dilakukan dalam bentuk dakwah.
- b. Menjadi pijakan bagi para *Dai*, mad'u dan masyarakat muslim pada umumnya dalam upaya pelaksanaan dakwah melalui media radio.

Secara umum penelitian ini bisa berguna bagi agama Islam khususnya dunia dakwah, seorang *Dai* yang melakukan aktivitas dakwah melalui media radio bisa benar-benar melakukannya dengan baik dan terkonsep sehingga

masyarakat dapat menerima dakwah yang dilakukan melalui media radio. Selain itu, manfaat hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembandingan bagi peneliti lain dalam pengkajian dakwah melalui media radio.

F. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pemahaman dan kesamaan persepsi tentang judul penelitian maka penulis akan memberikan Definisi Istilah terhadap judul penelitian.

1. Strategi Dakwah

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratetegeia* atau yang sering disebut *stratos* yang berarti militer, dan *ag* yang berarti memimpin. Berdasarkan pemaknaan ini, maka kata strategi pada awalnya bukan kosakata dari disiplin ilmu manajemen, namun lebih dekat dengan bidang kemiliteran.⁶ Strategi sendiri bisa diartikan dengan konsep atau upaya untuk mengerahkan potensi dan sumberdaya kedalam rangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.⁷

Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁸ Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak lepas dari strategi. Strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut strategis. Menurut Hisyam

⁶ Triton PB, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing* (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2008), 12.

⁷ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), 165.

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2009), 2.

Alie,⁹ untuk mencapai strategi yang strategis harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. *Strength* (Kekuatan), yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusia, dana, dan beberapa piranti yang dimilikinya.
- b. *Weakness* (Kelemahan), yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki kekuatan.
- c. *Opportunity* (Peluang), yakni seberapa besar peluang yang mungkin tersedia di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat diterobos.
- d. *Threats* (Ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.

Jadi 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.

Sedangkan dakwah adalah proses merealisasikan ajaran Islam dalam dataran kehidupan manusia dengan strategi, metodologi, dan sistem dengan mempertimbangkan dimensi religio-sosio-psikologis individu atau masyarakat agar target maksimalnya tercapai.¹⁰

⁹ Rafi'udin dan Maman Abdul Djaelani, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2004), 76.

¹⁰ Nur Syam, *Filsafat Dakwah Pemahaman Fisiologis tentang Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Jenggala Pustaka Utama: 2003), 2.

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

- a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
- b. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan utama dan tujuan khusus. Tujuan utama merupakan garis pokok yang menjadi arah semua kegiatan dakwah, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai dengan ajaran Islam. Tujuan khusus harus realistis, konkret, jelas, dan bisa diukur. Selain itu tujuan khusus juga berisi beberapa tahapan. Tujuan dakwah itulah yang dijadikan dasar penyusunan strategi dakwah dengan memperhatikan masing-masing tujuan khusus.

Dalam kegiatan komunikasi, mengartikan strategi sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang harus ditempuh, tetapi juga berisi taktik operasionalnya, serta harus didukung oleh teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman

yang sudah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi tersebut, segala sesuatunya harus memerhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lassell, yaitu *Who says What in Which Channel to Whom with What effect* (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).

Setiap strategi membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis paling tidak berisi analisis SWOT yaitu *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) yang dimiliki atau dihadapi organisasi dakwah.

Strategi dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang. Pola penyesuaian ini disebutkan oleh M. Natsir sebagai dakwah *bi al-hikmah* (dakwah dengan bijaksana) antara lain:¹¹

- a. Bijak dalam mengenal golongan.
- b. Bijak dalam memilih saat harus bicara dan saat harus diam.
- c. Bijak dalam mengadakan kontak pemikiran dan mencari titik pertemuan sebagai tempat bertolak untuk maju secara sistematis.
- d. Bijak tidak melepaskan *shibghah*.
- e. Bijak memilih dan menyusun kata yang tepat.
- f. Bijak dalam cara perpisahan.

¹¹ M. Natsir, *Fiqhud Dakwah* (Semarang: Ramadhani, 1984), 161-236.

- g. Bijak dengan arti keteladanan yang baik (uswah hasanah dan lisan al-hal).

2. Program Radio

Kata program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata siaran untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran radio atau televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya.

Program radio SAS FM adalah acara- acara yang disiarkan oleh radio SAS FM seperti: Kajian Fajar, Wadduha, Syair dan Syiar Pagi, Jeda Siang, Keluarga Sakinah, Ngaji Fiqih Kontemporer, Dialog Kesehatan, SAS Info Terkini, Tadabar, Curhat Bersama Bunda, Kajian Tafsir, Anatomi al-Qur’an, Indahnya Sholat, Kajian Senja, dan Dialog Malam. Program yang

akan dijadikan penelitian dalam penelitian ini adalah “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga”.

G. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian tentang strategi program pernah dibahas dalam sebuah tesis oleh Cera Ismiralda, seorang mahasiswi pascasarjana Universitas Indonesia, tahun 2003, penelitiannya berjudul Strategi Program Acara Radio (Suatu Studi Pada Radio Cosmopolitan FM).

Tujuan penelitian tesis Cera, adalah untuk mengetahui konsep awal terbentuknya radio Cosmopolitan, dan dari konsep tersebut dijabarkan dalam program pagi “Breakfast Club” serta respon pendengar mengenai program tersebut dilihat dari kesukaan sampai ketidak sukaan terhadap topik, narasumber, humor, dan musik.¹²

Terdapat perbedaan antara penelitian Cera dengan penelitian saya. Penelitian saya meneliti strategi dakwah program radio SAS FM. Media radio yang digunakan berbeda. Radio SAS FM adalah radio komersial dakwah yang lebih banyak menyiarkan program-program Islami. Sedangkan radio Cosmopolitan adalah radio yang berawal dari sebuah majalah yang kemudian dijadikan topic dalam siaran.

Kemudian dibahas pula oleh Mutia Rahmi, mahasiswi pascasarjana Universitas Diponegoro tahun 2013, bidang konsentrasi Ilmu Komunikasi, dengan judul tesisnya Interpretasi Khalayak Terhadap Program Acara “Islam

¹² Cera Ismiralda, Strategi Program Acara Radio (Suatu Studi Pada Radio Cosmopolitan FM), (Tesis--Universitas Indonesia, Jakarta, 2003), vi.

Itu Indah” di Trans TV. Dalam tesis ini, tujuan Mutia adalah ingin mengetahui interpretasi khalayak terhadap program acara “Islam Itu Indah” di Trans TV menurut beberapa anggota komunitas NU dan Muhammadiyah.

Dengan metode penelitian etnografi *audiens research*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan merupakan audien aktif dan selektif menentukan program acara yang ditonton. Informan tidak menggunakan televisi sebagai media hiburan namun lebih kepada manfaat yang diperoleh. Interpretasi informasi menunjukkan bahwa tafsir komunikasi yang diyakini ustad Maulana condong pada tafsir komunitas NU.¹³

Memiliki persamaan, sama-sama meneliti sebuah program, namun juga terdapat perbedanan antara penelitian Mutia dengan penelitian yang saya lakukan. Penelitian Mutia menggunakan media televisi sebagai media dakwah, sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan media radio

Ada pula penelitian tentang Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah di Jakarta atas Realitas Problem Keluarga) oleh Armawati Arbi, mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2011.

Tujuan penelitiannya, adalah untuk memahami konstruksi radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga, dan untuk mengungkapkan format program dalam mengkonstruksi realitas program keluarga. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dan teori konstruksi sosial atas realitas sosial yang ada. Hasil yang dicapai dari penelitian ini adalah konstruksi radio atas realitas sosial problem keluarga berbeda dengan

¹³ Mutia Rahmi, Interpretasi Khalayak Terhadap Pogram Acara “Islam Itu Indah” di Trans TV (Tesis--Universitas Diponogoro, Semarang, 2013), vi.

kepentingan industry radio. Konstruksi sosial atas realitas media massa radio melahirkan dua jenis produksi siaran, tiga tipe program dan lima tipe format bahwa penonjolan unsur-unsur komunikasi dakwahnya berbeda.¹⁴

Selanjutnya penelitian Wiratri Anindhita, mahasiswi Universitas Gadjah Mada tahun 2011, konsentrasi Psikologi yang meneliti tentang Efektivitas Program Siaran Konseling di Radio Trijaya Bagi Masyarakat Kota Yogyakarta.

Program siaran konseling di radio Trijaya Yogyakarta merupakan program yang bertujuan untuk membantu masyarakat memecahkan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan bidang Psikologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur efektivitas program siaran konseling di radio Trijaya dikalangan pendengar aktif dan pendengar pasif di kota Yogyakarta, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program siaran konseling efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pendengar aktif maupun pasif untuk menghadapi dan memecahkan masalah kehidupan dikalangan masyarakat. Pendengar aktif menilai bahwa program ini lebih efektif dibanding pendengar pasif. Efektivitas program dapat ditingkatkan dengan memperbaiki kualitas materi siaran dan kualitas penyiar.¹⁵

¹⁴ Armawati Arbi, *Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah Di Jakarta Atas Realitas Problem Keluarga (Disertasi--UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2011), vi.*

¹⁵ Wiratri Anindhita, *Efektivitas Program Siaran Konseling Di Radio Trijaya Bagi Masyarakat Kota Yogyakarta (Tesis--UGM, Yogyakarta, 2011), vi.*

Berikut adalah meta analisis yang menggambarkan persamaan serta perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah ada sebelumnya :

Tabel 1.1
Meta Analisis

| N O | Nama | Judul & Tahun | Tujuan Penelitian | Metode | Hasil | Perbedaan |
|--------|-------------------|---|--|---------------------------------------|---|--|
| 1 | Cera Ismiralda | Tesis, Strategi Program Acara Radio (suatu studi pada radio Cosmopolitan FM, 2003 | Untuk mengetahui konsep awal terbentuknya radio Cosmopolitan, dan dari konsep tersebut dijabarkan dalam program pagi Breakfast Club, serta respon pendengar mengenai program tersebut dilihat dari kesukaan sampai ketidak sukaan terhadap topik, narasumber, humor, musik dan sound effect | Kualitatif, bersifat deskriptif | Radio Cosmopolitan dibuat dengan konsep awal on air magazine. Namun karena perbedaan karakter kedua media tersebut, maka terdapat perbedaan usia pendengar radio dan pembaca majalah. Salah satu turunan dari konsep radio yang dibuat tercermin dari konsep program acara Breackfast Club. Responden menyukai topik karir dan sex. Penggunaan public figure dapat membuat responden memiliki ikatan emosional dengan penyiarnya dibanding dengan stasiun radio | Meskipun merupakan sama penelitian tentang strategi program radio, perbedaan penelitian Cera dengan penelitian saya adalah radio dan program di sini tidak berhubungan dengan dakwah Islam. Radio yang saya pilih radio SAS Fm yang memiliki visi misi dakwah. |

| | | | | | | |
|---|------------------|--|--|---|---|---|
| 2 | Mutia Rahmi | Tesis, Interpretasi Khalayak terhadap Program Acara Islam Itu Indah di Trans TV, 2013 | Untuk mengetahui interpretasi khalayak terhadap program acara Islam itu Indah di Trans TV menurut beberapa anggota komunitas NU & Muhammadiyah | Etnografi audiens research | Interpretasi informasi terhadap acara Islam itu Indah dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan agama. Interpretasi informasi menunjukkan bahwa tafsir komunikasi yang diyakini Ustad Maulana condong pada tafsir komunitas NU | Penelitian yang dilakukan Mutia menggunakan media televisi. Sedangkan saya menggunakan media radio. Mutia memilih komunitas NU & Muhammadiyah sebagai subyek penelitian. Sedangkan saya pendengar radio. |
| 3 | Armawati Arbi | Disertasi, Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah di Jakarta atas Realitas Problem Keluarga, 2011 | Untuk memahami konstruksi radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga, dan untuk mengungkapkan format program dalam mengkonstruksi realitas program keluarga | Kualitatif, deskriptif, paradikma konstruktivis me, dan teori konstruksi social atas realitas social yang ada | Konstruksi radio atas realitas sosial problem keluarga berbeda dengan kepentingan industry radio. Konstruksi sosial atas realitas media massa radio melahirkan dua jenis produksi siaran, tiga tipe program dan lima tipe format bahwa penonjolan unsur-unsur komunikasi dakwahnya berbeda | Penelitian yang dilakukan Armawati tentang konstruksi radio dangdut di Jakarta. Sedangkan penelitian saya meneliti tentang strategi dakwah program radio SAS FM Surabaya. Disertasi Armawati menggunakan teori konstruksi sosial, sedangkan saya menggunakan teori strategi programming. |

| | | | | | | |
|---|----------------------|---|---|------------|--|---|
| 4 | Wiratri Anindhita | Tesis, Efektivitas Program Siaran Konseling di Radio Trijaya bagi Masyarakat Kota Yogyakarta, 2011 | Untuk mengetahui dan mengukur efektivitas program siaran Konseling di radio Trijaya di kalangan pendengar aktif dan pendengar pasif di kota Yogyakarta, dan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program tersebut | Mix method | Program siaran Konseling efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pendengar aktif maupun pasif untuk menghadapi dan memecahkan masalah kehidupan di kalangan masyarakat | Program dan radio yang diteliti Wiratri bukan Islami. Program yang dipilih Wiratri adalah program Konseling. Program yang saya teliti adalah program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” yang merupakan program unggulan radio SAS FM. |
|---|----------------------|---|---|------------|--|---|

H. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih memudahkan pembahasan dalam menyusun tesis ini, maka laporan penelitian yang digunakan oleh penulis dibagi menjadi lima bab, dimana sistematika masing-masing bab sesuai dengan urutan-urutan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi dan batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Kepustakaan, akan membahas lebih dalam tentang strategi dakwah melalui radio, manajemen siaran radio, dan kerangka teoretik.

Bab III Metode Penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian yang dipakai, subyek dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

Bab IV Penyajian dan Analisis Data, pada bab ini peneliti akan menjelaskan tentang deskripsi obyek penelitian, penyajian data, analisis data serta pembahasan tentang konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya, strategi dakwah pada pogram “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya, serta respon pendengar mengenai program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya, serta pembahasan dengan teori.

Bab V Penutup, bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan tesis yang memuat kesimpulan dan saran.