

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan proses komunikasi antara dai atau komunikator kepada Mad'u atau komunikan yang berisikan pesan mengenai ajaran agama islam melalui sebuah media atau sarana. Penyampaian dakwah harus menggunakan suatu metode agar pesan yang disampaikan dapat tepat mengenai sasaran sehingga dapat memberika efek atau *feedback* atas apa yang disampaikan. Dakwah sendiri kewajiban bagi seluruh umat Muslim yang sudah berakal. Dakwah berarti aktivitas yang mengajak dan menyeru orang-orang untuk merubah sesuatu yang tidak baik menjadi baik, serta memberi pengetahuan atau pemahaman tentang ajaran agama islam. Seperti yang tertera dalam Al-Quran Surah Ali Imran: 104

وَأْتِكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar ; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Tujuannya, agar dalam diri individu muncul suatu pengertian, kesadaran, dan sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepada manusia dengan tanpa ada unsur-unsur paksaan. Dakwah bisa dilakukan di mana saja kita berada, serta berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku, yang dilakukan secara sadar baik secara individual maupun kelompok.

Penyampaian dakwah tentunya juga harus menggunakan strategi agar, penyampaian dakwah sesuai dengan tujuan dan dapat tersampaikan dengan baik kepada sasaran. Strategi dakwah dalam Al-Quran surat An-Nahl 125;

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بَاتِّبِهَا أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَهِنِ
دِينِ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah 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.

Pada dasarnya strategi dalam dakwah berarti sebagai suatu pola pikir dalam merancang atau merencanakan kegiatan yang mana dapat mengubah sifat, sikap, pendapat dan perilaku khalayak (komunikatif, hadirin, atau Mad'u) yang didasari oleh gagasan-gagasan yang disampaikan secara luas (Kustandi. 2014:84).

Proses dakwah biasanya dilakukan oleh satu kelompok atau organisasi, seperti kelompok seniman yang mengajak kepada jalan Allah dalam bentuk nyanyian, lembaga dakwah yang mengajak para anggota untuk melaksanakan ajaran Islam dan bisa juga melalui lembaga pers yang dapat memasukkan nilai-nilai Islam dalam publikasinya, dan sebagainya (Basit, 2017: 15-16). Selama ini dakwah sering kali disampaikan melalui media seperti melalui radio.

Radio sendiri merupakan alat atau siaran yang sering digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Radio mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1925 hingga sekarang. Radio sangat diminati oleh kalangan masyarakat karena memiliki karakteristik berupa *auditory* yang hanya menampilkan suara, *theatre of mind* yang mana membuat pendengar berimajinasi serta cepat dan langsung

dalam menyampaikan informasi, dan terhindar dari *hoax*. Selain itu radio juga akrab dengan pendengar, mampu menyentuh hati pendengar dengan paduan kata-kata, musik, serta efek suara, sederhana dan murah, radio tidak membutuhkan banyak peralatan atau pernik baik bagi pengelola maupun pendengar, fleksibel, siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan aktivitas apapun karena kita hanya perlu mendengar, tanpa batas jangkauan wilayah siarannya luas, menembus batas demografis, suku agama, ras, dapat dinikmati oleh disabilitas kecuali tunarungu.

Radio juga terus melakukan inovasi yang sesuai dengan era perkembangan yang ada, seperti menyiarkan siaran radio pada website radio atau yang disebut juga sebagai *Radio Internet*. Radio internet atau yang disebut sebagai web radio, net radio, broadcast radio atau e-radio merupakan layanan penyiaran audio yang ditransmisikan melalui internet. Penyiaran yang dilakukan melalui internet disebut sebagai webcasting karena tidak menular secara luas melalui sarana nirkabel (Effendy,2018:104). Penyiaran dalam web radio ini sama seperti penyiaran pada radio biasa, dengan sistem waktu siaran yang sama.

Adanya berbagai karakteristik serta perkembangan yang terdapat dalam radio menjadikan radio mudah diterima oleh masyarakat maka dari itu para komunitas mulai bergerak menyebarkan ajaran agama islam melalui radio. Dalam data Direktorat Politik dan Komunikasi Kementerian saat ini total radio yang mengudara di Indonesia terdapat 650 radio FM dan AM dan 37 radio komunitas ([Ditpolkom Bappenas](#)). Berbagai radio bertemakan islami sudah banyak di siarkan oleh berbagai radio yang ada di Indoensia, khususnya provinsi Yogyakarta, seperti radio dengan jenis radio dakwah seperti MQ FM, Radio Dakwah Jogja, Rasida FM dan yang

lainnya. serta terdapat program radio dakwah yang disiarkan dalam radio umum seperti, manajemen cahaya cinta pada radio Yasika FM radio yang berada di Jogja dan radio Kota Perak FM yang mengudara melalui frekuensi 94.6 FM.

Kota perak FM merupakan radio yang menyajikan berbagai program siaran yang mampu menarik minat dari berbagai kalangan. Radio yang telah berdiri sejak 2018 ini adalah radio umum dengan berbagai format programnya. Radio kota perak juga menyiarkan siarannya pada websitenya, yaitu www.radioKotaperak.com atau di website radio *online* lainnya. Radio ini juga memiliki berbagai media sosial guna berinteraksi dengan *audiennya*, seperti media sosial Facebook Radio Kotaperak, Twitter @RadioKotaperak, dan Instagram @RadioKotaperak para pendengar dapat berinteraksi dengan radio Kotaperak. Radio kota perak hingga saat ini sudah memiliki 7 program unggulan, antara lain At Angkringan; Good Night Kawan; TasKoper; Nol Kilometer; Cool Jockey; Kotaperak On The Weekend dan KAUMAN. selain itu radio Kotaperak juga memiliki beberapa program tambahan yang disiarkan setiap bulan Ramadhan, salah satunya adalah program “TERTIPU” atau Tertawa di Bulan Puasa. Nama yang diambil dari singkatan ini sebagai ciri khas dari radio kota perak yang menamai setiap programnya dengan singkatan atau *icon* yang ada di Yogyakarta.

TERTIPU merupakan program unggulan yang memberikan kajian-kajian informatif tentang kehidupan sehari-hari pada bulan Ramadhan yang tentunya sesuai dengan ajaran agama islam kepada para pendengar yang dikemas dalam bentuk komedi. Program yang diadakan sejak tahun 2018 setiap bulan Ramadhan memiliki format siaran *recording* atau *rekaman* yang diisi oleh Ustadz Gus Miftah.

Program ini disiarkan pada saat 1 hari sebelum bulan puasa, setiap 2 jam sekali dengan durasi 3-5 menit dan dengan tema yang sama dan berbeda di hari berikutnya selama 30 hari. Hal ini agar pesan atau isi siaran dapat benar-benar dipahami oleh *audien*.

Adanya program siaran islami dalam stasiun radio umum maka tentu juga ada strategi-strategi yang digunakan dalam menarik minat pendengar, menurut Morrisan dalam bukunya (Morrisan, 2008) strategi penyiaran radio meliputi Perencanaan program siaran, produksi atau pembelian program, eksekusi program dan pengawasan dan evaluasi program. Dalam penyiaran sebuah strategi penyiaran sangat ditentukan agar tujuan serta sasaran dapat tercapai. Karena realitanya berdasarkan hasil survei indikator sosial budaya Badan Pusat Statistik (BSI), masyarakat pada usia 10 tahun ke atas dalam seminggu terakhir hanya 13,31% pada 2018 yang mendengarkan radio. Angka ini merosot jauh dari 50,29% pada 2003 (Badan Pusat Statistik, 2019). Maka dari itu penulis ingin melihat bagaimana strategi yang digunakan radio Kota Perak FM, radio yang bukan radio dakwah ini dalam menarik minat pendengar terhadap program kajian islamnya selama bulan Ramadhan 2019.

B. Rumusan Masalah

1. Apa strategi dakwah pada program “TERTIPU” di radio Kota Perak FM dalam menarik minat pendengar selama bulan Ramadhan 2019?
2. Bagaimana proses penerapan strategi dakwah pada program “TERTIPU” di radio Kota Perak FM dalam menarik minat pendengar selama bulan Ramadhan 2019?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan strategi dakwah pada program “TERTIPU” di radio Kota Perak FM dalam menarik minat pendengar selama bulan Ramadhan 2019.
2. Mengetahui proses penerapan strategi dakwah pada program “TERTIPU” di radio Kota Perak FM dalam menarik minat pendengar selama bulan Ramadhan 2019.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan teori yang berkaitan dengan ilmu dakwah dan komunikasi dalam memajukan dakwah Islamiyah dengan menggunakan media massa radio serta bagi ilmu penyiaran radio mengenai strategi penyiaran radio.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku dakwah (da'i), baik secara perorangan maupun kolektif dalam merumuskan dan meningkatkan strategi yang tepat untuk mengatasi problematika dakwah yang ada di masyarakat melalui media massa radio.