

## BAB II

### KERANGKA TEORETIK

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Dakwah

###### a. Pengertian Dakwah

Secara Etimologi kata dakwah sebagai bentuk masdar dari kata (*fiil madzi*) dan  $\text{دَعَا}$  (*fiil mudhari*) yang artinya adalah memanggil ( *to call*), mengundang (*to in vite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*).<sup>12</sup>

Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah *Subhaanahu wa ta'ala* sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak islam. Kata dakwah merupakan *masdar* (kata benda) dari kata kerja *da'a yad'u* yang berarti panggilan, seruan atau ajakan.<sup>13</sup>

Dakwah dalam pengertian *syara'* (istilah), telah dikemukakan oleh beberapa pakar keilmuan, di antaranya:

- 1) Syaikh Muhammad Ash-Shawwaf mengatakan, “Dakwah adalah risalah langit yang diturunkan ke bumi, berupa hidayah Sang Khaliq kepada makhluk, yakni *din* dan jalan-Nya yang

---

<sup>12</sup> Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), hal. 1.

<sup>13</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Dakwah>, diakses 14 Juni 2009.

lurus yang sengaja dipilih-Nya dan dijadikan sebagai jalan satu-satunya untuk bisa selamat kembali kepada-Nya.”

- 2) Dr. Yusuf Al-Qaradhawi menyimpulkan bahwa, “Dakwah adalah ajakan kepada agama Allah, mengikuti petunjuk-Nya, mencari keputusan hukum (*tahkim*) kepada metode-Nya di bumi, mengesakan-Nya dalam beribadah, meminta pertolongan dan ketaatan, melepaskan diri dari semua *Thaghut* yang ditaati selain Allah, membenarkan apa yang dibenarkan Allah, memandang bathil apa yang dipandang bathil oleh Allah, *amar ma'ruf nahi munkar* dan jihad di jalan Allah. Secara ringkas, ia adalah ajakan murni paripurna kepada Islam, tidak tercemar dan tidak pula terbagi.
- 3) Dr. Muhammad Sayyid Al-Wakil mendefinisikan, “Dakwah ialah mengajak dan mengumpulkan manusia untuk kebaikan serta membimbing mereka kepada petunjuk dengan cara *ber-amar makruf nahi munkar*.”
- 4) Menurut Drs. H. M. Masyhur Amin, dakwah adalah suatu aktivitas yang mendorong manusia memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana, dengan materi ajaran Islam, agar mereka mendapatkan kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan nanti (akhirat).
- 5) Jamaluddin Kafie berpendapat, “Dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, segolongan umat Islam

sebagai aktualisasi *imaniah* yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, dan do'a, yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem, dan tehnik tertentu, agar mampu menyentuh *qalbu* dan fitrah seseorang, keluarga, kelompok, massa, dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.”

- 6) Sementara itu, Prof. Dr. M. Quraish Shihab mengatakan, “Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.”

Beberapa definisi dakwah tersebut, kesemuanya bertemu pada satu titik. Yakni, dakwah merupakan sebuah upaya dan kegiatan baik dalam wujud ucapan maupun perbuatan, yang mengandung ajakan atau seruan kepada orang lain untuk mengetahui, menghayati, dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, untuk meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>14</sup>

Di samping itu, dakwah juga merupakan usaha menggerakkan pikiran dan perbuatan manusia untuk mengembangkan fungsi kerisalahan di samping kerahmatan. Fungsi kerisalahan berupa tugas menyampaikan Din al-Islam kepada manusia, sedangkan

---

<sup>14</sup> Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'I* (Jakarta: Amzah, 2008), hal. 19-22.

fungsi kerahmatan adalah upaya menjadikan Islam sebagai rahmat bagi alam semesta.<sup>15</sup>

b. Tujuan Dakwah

Pada dasarnya, setiap perbuatan pasti didasari dengan adanya sebuah motivasi ataupun tujuan tertentu. Tanpa adanya tujuan, maka suatu aktivitas yang dikerjakan akan menjadi hampa tidak bermakna. Misalkan saja, ketika kita meminum segelas air putih. Jika ketika kita meminum air tersebut motivasinya hanya untuk menghilangkan dahaga, maka hal itu tak seberapa terasa. Namun, bila hal itu kita lakukan untuk mengikuti ajaran Rasulullah SAW. misalnya, segelas air putih itu kita minum dengan tujuan untuk menyegerakan berbuka puasa, maka *subhanallah*, akan terasa nikmat yang tiada tara.

Mengetahui tujuan dakwah adalah penting dan mempunyai dampak positif, yaitu mendorong kepada para dai untuk lebih berperan aktif dan semangat dalam memperkaya materi dakwah. Di samping itu, ia mempunyai pilihan alternatif cara atau strategi apa yang akan dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwahnya itu kepada masyarakat luas.

Adapun tujuan diadakannya dakwah tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh para juru

---

<sup>15</sup> Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*....., hal. 11.

dakwah. Juga untuk mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama, atau menyadarkan manusia tentang perlunya bertauhid dan mau mengamalkan ajaran Islam, serta berperilaku baik (memiliki *akhlaqul karimah*). Inilah kiranya yang hendak dicapai dalam dakwah Islamiyah.

Tugas dakwah adalah untuk menawarkan sebuah solusi guna meringankan beban umat manusia, dengan jalan memberikan pemecahan permasalahan yang terus berkembang atau memberikan jawaban atas berbagai persoalan yang dihadapi oleh umat.

Secara umum, dakwah bertujuan untuk memanggil manusia kembali pada syariat atau hukum-hukum agama, supaya dapat mengatur dirinya sesuai dengan ketentuan agama. Disini, agama bukan sekadar satu sistem kepercayaan saja, tetapi didalamnya terdapat multisistem untuk mengatur kehidupan manusia, baik dalam garis vertikal dengan Allah maupun yang berupa garis horizontal dengan manusia dan lingkungannya. Terhadap tujuan ini, penyampaian dakwah lebih dititik beratkan pada upaya memberikan gambaran sejelas mungkin tentang bagaimana konsep Islam mengatur kehidupan manusia. Bahkan dari hal-hal kecil seperti buang hajat, keluar rumah bahkan bercermin sekalipun, diatur sedemikian rupa dengan rangkaian doa serta adab-adabnya. Sehingga hal-hal yang tampak sepele dalam pandangan manusia tersebut, justru akan bernilai ibadah di sisi Allah.

Dakwah juga bertujuan untuk mempertegas fungsi hidup manusia di muka bumi ini, yang tidak lain adalah untuk mengabdikan dan menyembah Allah semata, sebagaimana tertulis dalam al-Quran:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

*Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku. (Qs. Adz-Dzariyat: 56)*<sup>16</sup>

Menyembah Allah berarti memusatkan penyembahan kepada Allah semata, dengan menjalani dan mengatur segala segi dan aspek kehidupan di dunia ini. Lahir dan batin, sesuai dengan kehendak Illahi; baik sebagai orang perseorangan dalam hubungan dengan Sang Khaliq, ataupun sebagai anggota masyarakat dalam hubungannya dengan sesama manusia. Dengan kata lain, semua kegiatan seorang hamba, baik yang berupa ibadah terhadap Illahi ataupun yang berupa *mu'amalah* (amal perbuatan terhadap sesama manusia), semuanya itu dilakukan dalam rangka persembahannya kepada Allah, dan semata-mata demi mengharap keridhaan dari-Nya. Menyembah Allah, bukan berarti meninggalkan kehidupan duniawi, justru martabat manusia di dunia ini adalah sebagai *khalifah fil ardh*, yakni wakil Allah di muka bumi. Meskipun demikian, kehidupan duniawi bukanlah tujuan, melainkan hanya

---

<sup>16</sup> Depatemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2008, hal. 756 .

sebagai alat. Tujuan hakiki adalah keridhaan Illahi. Hanya ridha Illahi yang memungkinkan tercapainya “hidup yang sebenar hidup” yang lebih tinggi mutunya dari hidup duniawi; hidup “immaterial” sebagai kelanjutan dari hidup “materiil” ini; hidup ukhrawi yang puncak kebahagiaanya terletak dalam “perjumpaan” dengan *Ar-Rafiqul a’la*. Inilah arti dari menyembah Allah sebagai tujuan hidup.<sup>17</sup>

Allah memberikan manusia kesempatan hidup di dunia, hidup di dunia bisa kita jadikan ladang untuk mencari amal dan mengharap keridhaan dari Allah. Hidup untuk bekal di akhirat kelak.

Salah satu faktor yang terpenting untuk tercapainya tujuan dakwah adalah keteladanan (*qudwah hasanah*) dari pribadi seorang dai (orang yang menyampaikan pesan dakwah). Artinya, para dai sebagai pelaku dakwah harus mampu memberikan contoh atau keteladanan yang baik, agar dapat diikuti oleh objek dakwah (*mad’u*). Dalam posisi ini para dai tidak hanya dituntut memiliki kemampuan yang handal dalam menyampaikan pesan dakwah, melainkan juga memiliki kemampuan untuk mengamalkan nilai-nilai pesan dakwah tersebut bagi diri dan juga keluarganya.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da’I.....*, hal.58-61.

<sup>18</sup> Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da’I.....*, hal 62.

Selain itu tujuan dakwah ialah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah. Nabi Muhammad SAW. mencontohkan dakwah kepada umatnya dengan berbagai cara melalui lisan, tulisan dan perbuatan. Dimulai dari istrinya, keluarganya, dan teman-teman karibnya hingga raja-raja yang berkuasa pada saat itu. Diantara raja-raja yang mendapat surat atau *risalah* Nabi SAW adalah kaisar Heraklius dari Byzantium, Mukaukis dari Mesir, Kisra dari Persia (Iran) dan raja Najasyi dari Habasyah (Ethiopia).<sup>19</sup>

c. Unsur-unsur Dakwah

1) Dai

Kata dai adalah bentuk *fa'il* dari lafal *da'* yang berarti orang yang berdakwah. Berhasil tidaknya suatu dakwah Islam, sangat bergantung pada pribadi sang pembawa dakwah (dai) itu sendiri. Oleh sebab itu, seorang dai yang berkepribadian menarik, sedikit banyak akan mendukung keberhasilan dakwah yang disampaikannya.<sup>20</sup>

Sedangkan menurut Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan,

<sup>19</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Dakwah>, diakses 14 Juni 2009.

<sup>20</sup> Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'I.....*, hal 134-135.

tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan, baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.<sup>21</sup>

## 2) Mad'u

*Mad'u* yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.<sup>22</sup>

## 3) Maddah

Tema sentral dakwah adalah dinul Islam.<sup>23</sup> Firman Allah:

وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ

الْخٰسِرِيْنَ ﴿٨٥﴾

*Barangsiapa mencari agama selain agama Islam, Maka sekali-kali tidaklah akan diterima (agama itu) daripadanya, dan Dia di akhirat termasuk orang-orang yang rugi. (Qs: Ali Imran: 85)*<sup>24</sup>

*Maddah* dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan dai kepada *mad'u*. dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.<sup>25</sup>

<sup>21</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kecana, 2006), hal. 21-22.

<sup>22</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*....., hal. 23.

<sup>23</sup> Said Bin Ali Al Qahthani, *Da'wah Islam Da'wah Bijak* (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), hal. 94.

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2008, hal 76..

<sup>25</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*....., hal. 24.

#### 4) Thariqah (Metode) Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.<sup>26</sup>

#### 5) Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah* (media).

Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

(a) Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

(b) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk dan sebagainya.

---

<sup>26</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*....., hal. 33.

- (c) Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- (d) Audiovisual adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan atau kedua-duanya, seperti televisi, film *slide*, OHP, internet, dan sebagainya.
- (e) Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan agama Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u*.<sup>27</sup>

Jadi media dakwah adalah alat atau sesuatu apapun yang digunakan oleh dai guna mencapai tujuan dakwah.

## 2. Penggunaan Media Penyiaran dalam Komunikasi Dakwah

Di era reformasi seperti saat ini, berdakwah dengan menggunakan media massa adalah hal yang lumrah dilakukan. Bahkan dengan adanya media massa, akan semakin memudahkan bagi dai untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Berdakwah akan lebih efektif bila seorang dai bisa memanfaatkan kesempatan sebaik mungkin, yaitu dengan media massa yang didalamnya termasuk media penyiaran juga. Dengan adanya media penyiaran seperti televisi dan radio, para dai bisa menentukan sasaran atau khalayak yang akan dituju dan dengan orientasi yang berskala besar bila dibandingkan tidak menggunakan media penyiaran. Namun dengan menggunakan media penyiaran,

---

<sup>27</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* ....., hal. 32.

seorang dai dituntut untuk secerdas dan semenarik mungkin dalam menyampaikan (mengkomunikasikan) pesan dakwahnya.

a. Radio dalam Komunikasi Dakwah

1) Pengertian Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).<sup>28</sup>

Sedangkan menurut Didin S., radio adalah sebuah benda atau pesawat yang bisa menerima pancaran gelombang elektromagnetik sehingga mengeluarkan suara, bisa dipegang dan dapat dibawa kemana-mana. Pesawat radio diproduksi oleh sebuah perusahaan/ industri yang merakit komponen elektronika sehingga menghasilkan benda yang disebut pesawat radio. Bentuknya kecil, unik tetapi bisa mengeluarkan suara atau bunyi. Dari benda ini orang bisa mendengarkan musik, informasi, atau merenung. Tak heran bila kemudian sering disebut “kotak ajaib”.<sup>29</sup>

Menurut Masduki, radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau

---

<sup>28</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Radio>, diakses 14 Juni 2009

<sup>29</sup> Didin S., *Diktat Radio Siaran*, 2005, hal. 8.

didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.<sup>30</sup>

Jadi radio adalah sebuah benda yang mengeluarkan suara atau bunyi yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik di udara, yang didalamnya terdapat acara-acara yang menarik yang bisa menimbulkan imajinasi.

## 2) Jenis-jenis Radio

Undang-Undang Penyiaran di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Keempat jenis stasiun penyiaran ini berlaku baik untuk stasiun penyiaran televisi maupun radio. Keempat jenis stasiun penyiaran itu adalah:

### a) Stasiun Radio Swasta

Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Bersifat komersial berarti stasiun swasta didirikan dengan tujuan mengejar

---

<sup>30</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 9.

keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha sah lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

b) Stasiun Berlangganan

Perkembangan televisi berlangganan dimulai dari tahun 1948 dari sebuah kota kecil di Mahony City, Pennsylvania, AS. Pemilik sebuah toko yang menjual pesawat televisi di kota itu mengalami kesulitan dalam menjual pesawat televisinya. Hal ini disebabkan pesawat televisi yang berada di Mahony City tidak dapat menerima sinyal televisi yang dipancarkan dari kota tetangganya Philadelphia karena terhambat oleh perbukitan yang berada di dekat kota itu.

c) Stasiun Penyiaran Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas harus berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Komunitas adalah sekumpulan orang yang bertempat tinggal atau berdomisili dan berinteraksi di wilayah tertentu. Dengan kata lain, stasiun ini didirikan tidak untuk mencari keuntungan atau tidak menjadi bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata.

#### d) Stasiun Publik

Stasiun penyiaran publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Stasiun penyiaran publik terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun pusat penyiarannya berada di ibu kota negara. Di daerah provinsi, kabupaten atau kota dapat didirikan stasiun penyiaran publik lokal.<sup>31</sup>

#### 3) Karakteristik Radio

Pemahaman terhadap karakteristik media radio merupakan pengetahuan awal bagi praktisi penyiaran radio yang sangat diperlukan untuk mendukung kemampuan menyampaikan pesan-pesan kepada pendengar, sesuai dengan kaidah-kaidah siaran di media tersebut. Radio memiliki karakteristik yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia, karena memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan komunikasi massa. Karakteristik radio memberikan manfaat yang unik, baik ditinjau dari sisi kelebihan maupun kekurangannya. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan radio, penyiar dapat merencanakan konsep implementasi untuk menghasilkan produksi siaran yang lebih efektif dan efisien.

---

<sup>31</sup>Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 80-97.

Book, D. Cary, Tannenbaum dalam bukunya *The Radio & Television Commercial* menulis beberapa karakteristik radio sebagai berikut:

a) Radio terdapat dimana-mana

Hasil penelitian menyebutkan bahwa dari sekitar setengah miliar pesawat radio yang ada, 73% diantaranya berada di rumah, toko-toko, tempat potong rambut, dan di kantor-kantor dan sekitar 100 jutaan berada di mobil dan truk. Sedangkan radio *portable* yang berjumlah jutaan berada dimana-mana, bahkan dalam kegiatan olahraga yang sedang disiarkan secara langsung.

b) Radio bersifat memilih

Geografi, demografi, dan keragaman program stasiun radio membantu pengiklan dalam menetapkan target pendengar. Fleksibilitas semacam itu berarti bahwa spot iklan dapat disiarkan pada jaringan regional atau nasional dan dapat diudarakan setiap jam di siang atau malam hari. Dari berbagai stasiun radio yang ada dengan format yang berbeda, para pengiklan bisa memilih stasiun yang diinginkan, baik AM (Amplitudo Modulation) maupun FM (Frekuensi Modulation).

c) Radio bersifat ekonomis

Dalam satu minggu radio dapat mencapai 9 dari 10 pendengar yang berusia 12 tahun ke atas. Mereka yang berusia 18 tahun ke atas mendengarkan radio selama hampir 3,5 jam sehari. Seorang pengiklan biasanya mempercayakan kombinasi yang efektif atas jangkauan dan frekuensi dengan biaya yang relatif rendah per ribuan pendengar. Pemikiran ekonomi yang lain, karena iklan radio relatif tidak mahal.

d) Radio cepat dalam menyampaikan informasi

Jika timbul kebutuhan, maka pengiklan dapat mengiklankan produk yang langsung diudarkan dalam hitungan jam. Spot yang menggunakan efek suara, musik atau *jingle*, dan beberapa suara dapat diulangi lagi, direkam, dicampur, di-*dubbing*, kemudian diudarkan dalam hitungan hari. Hal ini sangat menguntungkan pengiklan jika memerlukan media radio sebagai media promosi dalam keadaan-keadaan darurat.

e) Radio bersifat partisipatif

Rasa persahabatan dan kesetiaan pada sebuah stasiun radio tertentu membuat para pendengar mengembangkan sebuah rasa keterlibatan. Radio membutuhkan imajinasi berupa “cerita-cerita” komersial yang tidak terbatas pada tempat dan waktu. Efek-efek suara dan musik secara

seketika menciptakan sebuah adegan. Deskripsi dan dialog dapat menarik sesuai selera, jika karakter-karakter dapat dimainkan dengan baik dan sederhana. Pendengar menggunakan imajinasi untuk mengisi “warna” siaran radio. Beberapa (atau seluruh) karakteristik radio ini dapat digunakan dan dapat dimanfaatkan oleh para pengiklan yang kreatif dan biro iklan untuk mempersiapkan dan menyiarkan iklan-iklan yang komersial.<sup>32</sup>

Menurut Onong Uchjana Effendy efektivitas siaran di radio ditunjang oleh beberapa faktor, yakni:

a) Daya langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Semasa Perang Dunia II propaganda banyak dilakukan dengan memakai pamflet baik oleh Jerman kepada negara-negara sekitarnya yang akan diduduki maupun oleh pihak sekutu. Tapi tidak demikian halnya bila di radio. Setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis diatas kertas, kemudian tinggal dibacakan didepan corong radio, sebanyak yang diinginkan. Dan pelaksanaanya berlangsung dengan mudah dan cepat. Daya langsung dari radio tersebut dapat pula dirasakan

---

<sup>32</sup> Harley Prayudha, *Radio Penyiar It's Not Just a Talk* (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), hal. 13-15.

kemanfaatannya oleh bangsa Indonesia, baik semasa revolusi sedang berkecamuk maupun setelah merdeka sampai sekarang.

f) Daya tembus

Daya tembus radio siaran dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun bagi radio siaran tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, dengan radio siaran dapat dicapai.

g) Daya tarik

Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat 3 unsur yang ada padanya yakni:

- (1) Musik
- (2) Kata-kata
- (3) Efek suara (sound effects)<sup>33</sup>

Pesawat radio yang kecil dan harganya relatif murah itu dapat memberikan hiburan, penerangan, dan pendidikan. Sedang untuk menikmatinya hanya dengan menggunakan indera telinganya, si pemilik radio dapat melakukannya sambil duduk-duduk, sambil makan, sambil minum, sambil tidur-tiduran atau sambil bekerja.

---

<sup>33</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori & Praktek* (Bandung: Mandar Maju, 1990), hal. 74-77.

Sedangkan dalam buku *Effective Radio Advertising*, Weinberger, Campbell, dan Brody menyebutkan kekuatan radio sebagai berikut:

a) Jangkauan

Radio merupakan media yang digunakan orang dimana-mana. Radio menjangkau pendengar dimana saja.

b) Kemampuan untuk menjangkau sasaran tembakan.

Radio bisa ditujukan kepada kelompok orang berdasarkan demografi, tempat tinggal, minat khusus, bahkan menurut sifat psikologis mereka. Pemilihan target dicapai dengan menempatkan iklan-iklan dalam beberapa format radio yang berbeda pada waktu-waktu yang berbeda pula, atau dengan mengonsentrasikan pada negara bagian yang berbeda.

c) Hemat biaya

Radio sering kali menjadi media yang paling efektif dalam hal biaya, terutama untuk sebuah pengiklan atau agensi. Jika dibandingkan menurut biaya per basis (cpm), maka secara konsisten radio berada diantara media-media yang paling efisien.

d) Frekuensi

Radio juga disebut sebagai “*media frekuensi*” karena bisa mencapai frekuensi yang sangat tinggi dalam waktu yang sangat singkat.

e) Daya cipta atau kreatifitas

Radio memungkinkan pengiklan untuk menetapkan jumlah gambaran mental yang tidak terbatas. Beberapa ahli media menyatakan bahwa “keajaiban” radio memungkinkan pendengar untuk menggunakan imajinasi mereka, karena radio mampu merangsang “suatu teater pikiran”. Radio memiliki kemampuan untuk merangsang perkembangan visual yang hebat dan membiarkan pendengar menggunakan imajinasi mereka untuk membentuk gambaran mental sendiri.<sup>34</sup>

4) Radio Sebagai Media Dakwah

Dakwah adalah suatu proses yang kompleks dan unik. Kompleks artinya didalam proses dakwah mengikut sertakan keseluruhan aspek kepribadian, baik bersifat jasmani maupun rohani. Sedangkan unik artinya didalam proses dakwah sebagai obyek dakwahnya terdiri dari berbagai macam perbedaan, seperti berbeda dalam kemampuan, kehendak, sifat, kebudayaan, idiologi, filsafat dan sebagainya. Bagi seorang dai

---

<sup>34</sup> Harley Prayudha, *Radio Penyiar It's Not Just a Talk.....*, hal. 15-17.

sudah barang tentu memiliki tujuan yang ingin dicapainya, dan seorang dai haruslah efektif dan efisien dalam mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat, salah satu komponennya adalah media dakwah.<sup>35</sup>

Penggunaan radio sebagai salah satu media dakwah merupakan pilihan yang tepat. Pesawat radio yang kecil, harganya murah, dan bisa didengarkan kapanpun, dimanapun, serta bisa dijangkau meski pada tempat yang terpencil menjadi alasan kenapa radio diminati oleh banyak orang. Dengan menggunakan radio sebagai media dakwah, dai bisa lebih cepat dan lebih efisien dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada *mad'unya* secara serentak dan dengan jangkauan yang luas.

#### 5) Kelebihan dan Kekurangan Radio Sebagai Media Dakwah

Dakwah melalui radio tidak selamanya berjalan lancar, banyak kendala salah satunya adalah melalui media radio itu sendiri. Media radio memiliki kelebihan dan kekurangan.

Radio sebagai media dakwah memiliki beberapa keutamaan antara lain:

- a) Program radio dipersiapkan oleh seorang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar berbobot (bermutu).
- b) Radio merupakan bagian dari budaya masyarakat.

---

<sup>35</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ihlas, 1983), hal. 164-165.

- c) Harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki alat itu.
- d) Mudah dijangkau oleh masyarakat. Artinya audien/pendengar cukup di rumah.
- e) Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan, informasi secara cepat dan akurat.
- f) Pesawat radio mudah dibawa kemana-mana.<sup>36</sup>

Keterbatasan atau kelemahan media radio sebagai media dakwah antara lain:

- a) Siaran hanya sekali didengar (tidak dapat diulang).
  - b) Terikat oleh pusat pemancarnya dan waktu siaran. Artinya siaran radio tidak setiap saat dapat didengar menurut kehendaknya (obyek dakwah).
  - c) Terlalu peka akan gangguan sekitar, baik bersifat alami maupun teknis.<sup>37</sup>
- 6) Radio sebagai sarana laboratorium

Kehadiran sebuah laboratorium radio sangat dibutuhkan untuk menunjang kemampuan seseorang yang mengambil kerja di dunia teknologi informasi, terlebih lagi bagi seorang mahasiswa. Laboratorium radio merupakan tempat untuk berlatih dan mengembangkan kemampuan dalam bidang informasi. Mulai dari bidang kepenyiaran, music director,

---

<sup>36</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*,.....hal. 176-177.

<sup>37</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*,.....hal. 177.

program director, teknis operasional siaran, dan terlebih lagi menjadi seorang penyiar yang profesional. Laboratorium radio juga membantu mahasiswa bukan hanya mengembangkan keterampilan mereka, tetapi juga sebagai tempat belajar dan mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat dari pendidik.

### 3. Eksistensi

Dari sudut etimologi eksistensi berasal dari kata *eks* yang berarti diluar dan *sistensi* yang berarti berdiri atau menempatkan, jadi secara luas eksistensi dapat diartikan sebagai berdiri sendiri sebagai dirinya sekaligus keluar dari dirinya.<sup>38</sup>

Menurut Quthb al-Din al-Syirazi (murid Nashir al-Din al-thusi, pengikut Ibnu Sina terkemuka pada masanya, dan menulis komentar yang terbaik mengenai *Filsafat Iluminasi* karya Suhrawardi) menyatakan bahwa konsep eksistensi itu bersifat terbukti dengan sendirinya dan tak terdefinisikan karena tidak ada yang diketahui dengan lebih baik melalui sesuatu yang dapat didefinisikan. Pada tingkat yang murni konseptual, konsep eksistensi dapat dipakai menurut berbagai cara: eksistensi dapat dikatakan ada didalam pikiran, dengan cara yang berbeda ia dapat dikatakan lebih atau kurang umum daripada “sesuatu” atau sinonim dengannya. Eksistensi sesuatu yang konkret berarti sesuatu itu memang konkret adanya. Jadi, eksistensi

---

<sup>38</sup> <http://staff.blog.ui.ac.id/arif51/2008/07/01/eksistensialisme>, diakses 30 Juni 2009.

disitu bukanlah hal yang menyebabkan sesuatu itu menjadi konkret.<sup>39</sup> Jadi eksistensi itu bermula dari sesuatu yang tidak ada menjadi ada, dari ketidak konkretan menjadi konkret.

## B. Kajian Teoretik

Barangkali, unsur penelitian yang paling besar perannya dalam penelitian adalah teori karena dengan unsur ilmu inilah peneliti mencoba menerangkan fenomena sosial atau fenomena alami yang menjadi pusat perhatiannya. Teori adalah serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi, dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antara konsep.<sup>40</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Technological determinism Theory*.

Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962. Cukup lama memang, namun masih bisa direnungkan aplikasinya di dunia yang semakin canggih dewasa ini. Dahulu kala, komputer belum semaju sekarang, internet pun belum dikenal, namun sekarang jauh diluar model teori ini. Teori ini menegaskan bahwa teknologi media membentuk manusia sebagai individu dalam masyarakat dalam hal bagaimana seharusnya berpikir, merasa, dan bertindak berkaitan dengan fungsi-fungsi teknologi media.

---

<sup>39</sup> John Walbridge, *Mistisme Filsafat Islam Sains & Kearifan Iluminatif Quthb al-Din al-Syirazi*. Terjemahan oleh Hadi Purwanto (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008), hal. 108.

<sup>40</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi* (Jakarta: LP3ES, 1989), hal. 37.

Seseorang belajar, mendapatkan informasi, hiburan, atau berita lain dari media teknologi seperti radio, film, surat kabar, televisi, atau bahkan internet. Dengan hanya mendengarkan radio siaran, seseorang bisa berpikir, merasa, atau mengembangkan imajinasi sesuai atau setidaknya terilhami oleh informasi yang disampaikan oleh radio tersebut. Demikian pula seseorang belajar, merasa atau bertindak atas dasar informasi yang diperolehnya dari surat kabar, televisi, atau internet. Pesan-pesan yang disampaikan oleh media teknologi tadi, sekarang sudah tak terbatas jumlahnya, baik yang dianggap “sampah” sampai kepada informasi yang benar-benar dibutuhkan. Sebenarnya, sebagai pustakawan atau peminat bidang ilmu informasi dan perpustakaan, tidak selayaknya kita mengatakan informasi sebagai sampah. Kita harus meyakini bahwa informasi, sekecil apapun dan mungkin sejelek apapun maknanya, tentu ada yang membutuhkan. Dari beragam informasi yang serba memungkinkan untuk kita buang atau kita manfaatkan tadi, maka muncullah berbagai teori tentang penggunaannya.<sup>41</sup>

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk melengkapi referensi dan pengembangan penelitian ini, peneliti mempelajari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang lain yang

---

<sup>41</sup> Brian, *Technological Determinism Theory*, 2009, (<http://komunitasmahasiswa.info/2009/02/technological-determinism-theory/>.html, diakses 29 mei 2009).

berkaitan dengan fokus penelitian ini, sebagai bahan pembanding dan pertimbangan dalam penelitian ini.

Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Skripsi dengan judul "*Eksistensi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya Dalam Mempersiapkan Calon Da'I* ", oleh Uswatun Hasanah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2002. Dalam skripsi ini masalah yang diteliti adalah bagaimana upaya Fakultas Dakwah yang notabene sebagai lembaga pendidikan dalam mempersiapkan calon dai. Dalam menjawab permasalahan tersebut penelitian ini menggunakan analisis studi kasus yang bersifat kualitatif dalam menganalisis segala upaya yang sedang, telah dan akan dilakukan Fakultas Dakwah dalam rangka mempersiapkan sarjana dakwah yang profesional di bidang dakwah (dai). Sesuai dengan masalah tersebut, data yang digunakan berupa temuan-temuan data atau kegiatan-kegiatan yang ada di lapangan, yang telah dilakukan akademisi Fakultas Dakwah. Penelitian ini telah disimpulkan bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah mengandung usaha-usaha menciptakan sarjana dakwah (dai). Berdasarkan masalah dan kesimpulan dalam penelitian tersebut penelitian ini belum menjawab bagaimana metode yang tepat dalam mempersiapkan sarjana dakwah yang profesional serta peranan Fakultas Dakwah di masyarakat.

Dari uraian dan penelitian diatas menekankan bidang kajiannya pada masalah yang berkaitan dengan eksistensi Fakultas Dakwah dalam mempersiapkan calon dai, berkenaan dengan ini penelitian kali ini mengambil fokus kajian yang ingin dibahas yaitu mengenai eksistensi Radio SUFADA 93,00 FM sebagai media dakwah dan sarana laboratorium mahasiswa KPI. Namun dalam hal ini pasti ada persamaan dan perbedaan yang mendasar yang perlu peneliti tekankan. Persamaan penelitian ini dengan yang terdahulu sama-sama mengkaji tentang eksistensi itu apa. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu lokasi penelitiannya di Fakultas Dakwah, yang didalamnya mencakup semua sarana yang menunjang perkuliahan mahasiswa Fakultas Dakwah, sedangkan peneliti memfokuskan penelitiannya di Radio SUFADA saja. Dan tentunya penelitian yang sekarang akan lebih mendalam karena peneliti memfokuskan eksistensi Radio SUFADA untuk mahasiswa KPI, bukan keseluruhan mahasiswa di Fakultas Dakwah.

2. Skripsi dengan judul “*DAKWAH MELALUI RADIO (Studi Tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Keberadaan Radio SUFADA FM di IAIN Sunan Ampel Surabaya)*”, oleh Soiq Angga Manggala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2002. Dalam penelitian ini yang dikaji adalah tentang persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memilih 10% dari jumlah total seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah tahun 2002

(menurut Suharsimi Arikunto jika populasi lebih dari seribu). Penelitian terdahulu memilih sampel penelitiannya dengan teknik random sampling. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa, penelitian terdahulu menggunakan angket. Berdasarkan analisis data dapat diketahui bagaimana hasil persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya terhadap keberadaan Radio SUFADA yang cenderung positif dan setuju terhadap keberadaan Radio SUFADA.

Dari uraian dan penelitian diatas menekankan bidang kajiannya pada masalah yang berkaitan dengan persepsi, berkenaan dengan ini penelitian kali ini mengambil fokus kajian yang ingin dibahas yaitu mengenai eksistensi Radio SUFADA sebagai media dakwah dan sarana laboratorium mahasiswa KPI. Namun dalam hal ini pasti ada persamaan dan perbedaan yang mendasar yang perlu peneliti tekankan. Persamaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitiannya sama-sama berada di Radio SUFADA. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu lebih menekankan persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah terhadap keberadaan Radio SUFADA dengan menggunakan angket untuk menjawab permasalahannya. Sedangkan dengan penelitian kali ini lebih terfokus bagaimana eksistensi sebuah radio kampus yang dijadikan sebagai media dakwah dan sarana laboratorium untuk mahasiswa KPI, tentunya dengan penggalian data atau informasi yang lebih mendalam.

3. Skripsi dengan judul “*Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah Nahdlatul Ulama’ (NU) Cabang Bangil*”, oleh Moh. Yusuf Ardiyansah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2006. Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: Bagaimana pemanfaatan radio sebagai media dakwah NU cabang Bangil. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan radio sebagai media dakwah Nahdlatul Ulama (NU) cabang Bangil ini dipandu oleh orang-orang LDNU dengan model dakwah interaktif melalui SMS (Short Message Service), dengan materi yang sifatnya aktual yang mencakup ibadah, muamalah, akidah, dan akhlak berdasarkan masalah dan kesimpulannya. Penelitian ini belum menjawab lebih jauh pengaruh pemanfaatan radio sebagai media dakwah NU cabang Bangil terhadap perilaku keagamaan masyarakat kota Bangil.

Dari uraian dan penelitian diatas menekankan bidang kajiannya pada masalah yang berkaitan dengan pemanfaatan radio sebagai media dakwah, berkenaan dengan ini penelitian kali ini mengambil fokus kajian yang ingin dibahas yaitu tentang eksistensi Radio SUFADA sebagai media dakwah dan sarana laboratorium mahasiswa KPI. Namun dalam hal ini pasti ada persamaan dan perbedaan yang mendasar yang perlu peneliti tekankan. Persamaan dalam penelitian ini adalah bahwa masalah yang dikaji sama-sama tentang pemanfaatan sebuah radio sebagai media dakwah, tapi lebih pada keeksistensiannya.

Selain itu, penelitian terdahulu juga menggunakan metode kualitatif deskriptif, sama halnya dengan peneliti. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah tidak mengkaji eksistensi radio sebagai sarana laboratorium. Lokasi penelitiannya pun juga berbeda.