

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Tentang Pustaka

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah subhaanahu wa ta'ala sesuai 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.⁹

Dakwah ialah usaha untuk mempengaruhi orang agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang di bawakan oleh da'i. setiap da'i dari agama apapun pasti berusaha mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan agama mereka.¹⁰

Al-Qur'an surat An-Nahl. 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah SWT dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula:

⁹ <http://id.wikipedia.org/wiki/dakwah> diakses 10 mei 2010

¹⁰ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta : Pustaka Firdaus, 2002), hal. 19-20

هُوَ رَبُّكَ إِنََّّ أَحْسَنُ هِيَ بِأَلَّتِي وَجَدَلْتَهُمْ^ط الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبُّكَ سَبِيلٌ إِلَى أَدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ^ط عَنِ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."¹¹

Sementara itu, H.M. Arifin mengartikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.¹²

Dakwah adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam di dalam kehidupan sehari-hari.¹³

Dakwah adalah segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran agama islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang berbijaksana

¹¹ Departemen RI, Al-qur'an dan Terjemahannya (Surabaya: Departemen RI, 2002), hal. 383.

¹² H.M. Arifin, Psikologi Dakwah, cet. 5 (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal. 6.

¹³ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, Psikologi Dakwah (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 7.

untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran agama islam dan semua lapangan kehidupan.¹⁴

Walaupun beberapa definisi dakwah berbeda redaksinya akan tetapi setiap redaksinya memiliki tiga unsur pengertian pokok, yaitu: ¹⁵

- a) Dakwah adalah proses penyampaian agama Islam dari seseorang kepada orang lain.
- b) Dakwah adalah penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa *amr ma'ruf* (ajaran kepada kebaikan) dan *nahi mun'kar* (mencegah kemunkaran).
- c) Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.

b. Tujuan Dakwah

Menurut Asmuni Syukir tujuan dakwah dibagi menjadi dua bagian yaitu: ¹⁶

1) Tujuan Umum Dakwah

Tujuan umum dakwah (*major objective*) merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti tujuan dakwah yang masih bersifat umum (ijmali) dan utama, di mana seluruh gerak langkah proses dakwah harus ditujukan dan diarahkan kepadanya.

¹⁴ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: kencana, 2004), hal. 11

¹⁵ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah....., hal. 10.

¹⁶ Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam ... hal. 51-60.

Manusia memiliki akal dan nafsu, akal senantiasa mengajak ke arah jalan kebahagiaan dan sebaliknya nafsu selalu mengajak ke arah yang menyesatkan. Disinilah dakwah berfungsi memberikan peringatan kepadanya, amar ma'ruf nahi 'anil munkar dan sebagainya agar mereka itu dapat bahagia sejahtera di dunia maupun di akhirat.

2) Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah (*minor objective*) merupakan perumusan tujuan sebagai perincian dari pada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara bagaimana dan sebagainya secara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lainnya yang hanya disebabkan karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai. Tujuan khusus dakwah adalah:

- a. Mengajak ummat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT. artinya mereka diharapkan agar senantiasa mengerjakan segala perintah Allah dan selalu mencegah atau meninggalkan perkara yang dilarangnya.

- b. Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih mualaf. Mualaf artinya bagi mereka-mereka yang masih mengkhawatirkan tentang keislaman dan keimanannya (baru beriman). Penanganan terhadap masyarakat yang masih mualaf jauh berbeda dengan kaum yang sedang beriman kepada Allah (berilmu agama), sehingga rumusan tujuan kepadanya tidak sama, artinya disesuaikan dengan kemampuan dan keadaannya.
- c. Mengajak ummat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam). Tujuan ini berdasarkan atas firman Allah:

يٰٓأَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ
تَتَّقُونَ

“Wahai manusia! Sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dan orang-orang yang sebelum kamu, agar kamu bertaqwa”. (QS. Al-Baqarah: 21)¹⁷

- d. Mendidik dan mengajak anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.

Menurut Ali Aziz, dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Dakwah*, tujuan dakwah adalah untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar dan

¹⁷ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya ... hal. 4.

timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun.¹⁸

c. Maddah (Materi Dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah adalah ajaran Islam itu sendiri.¹⁹ Ajaran Islam yang dijadikan *maddah* dakwah itu pada garis besarnya dapat dikelompokkan sebagai berikut:²⁰

a) Akidah, yang meliputi:

- (1) Iman kepada Allah.
- (2) Iman kepada Malaikat-Nya.
- (3) Iman kepada kitab-kitab-Nya.
- (4) Iman kepada Rasul-rasul-Nya.
- (5) Iman kepada hari akhir.
- (6) Iman kepada qadha-qadhar.

b) Syari'ah

c) Ibadah (dalam arti khas):

- (1) Thaharah
- (2) Sholat
- (3) Zakat
- (4) Shaum

¹⁸ Moh. Ali Aziz, ilmu dakwah (Jakarta: Kencana,2004), hal. 60.

¹⁹ Muhammad Munir dan Wahyu Illahi,Manajemen Dakwah...hal. 24.

²⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, , hal. 94-95.

(5) Haji

d) Muamallah (dalam arti luas) meliputi:

(1) Al-Qununul khas (hukum perdata);

- Muamalah (hukum niaga)
- Munakahat (hukum nikah)
- Waratsah (hukum waris)

(2) Al-Qanunul'am (hukum publik);

- Hinayah (hukum pidana)
- Khilafah (hukum negara)
- Jihad (hukum perang dan damai)

(3) Akhlaq, yaitu meliputi:

- Akhlak terhadap khaliq
- Akhlak terhadap makhluk, yang meliputi:

a. Akhlaq terhadap manusia

- a) Diri sendiri
- b) Tetangga
- c) Masyarakat lainnya

b. Akhlak terhadap bukan manusia

- a) Flora
- b) Fauna

2. Penggunaan Radio dalam Komunikasi Dakwah

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 juga bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).²¹

Dalam perkembangannya sekarang ini, radio adalah media auditif yang mempunyai arti sebagai media yang hanya bisa didengar, murah, merakyat, dan bisa dibawa serta didengarkan dimana dan kapan saja.²²

Jadi, radio adalah sebuah alat komunikasi yang memanfaatkan gelombang elektromagnetik sebagai pembawa pesan yang di pancarkan melalui udara yang hanya bisa didengarkan dimana dan kapan saja.

21 <http://id.wikipedia.org/wiki/radio>, diakses 05 april 2010

22 Anwar Arifin, Strategi Komunikasi (Bandung: Armico, 1984), hal. 179.

2) Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain, media massa radio mempunyai karakteristik khas sebagai berikut.²³

a) Audiotori

Radio adalah "suara" untuk didengar, karenanya isi siaran bersifat "sepintas lalu" dan tidak dapat diulang.

b) Transmisi

Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).

c) Mengandung gangguan

Seperti timbul tenggelam (fading) dan gangguan teknis "channel noise factor".

d) *Theatre of Mind*

Radio mencipta gambar (makes pictures) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiarnya sendiri.

e) Identik dengan musik

²³ Asep syamsul m. romli, broadcast journalism (Bandung: Nuansa,2004), hal. 22.

Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

Menurut Aep Kusnawan efektivitas siaran di radio ditunjang oleh beberapa faktor, yaitu:

1) Daya langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni para pendengar, tidak mengalami proses yang kompleks. Setiap informasi atau berita yang terjadi, saat itu pun dapat disiarkan secara "stop press" (langsung) di tengah-tengah siaran apa saja se4cara berulang kali. Bahkan, suatu peristiwa dapat diikuti oleh pendengar pada saat peristiwa berlangsung.

2) Daya tembus

Daya tembus yang dimaksud adalah siaran radio 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.

3) 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 tiga unsur yang ada padanya yakni:

- Musik
- Kata-kata
- Efek suara (sound effects).²⁴

3) Sifat Pendengar Radio

Pendengar radio merupakan sasaran siaran radio. Siaran radio dapat dikatakan efektif apabila pendengar terpikat perhatiannya, mengerti, serta tergerak hatinya untuk melakukan kegiatan yang diinginkan penyiar.

Ada beberapa sifat pendengar radio siaran yang menentukan gaya bahasa, yaitu:²⁵

- a) Heterogen, yang mana pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak dan sifatnya heterogen, terpencar-pencar diberbagai tempat dan berbeda dalam jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan.
- b) Pribadi, karena pendengar berada dalam keadaan heterogen, terpencar-pencar dan umumnya dirumah maka suatu pesan akan

²⁴ Aep Kusnawan, Komunikasi dan Penyiaran Islam (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hal. 51-52.

²⁵ Onong Uchjana Effendy, Radio Siaran Teori dan Praktek, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hal. 85-86.

diterima dan mengerti kalau sifatnya pribadi (personal) sesuai dengan situasi dimana pendengar berada.

- c) Aktif, pendengar itu tidak pasif melainkan aktif dalam menerima pesan dan melakukan interpretasi pesan yang diterima.
- d) Selektif, pendengar sifatnya selektif, ia dapat dan akan memilih program radio siaran yang akan disukainya. Untuk itu stasiun radio manapun akan melakukan apapun untuk penyajian program-programnya yang terbaik untuk menarik perhatian pendengarnya.

4) Radio Sebagai Media Dakwah

Radio 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, berkehendak, bersifat, kebudayaan, idiologi, filsafat dan sebagainya. Bagi seorang dai sudah barang tentu memiliki tujuan yang ingin dicapainya, dan seorang dai haruslah efektif dan efisien dalam memgorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat, salah satu komponennya adalah media dakwah.²⁶

²⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ihlas, 1983), hal. 164-165

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, da'i bisa lebih efisien dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'unya dan dengan jangkauan yang luas.

5) Kelebihan dan Kekurangan Radio sebagai Media Dakwah

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.
- 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 di bawa kemana-mana.²⁷

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.²⁸

3. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi mempengaruhi rangsangan atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran, oleh karena itu persepsi sangat penting bagi studi komunikasi dalam semua bentuk dan fungsinya.²⁹

Merupakan pengalaman tentang suatu obyek, peristiwa atau hubungan yang di peroleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Istilah persepsi biasanya digunakan untuk

²⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, ..., hal. 176-177

²⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, ..., hal. 177

²⁹ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia* (Jakarta: Professional Books, 1997), hal. 75.

mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda atau suatu kejadian yang alami.³⁰

Menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan, yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya.³¹

Definisi yang lain menyebutkan bahwa persepsi adalah kemampuan membedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap satu obyek rangsangan. Dalam proses pengelompokan dan membedakan ini persepsi melibatkan proses interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap satu peristiwa atau obyek.³²

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam persepsi

Persepsi kita berbeda-beda dengan yang lain karena dipengaruhi oleh berbagai faktor. Diantara faktor yang besar pengaruhnya dalam mempersepsikan sesuatu adalah perhatian, konsep fungsional, dan konsep structural.³³

1) Faktor perhatian

Perhatian adalah proses mental dimana kesadaran terhadap sesuatu stimuli lebih menonjol, dan pada saat yang sama terhadap stimuli yang lain melemah.

³⁰ Abdul Aziz dkk, *Jelajah dakwah klasik kontemporer*,... hal 108.

³¹ Bimo Walgito, *Pengantar Ilmu Psikologi* (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hal. 53.

³² Bimo Walgito, *Pengantar Ilmu Psikologi* (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hal. 53.

³³ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*,... hal. 109.

2) Faktor fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi antara lain faktor kebutuhan, kesiapan mental, suasana mental, suasana emosional dan latar belakang budaya.

3) Faktor struktural

Menurut teori gestalt, bila seseorang mempersepsikan sesuatu, maka ia mempersepsikannya sebagai suatu keseluruhan, bukan bagian-bagian.

c. Beberapa syarat yang perlu dipenuhi agar individu dapat menyadari mengadakan persepsi:

- 1) Adanya obyek yang dipersepsikan, obyek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor
- 2) Alat indera atau reseptor, yaitu alat untuk menerima stimulus
- 3) Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi sesuatu diperlukan pula adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi.³⁴

³⁴ Su'adah, *Pengantar Psikologi*, (Malang: Banyumedia, 2003), hal. 32.

d. Proses Persepsi

1) Proses kealaman (fisik)

Obyek menimbulkan stimulus dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor

2) Proses fisiologi

Stimulus yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak

3) Proses Psikologis

Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya.³⁵

B. Kajian Teoretik

Dalam penelitian kualitatif, teori yang diajukan memang bukanlah sebagai jawaban terhadap fenomena yang diangkat, melainkan lebih sebagai perspektif. Karena itu teori yang ditawarkan semula bisa saja berubah atau diganti dengan teori lainnya yang lebih relevan ketika fakta atau temuan di lapangan mengisyaratkan hal itu.³⁶

³⁵ Su'adah, *Pengantar Psikologi...* hal. 32-33.

³⁶ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 45.

Teori yang akan digunakan oleh peneliti sebagai alat analisis dalam penelitian ini adalah Model *uses and gratifications* (model kegunaan dan kepuasan).

Komunikasi dikatakan efektif apabila ia menghasilkan efek atau perubahan-perubahan seperti yang diharapkan komunikator. Variabel efek diukur pada segi kognitif (perubahan pendapat), afektif (sikap, perasaan, kesukaan), dan behavioral (perilaku atau kecenderungan perilaku).³⁷

Uses and gratifications (model kegunaan dan kepuasan), model teori ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Tabel 2.1

Model "*Uses and Gratifications*"

	Antesedan	Motif	Penggunaan Media	Efek
- Variable	- personal	- hubungan		- kepuasan
Individual	-diversi	- macam isi		- pengetahuan
- Variable	-personal	- hubungan		- kepuasan
Lingkungan	identity	- dengan isi		- prilaku. ³⁸

³⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 1994), hal. 64.

³⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*,... hal. 65.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk melengkapi referensi dan pengembangan penelitian ini, peneliti mempelajari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang lain yang berkaitan dengan fokus penelitian ini, sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini. Antara lain:

- a) Dakwah Melalui Radio (Studi Tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Keberadaan Radio Sufada IAIN Sunan Ampel Surabaya). Soiq Angga Manggala. IAIN Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Dakwah, KPI, 2002.

Pada skripsi ini peneliti menjelaskan bahwa radio Sufada merupakan radio kampus yang mempunyai fungsi sebagai media praktek mahasiswa dan sekaligus berfungsi sebagai media dakwah dan dapat diketahui persepsi mahasiswa terhadap keberadaan radio Sufada terlihat cenderung kepada setuju karena pada mahasiswa penyiaran fakultas Dakwah. Penyiaran melalui media radio merupakan hal yang sangat penting dalam menyampaikan dakwah Islam dimana peranan radio Sufada disini sebagai media dakwah selain berfungsi sebagai media hiburan, pendidikan, serta informasi dan penerangan.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah sama-sama menggunakan media radio dan sama-sama meneliti tentang keberadaan suatu radio. Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Namun juga terdapat perbedaan yang terletak pada lokasi penelitian,

skripsi diatas memilih lokasi di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel, sedangkan penelitian kali ini berlokasi di Mojosari-Mojokerto, perbedaan berikutnya terletak pada subyek penelitian, peneliti diatas memilih mahasiswa fakultas dakwah sedangkan penelitian yang saya lakukan memilih pendengar radio DAFA FM.

- b) Skripsi dengan judul “Pemanfaatan Radio sebagai Media Dakwah Nahdlatul Ulama’ (NU) Cabang Bangil”, oleh Moh. Yusuf Ardiyansah Jurusan KPI, 2006. 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 NU cabang Bangil ini di pandu orang-orang LDNU dengan model dakwah interaktif melalui SMS (short message service), dengan materi yang sifatnya actual yang mencakup ibadah, muamalah, aqidah dan akhlak berdasarkan masalah dan kesimpulannya.

Persamaan dari penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah sama-sama menggunakan media Radio dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya yang terletak pada fokus masalah yang diteliti yaitu tentang pemanfaatan Radio sebagai media dakwah, sedangkan peneliti meneliti tentang persepsi pendengar terhadap program acara dakwah “Kajian Rutin”. Perbedaan berikutnya terletak pada lokasi penelitian.

- c) Radio Sebagai Media Dakwah. Studi deskriptif tentang program acara dialog kewanitaan di Radio Suara Nabawiy Pasuruan, Ismatul Izzah. Fakultas Dakwah KPI 2005. Pada skripsi ini menjelaskan bahwa program acara di Radio Nabawiy Pasuruan, memenuhi peran yang cukup besar dalam mensukseskan dakwah islam yang titik tekannya pada seluruh khalayak Pasuruan.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang Radio sebagai media dakwah dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaannya disini yaitu dia memfokuskan bagaimana proses dakwah pada program acara dialog kewanitaan di Radio Suara Nabawiy, hambatan-hambatan apa saja yang terjadi pada program acara dialog kewanitaan di Radio, dan upaya apa saja yang dapat dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan dakwah pada program acara dialog kewanitaan di Radio Suara Nabawiy, Perbedaan berikutnya terletak pada lokasi penelitian.

- d) Radio sebagai salah satu alternatif media dakwah. Studi kualitatif tentang metode Radio Purnama FM Blitar, Aziz Fitriani. Fakultas Dakwah KPI 2005. pada skripsi ini menjelaskan tentang metode dakwah yang ada pada program syiar islami di Radio Purnama FM. Metode dakwahnya menggunakan metode interaktif (komunikasi dua arah/Tanya jawab) antara nara sumber dengan para pendengar setia Radio Purnama FM. Di dalam

dialog interaktif tersebut seorang pendengar mengajukan pertanyaan seputar problematika hidup yang dihadapinya kepada da'i.

Persamaan dari penelitian diatas adalah sama-sama meneliti tentang program keagamaan yang ada di Radio tetapi juga memiliki perbedaan yaitu dia memfokuskan tentang metode dakwah yang ada pada program syiar islam di Radio Purnam FM Blitar dengan menggunakan metode dialog interaktif (Tanya jawab) antar nara sumber dengan pendengar setia Radio Purnama FM, Perbedaan berikutnya terletak pada lokasi penelitian.

Demikianlah kajian kepustakaan yang selama ini peneliti jadikan panduan dan arahan dalam menulis skripsi ini. Namun yang membedakan penelitian-penelitian yang terdahulu dengan penelitian skripsi ini adalah mengenai program acara dakwah yang ada di Radio satu dengan yang lainnya berbeda-beda baik format maupun metodenya.