

**STRATEGI DAKWAH RADIO SUARA KOTA WALI FM DEMAK
DALAM PENYEBARAN DAKWAH PADA MASYARAKAT
PESISIR DI KECAMATAN WEDUNG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

O l e h :

Muhammad Ainun Najih

NIM: 121211068

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Muhammad Ainun Najih
NIM : 121211068
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi: Komunikasi dan Penyiaran Islam (Radio)
Judul : " STRATEGI DAKWAH RADIO SUARA KOTA WALI FM
DEMAK DALAM PENYEBARAN DAKWAH PADA
MASYARAKAT PESISIR di KECAMATAN WEDUNG"

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Juli 2019

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan tata Tulis

Bidang Substansi Materi:



Dr.H. Najahan Musyafak M.A

NIP. 19701020 199503 1 001



Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A

NIP. 19631017 199103 2 001

SKRIPSI

**Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM Demak Dalam Masyarakat Pesisir
di Kecamatan Wedung**

Disusun Oleh:
Muhammad Ainun Najih
1212110168

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 05 Agustus 2019 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji


Ketua/Penguji I


Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.
NIP. 19690501 199403 1001

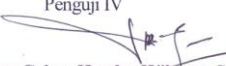
Sekretaris/Penguji II


Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2001

Penguji III


Drs. H. Ahmad Anas, M.Ag.
NIP. 19660513 199303 1 002

Penguji IV



Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom.
NIP. 19730114 200604 1 014

Mengetahui

Pembimbing I

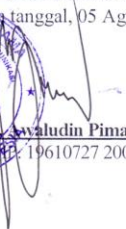

Dr. H. Najahan Musvafak M.A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Pembimbing II


Dr. Hj. Siti Solikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2001

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
tanggal, 05 Agustus 2019




Abdul Wahid Paiman, Lc., M.Ag.
NIP. 19610727 200003 1001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 16 Juli 2019



Muhammad Ainun Najih
121211068

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah yang diberikan kepada setiap makhluk-Nya. Sholawat serta salam senantiasa turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, inspirator umat yang tiada pernah kering untuk digali ilmunya. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi dengan judul **“STRATEGI DAKWAH RADIO SUARA KOTA WALI FM DEMAK DALAM PENYEBARAN DAKWAH PADA MASYARAKAT PESISIR DI KECAMATAN WEDUNG”** dapat terselesaikan dengan baik walaupun tentunya terdapat hambatan dan rintangan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan, bantuan, semangat, dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibin, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc. M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah, UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Najahan Musyafak, M.A. Selaku wali studi yang selalu memotivasi dengan kalimat-kalimat bijaknya. Serta selaku pembimbing I dan kepada ibu Dr. Hj. Siti Sholihati, M,A pembimbing II atas kesabarannya dalam membimbing, mencurahkan ilmu,

meluangkan waktu, tenaga dan memberikan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Para dosen dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas arahan, pengetahuan, dan bantuan yang diberikan.
6. Pengelola perpustakaan di UIN Walisongo yang telah melayani pemenuhan referensi-referensi buku.
7. Bapak dan Ibu dirumah yang paling kucintai, yang selalu memberi motivasi dan semangat secara materiil dan immateriil mereka selama ini membuat perjalanan hidup penulis lebih berarti dan sempurna.
8. Sahabat-sahabat aktivis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia komisariat Walisongo Semarang, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, motivasi, dorongan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kepada mereka semua peneliti tidak bisa memberikan balasan apapun hanya ucapan terima kasih, dan permohonan maaf. Allah SWT yang dapat membalas. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menantikan kritik dan saran yang sifatnya membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap semoga Allah SWT selalu memberi petunjuk dan kita semua selalu dalam lindungan-Nya. Amiin.

Semarang, 16 Juli 2019

Peneliti,

Muhammad Ainun Najih
121211068

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Mubyasir, Ibu Hanik Rofiah, dan Mutia Viga Ruliyani Terima kasih atas do'a, cinta, kasih sayang dan kesabarannya.
2. Almamater tercinta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Sahabat-sahabat aktivis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia komisariat Walisongo Semarang.
4. Keluarga cv Ratu Raya, Gus Muhlisin,

MOTTO

“Bergeraklah kamu akan mendapatkannya”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	x
HALAMAN ABSTRAK	xii
BAB I : Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka.....	8
E. Metode Penelitian.....	13
F. Sistematika Penulisan.....	18
G. Tahapan Penelitian.....	19
BAB II : Radio, Strategi Radio dan Radio sebagai Media Dakwah untuk Masyarakat	
A. Definisi Radio.....	21
B. Definisi Strategi.....	25
C. Strategi Penyiaran Radio.....	28
1. Perencanaan Program.....	29

2. Produksi Program.....	32
3. Eksekusi Program.....	33
4. Pengawasan dan Evaluasi Program	35
5. Strategi Pemasaran Radio	36
D. Radio Sebagai Media Dakwah untuk Masyarakat	40
BAB III : Gambaran Umum Radio Suara Kota Wali FM	
A. Sejarah Radio Kota Wali FM.....	44
B. Visi dan Misi Radio Suara Kota Wali FM.....	46
C. Struktur Organisasi dan Alokasi Pekerjaan Radio Suara Kota Wali FM.....	46
D. Sumber Daya Manusia Radio Suara Kota Wali FM.	53
E. Program Siaran	54
F. Karakteristik Masyarakat Wedung	57
BAB IV : Analisis Strategi Radio Suara Kota Wali FM dalam Penyiaran Dakwahnya Di Masyarakat Pesisir Kecamatan Wedung Demak	
A. Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM.....	63
B. Analisis Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM.....	69
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran-Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP	

ABSTRAK

Radio Suara Kota Wali FM merupakan sebuah radio yang berada di daerah Kabupaten Demak. Di era yang semakin berkembang seperti sekarang ini, peminat atau pendengar radio semakin berkurang dengan adanya dominai televisi, lebih-lebih adanya internet yang semakin canggih dengan didukung berbagai perangkat untuk mengaksesnya. Bagaimanakah Radio Suara Kota Wali FM Demak dapat bertahan dan mampu melaksanakan programnya, khususnya dalam hal dakwah Islam di masyarakat pesisir Kecamatan Wedung Demak. Maka fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi dakwah yang dilakukan Radio Suara FM di Kecamatan Wedung Demak.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan. Dimana peneliti terjun ke lapangan meneliti, mengamati dan menggali informasi terkait dengan Radio Suara Kota Wali FM untuk kemudian dihimpun menjadi data yang utuh dan kemudian dilakukan analisis diskriptif untuk kemudian dicari sebuah jawaban dari rumusan masalah yang telah penulis susun.

Strategi dakwah radio Suara Kota Wali FM menggunakan Strategi sentimentil adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan memanggil dengan kelembutan hati atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Dengan menyelengi lagu-lagu Islami dalam setiap program dakwah Islam. Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang yang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya. perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang telah didesain untuk dapat mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio Suara Kota Wali FM adalah perumusan strategi. Perumusan strategi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Setidaknya ada dua program dakwah Islam yang diselengi lagu-lagu semacam pop Islam dan qasidah di acara embun pagi dan nada Islami.

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa Radio Suara Kota Wali FM enderung menggunakan pendekatan secara psikologis dari target pendengar di Kecamatan Wedung Demak untuk menentukan tema dan konten siaran supaya lebih mudah diminati pendengar dan mempermudah untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi dan berkemajuan, perkembangan peradaban dalam segala lini kehidupan terlihat dengan sangat pesat, khususnya di dunia media sebagai sumber informasi masyarakat. Tidak hanya dari segi media eletronik saja, tetapi juga di bidang teknologi dan komunikasi. Bahkan saat ini hampir sebagian besar pekerjaan manusia mampu diselesaikan oleh media elektronik dan teknologi.

Hal tersebut telah juga menandakan bahwa ilmu pengetahuan manusia pun telah berkembang dengan sangat pesat. Tidak hanya dalam kualitas dunia informasi, tetapi juga kuantitas dan keanekaragamannya. Mulai dari media cetak yang sangat sederhana sampai media elektronik yang sangat canggih. Menyadari perkembangan dan kemajuan media komunikasi dan informasi tersebut tentu mendorong persaingan di bidang industri media menjadi sangat tajam dan keras.

Radio adalah salah satu bentuk nyata perkembangan tersebut dan telah menjadi sebuah media penyiaran melalui berbagai perkembangan teknologi komunikasi yang cukup lama digandrungi masyarakat. Adapun sejarah perkembangan radio di Indonesia dimulai ketika berdirinya RRI (Radio Republik Indonesia) pada

tanggal 11 September 1945. Pasang surut perkembangan penyiaran di Indonesia juga mempengaruhi kegiatan penyiaran radio itu sendiri. (Tamburaka, 2013: 54-55).

Radio, di dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampai informasi diantaranya kesehatan, teknologi, gaya hidup, seni dan budaya, hiburan berupa musik dan humor, berita politik, ekonomi, kriminalitas, pendidikan misalnya pengetahuan keagamaan yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat. (Ningrum, 2007: 6-7).

Radio merupakan media suara. Pendengar sebagai penerima pesanlah yang menentukan pilihan program yang disiarkan. Mereka biasanya aktif mengikuti siaran. Jika programnya disenangi, akan diikuti terus. Sebaliknya, radio akan dimatikan atau pindah ke siaran lain jika acara yang disajikan tidak menarik.

Sifat pendengar radio adalah heterogen. Mereka memiliki perbedaan dalam usia, pendidikan, jenis kelamin, dan status kehidupan. Di sini audiens memiliki keinginan untuk mencari kepuasan penggunaan media massa sebagaimana dijelaskan dalam teori Uses and Gratification (Fiske, 2012: 244-245).

Menurut UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran Bab II Pasal 4, menyebutkan (1) Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, (2) Dalam

menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) Penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.

Agar tetap diminati oleh pendengar setianya, serta agar tidak lekas gugur di tengah-tengah pecintanya, keberhasilan stasiun penyiaran radio sangat ditentukan oleh kemampuan pengelolanya dalam memahami audiennya. Yakni dengan mengetahui secara persis apa kebutuhan audien yang merupakan hal penting, tidak sekedar menghadirkan acara dengan materi atau kemasan baru tetapi isinya tetap yang lama.

Di dunia penyiaran elektronik, khususnya di dunia radio di Indonesia, sebagaimana penduduknya adalah mayoritas beragama Islam, peranan radio menjadi bagian penting dalam sumber daya manusia Indonesia itu sendiri. Sebab, melalui radio, umat Islam dapat memperoleh informasi yang bersifat umum atau bisa juga tentang informasi keagamaan yang dibutuhkan masyarakat muslim.

Radio di tengah masyarakat Islam adalah juga sarana atau media dakwah. Radio digunakan sebagai penyampai pesan atau syiar Islam kepada masyarakat yang belum cukup banyak mengetahui sesuatu atau dapat dikatakan berpengetahuan. Yang menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh umat Islam adalah hingga kini belum meratanya pemahaman mereka mengenai ajaran Islam. Masih banyak di antara umat Islam yang belum mengerti tentang ajaran Islam secara menyeluruh, sehingga ajaran Islam yang dibawa oleh Rasulullah SAW perlu diterapkan dan disebarkan dengan

menggunakan metode dan penyebaran dakwah Islam melalui media yang efektif, salah satunya yakni melalui radio (M. Munir dan Wahyu Ilahi, 2006: 29).

Oleh karenanya, manajemen strategi dalam menyiarkan dakwah Islam menjadi diharapkan semakin berkembang dan pada praktiknya, memang sudah sewajarnya diterapkan demi tercapainya cita-cita dakwah umat Islam yang dulu pertama kali disampaikan Rasulullah.

Ketika melihat praktik di masyarakat, dakwah Islam telah cukup mampu menyentuh semua bidang atau lini masyarakat. Hal itu menandakan bahwa dakwah itu bukanlah hanya dari mimbar ke mimbar saja. Melainkan dapat dikembangkan salah satunya melalui radio yang di dalamnya berprinsip dan berunsur dakwah yang sangat efektif untuk dapat diterima masyarakat.

Dakwah dan amar ma'ruf nahi munkar yang diperjuangkan oleh Islam dapat berjalan dengan baik tentu bukan mengalir begitu saja, namun dengan metode yang tepat yang juga akan menghantarkan dan menyajikan ajaran Islam dengan sempurna (Tata Sukayat, 2009: 4).

Oleh karenanya, di dalam menyiarkan dakwah haruslah menggunakan strategi yang baik agar dapat menghasilkan konsep yang menarik sehingga dapat meningkatkan mutu materi dakwahnya dan mampu menarik minat banyak penonton atau pendengar. Terkhusus dari medium radio itu sendiri, agar mampu meningkatkan

mutu dan menarik banyak peminat, maka kreatifitas dalam memperdengarkan dakwah tentu diperlukan, seperti diselingi dengan musik religi, kisah sahabat Nabi dan sebagainya namun tidak pula terlalu membuat pendengar menjadi bosan dikarenakan event keagamaan yang terlalu mendominasi.

Di sini, diperlukan keseimbangan antara dakwah dan hiburan dan tidak juga berat pada salah satunya. Inilah sebabnya manajemen strategi harus diterapkan dalam setiap lembaga khususnya dalam hal ini adalah lembaga penyiaran dakwah.

Allah berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



“Serulah manusia kepada Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah 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”
(QS. An-Nahl/16: 125)

Zaman yang semakin berkembang tentu menuntut agama ini agar tidak tertinggal di belakang. Dengan kata lain dakwah pun harus berkembang sebagaimana zaman yang juga terus berkembang.

Di medium radio, yang di dalamnya berisikan visi dakwah Islam, memiliki banyak tantangan untuk dapat bertahan. Sebab dari berbagai lembaga penyiaran yang ada, tidak sedikit pula yang telah berguguran karena semakin kesini, persaingan antar radio yang semakin banyak, kurangnya minat para pendengar akan siaran, serta tidak luput siaran yang berbau keagamaan dikarenakan mutu siarannya yang dinilai tidak sesuai keinginan para pendengar dan semacamnya.

Maka dari itu penerapan standar mutu dalam suatu lembaga penyiaran sangatlah menentukan kualitas siaran dari lembaga tersebut. Berdasarkan teori manajemen penyiaran keagamaan, salah satu bentuk penerapan standar mutu pada lembaga penyiaran yaitu dengan dilakukannya riset sebelum merumuskan suatu program yang akan disiarkan. Riset dilakukan guna mengetahui hal-hal yang menjadi kebutuhan dan minat, baik itu riset rating ataupun riset non-rating.

Di sini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang peran radio di tengah-tengah masyarakat sekarang, khususnya radio yang memiliki visi dan atau program dengan semangat dakwah Islam, strategi-strageri yang di pakai radio tersebut untuk bisa tetap bertahan dan dicintai pendengarnya, khususnya program siaran keislaman di tengah masyarakat Islam itu sendiri.

Peneliti mengambil obyek penelitian di Radio Suara Kota Wali FM Demak dengan mengambil sample pendengar di wilayah

masyarakat pesisir kecamatan Wedung. Peneliti tertarik untuk mengkaji ini terutama di bidang strategi yang dilakukan agar informasi siaran, khususnya siaran dakwah tetap bisa dikonsumsi masyarakat di tengah pesatnya kemajuan dan modernisme yang ada. Sehingga dari kajian ilmiah ini dapat diketahui gambaran langkah yang dilakukan serta diketahui fenomena dunia informasi medium radio dakwah di tengah-tengah masyarakat.

Maka dari itu, peneliti berkeinginan untuk lebih memperdalam pembahasan ini, sehingga peneliti mengambil judul: *Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM Demak dalam Penyebaran Dakwah Pada Masyarakat Pesisir di Kecamatan Wedung*

B. RUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam penelitian ilmiah. Perumusan masalah berguna untuk mengatasi kerancuan dalam pelaksanaan penelitian, masalah pokok penelitian.

Rumusan masalah di dalam penelitian ini yakni bagaimana strategi dakwah Radio Suara Kota Wali FM Demak dalam penyebaran dakwah pada masyarakat pesisir di Kecamatan Wedung?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yakni dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Radio Suara Kota Wali FM Demak di dalam penyebaran dakwah Islam khususnya pada Masyarakat pesisir

yang ada di Kabupaten demak, tepatnya yakni di Kecamatan Wedung.

Sedangkan manfaat yang dapat digali dan diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan di bidang Dakwah dan Komunikasi terutama pada konsentrasi media Radio korelasinya dengan penyebaran dakwah Islam di tengah masyarakat.
- 2) Sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian lain yang sejenis.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang strategi dakwah Islam melalui media Radio yang ada di tengah masyarakat.
- 2) Penelitian ini dapat didapatkan bagaimana strategi dakwah Islam melalui radio untuk bisa masuk dan diterima masyarakat dan bisa menjadi bahan referensi bagi pelaku dakwah khususnya yang aktif berdakwah melalui Radio.

D. TINJAUAN PUSTAKA

1. **Skripsi Kurniati (1101011), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan KPI, dengan judul, “Dakwah Islam Melalui Media Radio (Analisis terhadap program siaran**

dakwah Islam di Radio CBS 95,9 FM Slawi)”, UIN Walisongo Semarang, 2006.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang dakwah Islam di dalam sebuah program radio yakni Radio CBS FM di Slawi Kabupaten Tegal. Dalam proses penggaliannya lebih memperdalam bagaimana model program hingga teknis yang digunakan di dalam penggarapannya sehingga dapat menjadi program siaran dakwah Islam yang diterima masyarakat atau pendengar.

Penelitian ini memakai teknik analisis di dalam penulisan skripsinya yakni teknik analisis induksi. Adapun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa CBS 95,9 FM Sebenarnya merupakan stasiun radio yang berorientasi profit tetapi melakukan kegiatan dakwah juga melalui siarannya.

Dalam melakukan peran dakwah tersebut Radio CBS 95,9 FM Slawi mengemasnya dengan berbagai cara. Dari segi penggarapan kreatifitas program siaran dakwahnya dikelompokkan dalam insert program, spesial program, dan reguler program.

Sedangkan dari bentuk format program siaran dakwah Islam dapat digolongkan dalam format monologis, format dialogis, format musik dan format uraian yang diselingi dengan musik.

2. **Skripsi Alif Wiji Prahara Wati (61211006), Fakultas Dakwah, Jurusan KPI, dengan Judul, "Strategi Radio Komunitas Islam dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi pada Radio Dais 107.9 FM)", IAIN Walisongo Semarang, 2011.**

Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana strategi radio komunitas Islam yaitu Radio Dais kampus IAIN Walisongo Semarang di dalam memperoleh simpati pendengarnya.

Di dalam penelitian ini, jenis penelitian ini yang dipakai adalah penelitian kualitatif yang menggunakan metode analisis deskriptif dalam analisis datanya.

Penelitian ini menggali bagaimana "strategi" sebagai pilihan tentang cara terbaik untuk mengembangkan organisasi yang dikoordinir dan dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi inti (*core competence*) dalam mendapatkan keunggulan kompetitif di objek yang diteliti.

Berdasarkan penelitian tersebut, yang dilakukan kepada Radio Dais sebagai Radio Dais, ditemukan tiga strategi utama yang digunakan Radio Dais yakni; Strategi Komunikasi, Strategi Penyiaran Radio, Strategi Pemasaran.

3. **Skripsi Rizka Prasti (106051001970), Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan KPI, dengan Judul, "Dakwah Melalui Radio (Analisa Program Cahaya Pagi di**

Radio Alaikassalam Sejahtera Jakarta)", UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana sebuah program siaran di Radio Alaikassalam Sejahtera Jakarta sehingga menjadi sebuah program dakwah visioner yang dapat diterima pendengar khususnya masyarakat Islam.

Di dalam penelitian ini, peneliti mengambil obyek penelitian di Radio Alaikassalam Sejahtera FM Jakarta sebab di radio ini telah menjadi media pengembangan dakwah sebagai solusi pencarian jati diri muslim di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menjelaskan dan menggambarkan fenomena yang ada di tengah masyarakat. Sedangkan tipe atau jenis penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian yang ada di dalam skripsi ini mengungkapkan bahwa Dai yang menyampaikan di dalam obyek (Program Cahaya Pagi) yang ada di RAS FM Jakarta adalah harus berpegang teguh pada unsur-unsur dakwah sebagaimana ajaran Dakwah di dalam Islam. Selanjutnya, setelah berangkat dari fakta induktif bahwa krisis ruhani yang telah menguat di tengah-tengah masyarakat modern membuat masyarakat lebih mementingkan unsur-unsur material semata di

dalam kehidupannya. Sehingga membuat jati diri masyarakat muslim menjadi terkikis.

Oleh karenanya, RAS FM sebagai pengembang sayap dakwah menentukan diri menjadi solusi muslim untuk menemukan jati dirinya kembali yakni melalui program dakwah Cahaya Pagi. Dengan visi menspirit dakwah-nya, RAS FM dikatakan cukup mampu sebagai salah satu motor perjuangan dakwah melalui siaran radionya.

4. **Skripsi Dwi Aryanti (1110051000046), Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan KPI, dengan Judul, "Strategi Dakwah Islam Radio Komunitas Santri di Pondok Pesantren Ummul Quro", UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.**

Penelitian ini bertujuan membahas lebih dalam tentang bagaimana sebuah radio yakni radio Komunitas Santri Ummul Quro, memiliki strategi yang efektif di dalam menyiarkan dakwah Islam pada pendengarnya sehingga menjadi program yang informatif dan berpengaruh pada masyarakat sekitar atau pendengarnya.

Di dalam penelitian ini mengambil obyek penelitian di Radio UQI 107,5 FM. Peneliti menggunakan teknik analisis menggunakan deskriptif kualitatif melalui pendekatan studi kasus.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan teori komunikasi Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur yang menyatakan bahwa media massa dapat mempengaruhi audiens atau masyarakat, karena adanya ketergantungan terhadap media oleh masyarakat.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa strategi dakwah yang digunakan Radio UQI 107,5 FM dalam meningkatkan akhlak masyarakat yakni dengan menyediakan program-program acara yang bersifat informatif serta terdapat unsur dakwah.

Setelah mendalami kasus melalui penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa masyarakat yang ada di sekitar radio menggambarkan minimnya pengetahuan agama. Sehingga di dalam program acara dakwah yang dilakukan Radio UQI 107,5 menghasilkan efek yang ditimbulkan yakni efek *kognitif*, *afektif*, dan *behavioral*.

E. METODE PENELITIAN

Setiap kegiatan ilmiah supaya lebih terarah dan rasional maka diperlukan suatu metodologi yang sesuai dengan obyek yang dikaji. Metodologi penelitian sendiri dapat diartikan sebagai suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian, (Husaini Usman dan Purnomo, 2008:41). Adapun metodologi yang digunakan dalam skripsi ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif, artinya penelitian yang datanya peneliti peroleh dari lapangan, baik berupa data lisan maupun data tertulis (dokumen) yang tidak menggunakan kaidah statistik, (Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 2008:41).

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan fenomenologis, artinya peneliti akan melihat gejala yang terjadi di masyarakat dan memaparkan seperti apa adanya tanpa diikuti persepsi peneliti (*verstehen*).

Dalam melihat gejala yang terjadi, peneliti berusaha untuk tidak terlibat secara emosional, (Lexy J Moleong, 2002:27). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada, (Mardalis, 1999:26)

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio Suara Kota Wali FM Demak.

3. Informan/Subjek Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan informasi yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penarikan sampel secara purposif merupakan cara penarikan sample yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti, (Kuntjojo, 2009:34).

Adapun kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Jajaran Direksi radio Suara Kota Wali FM Demak.
2. Koordinator pelaksana dan kru yang berperan di Radio Suara Kota Wali FM Demak.
3. Pendengar/Masyarakat pesisir di kecamatan Wedung Demak.
4. Informan/narasumber lain yang memiliki informasi yang dalam hal ini dapat dipertanggungjawabkan dan bersedia untuk diwawancarai.

Jumlah informan yang diambil tergantung dari jumlah replikasi kasus yang diinginkan dengan tujuan menggali informasi dan memiliki kekhususan yang ada yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul.

4. Metode Dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data penelitian di peroleh dari :

- i. Data primer, yaitu data yang memperoleh dari hasil wawancara dengan jajaran direksi radio Suara Kota Wali

FM Demak, Koordinator dan kru, serta pendengar/masyarakat di kecamatan Wedung Demak.

- ii. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari komponen-komponen, catatan, laporan-laporan maupun arsip-arsip resmi serta bahan pustaka yang mendukung kelengkapan data primer.

b. Metode Pengumpulan Data

Metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan di sini adalah *interview* (wawancara), observasi, dan dokumentasi. Teknik tersebut digunakan peneliti karena suatu fenomena itu akan dimengerti maknanya secara baik, apabila peneliti melakukan interaksi dengan subyek penelitian di mana fenomena tersebut berlangsung, (S. Margono, 2003:158).

a. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman

(*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Wawancara tersebut dilakukan oleh peneliti dengan jajaran direksi Radio Suara Kota Wali FM, Koordinator dan kru radio, dan pendengar/masyarakat pesisir Wedung Demak.

b. Teknik Observasi

Ada beberapa alasan mengapa teknik observasi atau pengamatan digunakan dalam penelitian ini. *Pertama*, pengamatan didasarkan atas pengalaman secara langsung. *Kedua*, pengamatan memungkinkan peneliti untuk melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.

Hasil observasi dalam penelitian ini dicatat dalam catatan lapangan merupakan alat yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan. Format rekaman hasil observasi catatan lapangan dalam penelitian ini menggunakan format rekaman hasil observasi.

c. Teknik Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, teknik ini merupakan alat pengumpul data yang utama karena pembuktian

hipotesisnya yang diajukan secara logis dan rasional. Hasil pengumpulan data melalui cara dokumentasi ini, dicatat dalam format rekaman dokumentasi.

5. Metode Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis untuk menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan lainnya. Analisis data yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif, artinya apabila data (persepsi) sudah terkumpul kemudian dideskripsikan dan dilaporkan apa adanya, kemudian diambil kesimpulan yang logis, (Winarno Surakhmad, 1994:140). Kemudian selanjutnya hasil pendeskripsian persepsi tersebut dikategorikan berdasarkan metode pendekatan-pendekatan kajian teoritis yang telah dipaparkan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini memuat lima bab termasuk pendahuluan yang masing-masing berkaitan.

BAB I

Pada bab ini merupakan bab pendahuluan yang akan dijadikan sebagai acuan langkah dalam penulisan skripsi ini. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika penulisan, dan tahapan penelitian.

BAB II

Pada bab ini merupakan landasan teori dari penelitian yang berisi: Tinjauan tentang definisi radio, definisi strategi, strategi penyiaran radio, dan dakwah melalui radio untuk masyarakat.

BAB III

Pada bab ini berisi penyajian hasil Penelitian yang meliputi: Profil Radio, Sejarah, Visi dan Misi Radio, Program Radio, Struktur organisasi, Strategi Radio dalam penyiaran dakwah di masyarakat pesisir di kecamatan Wedung Demak.

BAB IV

Bab ini berisi analisis Strategi Radio Suara Kota Wali FM dalam penyiaran dakwahnya di masyarakat pesisir kecamatan Wedung Demak.

BAB V

Bab ini merupakan bagian penutup yang didalamnya berisi kesimpulan dan saran.

G. TAHAPAN PENELITIAN

Tahap-tahap penelitian ini ada 3 (tiga) tahapan dan ditambah dengan tahap terakhir dari penelitian yaitu tahap penulisan laporan hasil penelitian. Tahap-tahap penelitian tersebut adalah:

1. Tahap pra lapangan, yang meliputi: menyusun rancangan penelitian, memiliki lapangan penelitian, mengurus surat izin penelitian, menjajagi dan menilai keadaan lapangan, memilih

dan memanfaatkan informan, menyiapkan perlengkapan penelitian dan yang menyangkut persoalan etika penelitian.

2. Tahap pekerjaan lapangan, yaitu meliputi: memahami latar penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data.
3. Tahap analisis data yang meliputi: analisis selama dan setelah pengumpulan data.
4. Tahap penulisan hasil laporan penelitian.

BAB II

Radio, Strategi Radio dan Radio sebagai Media Dakwah untuk Masyarakat

A. Definisi Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim 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 (Oramahi, 2012: 120).

Riswandi (2009: 2) mengatakan bahwa radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio. Oleh karena itu, ketika khalayak menerima pesan dari pesawat radio, khalayak pada tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan oleh penyiar.

Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepiantas lalu dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan sang penyiar seperti membalikkan halaman koran atau majalah. Karena bersifat sepiantas lalu, informasi yang disampaikan penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar. (Ningrum, 2007: 6).

Radio memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Publisitas: Disebarluaskan kepada publik, khalayak atau orang banyak. Siapa saja bisa mendengar radio, tidak ada batasan tentang siapa yang boleh dan tidak boleh mendengar radio.
- b. Universalitas: Pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya adalah orang banyak.
- c. Periodisitas: Artinya siaran radio bersifat tetap atau berkala, misalnya harian, atau mingguan. Misalnya 19 jam sehari, mulai pukul 05.00 sampai pukul 24.00.
- d. Kontinuitas: Artinya siaran radio berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal mengudara.
- e. Aktualitas: Artinya siaran radio berisi hal-hal yang terbaru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya.

Jika dibandingkan dengan media massa lainnya, radio memiliki karakteristik yang khas sebagai berikut:

- a. Imajinatif: Karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan perkataan lain, pendengar radio bersifat imajinatif. Dengan perkataan lain, radio bersifat *theatre of mind*, artinya radio mampu menciptakan gambar dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan

suara. Pendengar hanya bisa membayangkan apa yang dikemukakan termasuk sosok sang penyiar radio.

- b. Auditori: Sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Karena manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali (*rehearing*) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada penyiar untuk mengulang informasi yang hilang, kecuali ia merekamnya.
- c. Intim: Sebagaimana kita lakukan sehari-hari, kita jarang mendengar acara siaran radio secara khusus. Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.
- d. Identik dengan musik: Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Hanya dengan membeli perangkat radio tanpa harus membayar iuran, hiburan bisa didapatkan.
- e. Memiliki gangguan: Seperti timbul tenggelam/fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*). (Riswandi, 2009: 2-4)

Sedangkan faktor-faktor penunjang efektivitas Siaran Radio yaitu:

- a. Daya langsung

Untuk mencapai sarannya, yakni pendengar, isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses

kompleks. Daya langsung dari radio dapat dirasakan kemanfaatannya oleh kita bangsa Indonesia, baik semasa revolusi maupun setelah kita merdeka sampai sekarang. Bandingkanlah pemberitaan oleh surat kabar dengan berita lewat radio. Pemberitaan surat kabar, harus disusun secara panjang, dikoreksi, dicetak, diangkut kepada agen-agen dan dari agen baru disebarkan untuk pembaca. Sedangkan radio tidak melalui proses yang banyak.

b. Daya tembus

Daya tembus radio siaran di sini, dalam artian tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak bagi radio siaran tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, dengan radio siaran dapat dicapai. Di Indonesia pendengar mudah menikmati siaran radio, jika tidak cocok dengan siarannya pendengar bisa langsung memindahkan acara lainnya.

c. Daya tarik

Faktor selanjutnya yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuatan, ialah daya tariknya yang kuat. Daya tarik ini disebabkan sifatnya serba hidup adanya 3 unsur yakni:

1. Musik
2. Kata-kata
3. Efek suara

Dalam fungsinya sebagai sarana penerangan dan pendidikan, radio dapat menyajikan warta berita atau ceramah-ceramah yang bermanfaat. Dalam hal ini orang-orang yang ingin mengetahui sesuatu dari surat kabar harus menumpahkan seluruh perhatiannya kepadaderetan huruf yang tercetak mati sambil memegang surat kabarnya dengan kedua belah tangannya. Tidak demikian melalui radio, pendengar dapat mendengarkan warta berita atau mengikuti siaran pandangan mata suatu upacara atau pertandingan olah raga dengan bebas dan leluasa seperti halnya dengan menikmati musik, makan, minum, atau mengemudikan mobil.

Dari ketiga faktor itulah daya langsung, daya tembus, dan daya tarik, menyebabkan radio diberijulukan "*the fifth estate*". (Effendy, 1990: 74-80).

B. Definisi Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yakni "stratego" yang memiliki arti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif (Arsyad, 2005: 25). Dalam makna yang lebih luas, strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi; yakni pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi sebuah organisasi (Kaye, 2005: 3). Sedangkan secara definitif, strategi dimaknai dengan atau sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan tertentu (A. Lus Y. Tratianto, 2010: 168).

Di dalam konteks komunikasi, dibutuhkan panduan perencanaan dalam komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi (*Management Communication*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-sewaktu tergantung pada situasi dan kondisi (Effendi, 1988: 35).

Dalam menyusun strategi komunikasi terdapat empat faktor yang harus diperhatikan. *Pertama*, mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

Kedua, menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari sebuah pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Ketiga, menetapkan metode, dalam hal ini metode penyampaian dapat di lihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode

redundancy (repetition) dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua, menurut bentuk isinya, dikenal metode-metode berikut: *informatif, persuasif, edukatif, kursif*.

Metode *redundancy* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Sedangkan metode *canalizing* yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki (Fajar, 2010: 199-200).

Sebagaimana dijelaskan yakni dalam bentuk isi, metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Sedangkan metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.

Selanjutnya, metode edukatif, memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Yang terakhir yakni metode kursif, yang mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan/ide yang dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh.

Keempat yaitu pemilihan media komunikasi. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat (Effendi, 1988: 42).

C. Strategi Penyiaran Radio

Di dalam prosesnya, sebuah radio yang di dalamnya memiliki visi dan peranan dakwah Islam memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran. Sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik.

Seluruh kru yang menggeluti dunia siaran ini pun harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka. Pengetahuan dan pengalaman tersebut merupakan modal yang utama dalam menentukan operasional yang akan ditempuh guna memikat khalayak pendengar.

Faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan programming atau penata acara (Prayuda, 2005: 43).

Hal ini merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya, sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan image stasiun penyiaran radio. Setiap program siaran

harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran.

Strategi program ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari:

a. Perencanaan Program

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapnyanya. Perencanaan meliputi: perencanaan produksi, dan pengadaan materi siaran yang disusun menjadi rangkaian mata acara harian, mingguan, dan juga bulanan, perencanaan saran dan pra sarana, serta perencanaan masalah administrasi (Triartanto, 2010: 96).

Dalam pengelolaan program siaran harus mempertimbangkan beberapa hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan: *product* yang artinya materi program yang disukai pendengar, sedang *price* artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, kemudian *place* artinya kapan waktu siar acara yang tepat, selanjutnya *promotion* yang artinya bagaimana memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor (Morrisan, 2008: 201-202).

Perencanaan merupakan bagian dari Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi siaran yang harus dipatuhi

oleh setiap *broadcaster*. Standar Operasional Prosedurnya meliputi:

1. *Planning*. Perencanaan produksi paket siaran melalui diskusi kelompok oleh tim kreatif bersama para pelaksana siaran lainnya. Hasil *planning* berupa proposal yang memuat nama acara, target pendengar, tujuan dan target pendengar, penempatan siar, sumber materi kata-kata, musik, durasi, biaya produksi, promosi serta kru yang akan terlibat dalam produksi seperti produser, presenter, operator dan penulis naskah.
2. *Collecting*. pengumpulan materi musik dan data yang akan dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber. Hasil *collecting* berupa materi siaran yang memadai dan siap olah untuk produksi acara.
3. *Writing*. Seluruh materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk selanjutnya ditulis secara utuh dalam kalimat yang siap baca atau disusun sedemikian rupa yang dirangkai dengan naskah pembuka-penutup atau naskah selingan.
4. *Vocal Recording*. Perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekaman.
5. *Mixing*. Penggabungan materi vocal presenter dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator atau *mixermen* dengan perangkat teknologi analog atau digital

sehingga menghasilkan paket acara yang siap siar. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara.

6. *On air*. Penayangan acara sesuai jadwalnya yang telah direncanakan. Khusus untuk produksi siaran yang bersifat langsung (*live*), tidak perlu vocal recorded terlebih dahulu.
7. *Evaluation*. Sesuai siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersama oleh tim produksi untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi meliputi apa saja kelemahan materi, teknis, koordinasi tim dan sebagainya (Masduki, 2005: 46).

Menurut Onong Uchyana Effendi, perencanaan siaran dibagi kedalam tiga periode, yaitu:

- 1) Rencana siaran bulanan

Siaran acara skala bulanan disusun hanya pada garis besarnya saja, yaitu berupa jenis program yang akan disiarkan seperti program hiburan, pendidikan, pemberitaan dan lain-lain. Jenis siaran ditentukan oleh staf siaran dalam sebuah pertemuan khusus yang membahas tentang kesempurnaan produksi siaran, melihat kekurangan-kekurangannya, dan menetapkan hal-hal yang akan memuaskan pendengar.

- 2) Rencana siaran mingguan

Rencana ini merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan yang meliputi siaran selama tujuh hari. Judul, jenis, topik dan penyelenggaraannya dicantumkan karena sudah pasti. Dicantumkan pula format penyaji acara, apakah akan disiarkan secara langsung (*live*) atau rekaman. Dalam rencana siaran mingguan dicantumkan nama-nama penyiar dan operator untuk masing-masing acara, serta petugas pengganti bila berhalangan.

3) Rencana siaran harian

Dalam rencana ini dicantumkan secara rinci dan lengkap dari menit ke menit mulai dari pembukaan (*opening*) sampai penutup (*closing*) siaran. Rencana siaran harian merupakan pegangan penyiar dan operator. Dalam naskah itu tercantum judul acara, produser, jenis penyajian, nama penyiar dan operator hingga ke playlist lagu (Effendi, 1978: 123-125)

b. Produksi Program

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in-house production*). Membeli program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan produksi memadai namun memiliki ide untuk dikembangkan. Program siaran di radio sangat banyak dan

beragam kemasannya lima diantaranya adalah, produksi siaran berita dan informasi, iklan, jingle, talk show, interaktif, info-hiburan (Masduki, 2005: 69).

Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur-unsur daya tarik. Radio memiliki tiga unsur daya tarik yang melekat padanya, yakni:

1. Kata-kata lisan (spoken words),
2. Musik (music)
3. Efek suara (sound effect).

Dengan dihiasi musik dan didukung efek suara, seperti suara binatang, hujan atau badai, mobil atau pesawat terbang, dan lain-lain, suatu acara yang membuat radio menjadi hidup. (Effendy, 2004:107–108).

c. Eksekusi Program

Eksekusi di dalam program yang diterapkan mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan.

Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio dan televisi harus dapat menemani aktivitas apapun.

Suatu program dapat disusun dengan runtut, rinci, dan terarah karena adanya panduan dalam operasionalisasi siaran yang disebut sebagai format clock, yaitu pola atau pedoman terhadap isi acara berbentuk diagram yang terdiri dari unsur-unsur isi/item materi siaran (*station call*), keterangan durasi ucapan penyiar, jumlah lagu, jumlah iklan, bentuk-bentuk insert, serta keterangan lainnya.

Pembagian waktu tersebut mengacu terhadap pola perilaku audien dalam meluangkan waktu mendengarkan radio. Perilaku audien terkait dengan:

- i. Jumlah audien, pada radio jumlah audien lebih banyak pada pagi hari atau sore hari (*Drive time hours*) yaitu saat orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan menuju ke kantor dan pulang ke rumah.
- ii. Audien konstan, bahwa pada umumnya orang cenderung bertahan pada satu stasiun sampai menyaksikan suatu program yang menurutnya tidak menarik. Namun jika audien menemukan seluruh program tidak menarik maka perilaku audien akan memilih program yang menarik. Berbagai data yang di peroleh dari lembaga rating menunjukkan bahwa jumlah audien secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, setiap stasiun harus berjuang memperebutkan jumlah audien yang selalu tetap (Morissan, 2008: 192-193).

iii. Aliran audien, yaitu perpindahan yang terjadi setiap berakhirnya suatu program. Aliran audien terbagi menjadi:

1) Aliran ke luar (*outflow*)

Audien meninggalkan stasiun lalu menuju ke stasiun lain

2) Aliran ke dalam (*inflow*)

Masuknya audien dari stasiun lain

3) Aliran tetap (*flowtroght*)

audien tidak berpindah.

iv. Tuning inerta, yakni sebuah kecenderungan audien untuk memilih salah satu stasiun favoritnya. Kelima yaitu pengaruh demografis, format siaran radio sangat selektif dalam memilih usia audiennya. Format contemporary, rock, dan top-40 menarik bagi kelompok remaja atau pemuda berusia 20 tahun. Format klasik, ditujukan untuk usia 30-an atau 40-an. Sedangkan audien berusia 50 tahun ke atas lebih menyukai format berita, dan lagu-lagu lama (Morissan, 2008: 194)

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle yang dikutip Morrisian dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- i. Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- ii. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku
- iii. Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan
- iv. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program
- v. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan (Morissan, 2009: 315).

e. Strategi Pemasaran Radio

Bagian pemasaran di radio berfungsi sebagai tenaga penjual terhadap program dan profil khalayaknya. Suatu program dapat dikatakan berhasil, jika program tersebut mempunyai pendengar yang banyak, sesuai dengan target sasaran segmentasinya. Strategi merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan, menurut Kottler sebagaimana dikutip Morissan terdiri dari atas tiga tahap, yaitu:

1. Segmentasi

Segmentasi audien adalah strategi untuk memahami struktur audien dan pemasaran program. Eric Berkowitz sebagaimana dikutip Morissan mendefinisikan segmen pasar sebagai membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang jelas, yang memiliki kebutuhan sama dan memberikan respon sama terhadap suatu tindakan pemasaran.

Khalayak audien bersifat heterogen oleh karena itu, harus mampu memilih segmen-segmen audien tertentu saja. Dengan memahami siapa audiennya, praktisi penyiaran dapat menentukan bagaimana cara menjangkaunya, program yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan audien dari program pesaing. Segmentasi diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara baik, memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang.

Dasar-dasar dalam melakukan segmentasi audien yang terdiri dari; *Pertama*, segmentasi demografis, segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya: usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, agama, suku dan kebangsaan.

Kedua, segmentasi geografis, segmentasi ini membagi khalayak audien berdasarkan jangkauan geografis. *Ketiga*, yaitu segmentasi Geodemografis ini dalam konsep segmentasi ini, khalayak yang tinggal di suatu wilayah geografis tertentu diyakini memiliki karakter demografis yang sejenis (namun wilayah geografis harus sesempit mungkin, misalnya kawasan-kawasan pemukiman atau kelurahan).

Keempat, segmentasi psikografis yaitu segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya

menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang (Morissan, 2008: 170-178).

2. Target Audien

Target audien adalah memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. *Targeting* disebut juga dengan *selecting*, karena audien harus diseleksi. Menurut Clancy dan Shulman sebagaimana dikutip Morissan mengatakan bahwa ada empat kriteria yang harus dipenuhi pengelola media penyiaran untuk mendapatkan audien sasaran yang optimal yaitu: responsif, potensi penjualan, pertumbuhan memadai, jangkauan iklan. Target audien mempunyai dua fungsi yaitu, menyeleksi audien sasaran sesuai kriteria-kriteria tertentu dan menjangkau audien sasara tersebut (*reaching*) (Morissan, 2008: 184-187).

3. Positioning

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek, atau perusahaan di dalam otaknya. Dengan demikian, positioning harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan langkah tepat (Morissan, 2008: 189). Sementara itu Temmy Lesanpura dikutip A.Lus Y. Triartanto mengungkapkan bahwa dalam menyusun radio positioning stasiun radio harus:

- a. Menjadi stars (stasiun radio) “yang pertama” dalam sebuah/sesuatu hal
- b. Menampilkan station identity atau ciri khas
- c. Menetapkan target audien/segmentasi
- d. Nama dan slogan yang menarik, tetap untuk menyatakan positioning
- e. Sajian format yang sesuai dan konsisten yang dikehendaki audien
- f. Musik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pendengar
- g. Menyajikan keunggulan pada acara tertentu yang sesuai dengan format siaran
- h. Bahasa siaran yang sesuai dan menunjukkan positioning.
- i. Kegiatan off air yang sesuai dengan kebutuhan target audien
- j. *Air personality* (penyiar) yang dapat membawa acara sesuai positioning
- k. Tidak meniru stars lain (Triartanto, 2010: 59-60).

Maka, sangatlah perlu sebuah radio melakukan usaha untuk meraih posisi yang tepat dalam ingatan pendengar sehingga mampu membentuk suatu image dengan menampilkan kekhasan yang dapat membedakan dengan stasiun radio lain. Keberadaannya dalam lingkup yang

merupakan salah satu pusat dari kegiatan dan perkembangan Islam, menempatkan Radio Dakwah Islam mengemban misi dakwah sebagai kepanjangan tangan dalam penghubung antara Allah dengan umat-Nya.

D. Radio Sebagai Media Dakwah untuk Masyarakat

Dakwah atau tabligh merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut (Tasmara, 1997: 31). Dakwah memiliki tujuan yang bersifat sosial yaitu menghasilkan kehidupan damai, sejahtera, bahagia, dan selamat.

Hal ini dapat dipahami sebab dakwah akan merentangkan jalan menuju kehidupan yang Islami yaitu damai, selamat, bahagia dan sejahtera, dengan Islam selaku penyerahan diri secara mutlak kepadaNya, dan memeluk Islam sebagai agama (peraturan hidup dari Tuhan) pula, dengan terlebih dahulu beriman atau percaya kepadaNya. Jika tujuan itu tercapai maka hal itu merupakan efek dari dakwah yang sangat didambakan.

Dakwah memulai perhatiannya pada dimensi kepercayaan atau akidah yaitu masalah yang paling fundamental dan sensitif bagi manusia, karena secara prinsipil kepercayaan itu sangat diperlukan oleh manusia dalam hidupnya. Dengan adanya kepercayaan itulah lahir nilai-nilai yang menopang budaya dan peradaban manusia. (Arifin, 2011: 24-25).

Untuk mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, penyelenggaraan dakwah tidak mungkin dilakukan oleh perseorangan, tetapi harus dilaksanakan dengan kerja sama dalam kesatuan yang rapi dan terencana serta mempergunakan sistem kerja yang efektif dan efisien (Shaleh, 1977:3).

Dakwah, khususnya di dalam proses komunikasi sosial, peranan media massa yang ideal khususnya radio yang memiliki fungsi sebagai media publik selayaknya mampu mewedahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan para pendengarnya. Dalam menerima pesan dakwah, masyarakat berbeda-beda dalam menerimanya. Begitu juga kepastian tingkat efektifitas pemanfaatan media dakwah. Radio dalam proses dakwahnya berbeda dengan keberadaan media dakwah lainnya. Misalnya dalam penyiaran-penyiaran yang berupa ceramah tentang keagamaan yang semuanya itu merupakan upaya penyebaran ajaran yang mudah diterima masyarakat sebagai pedoman hidup guna memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dalam kegiatan dakwah keberadaan radio memiliki posisi penting dalam penyampaian materi dakwah dalam bentuk-bentuk pidato dan ceramah atau kuliah. Pesawat radio dapat menjangkau pendengarnya dalam jarak jauh dan meluas. Oleh karena itu radio merupakan media yang cukup efektif dalam penyampaian dakwah untuk semua kalangan.

Radio dakwah adalah sebuah media dakwah yang didirikan oleh masyarakat Islam yang bertujuan untuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar dalam rangka mewujudkan masyarakat yang terbaik (Musyafak, 2009: 5). Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efisien. Hal ini nampak dari adanya bentuk yang sederhana tanpa harus bertemu antara da'i dan madl'unya. (Ghazali, 1997: 37).

Sebagai media dakwah radio memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan, di antara kelebihanannya adalah:

- 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 audience atau pendengar cukup di rumah.
- e. Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan informasi secara cepat dan akurat.
- f. Pesawat radio mudah dibawa kemana-mana.

Sedangkan keterbatasan atau kekurangan radio sebagai media dakwah antara lain:

- a. Siaran hanya sekali didengar (tidak dapat diulang) kecuali memang dari pusat pemancarnya.

- 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 (Syukir, 1983: 176).

Melalui radio, kita mendapat kesempatan yang memudahkan untuk menyiapkan judul dan menyusunnya, haruslah dijaga supaya kata-katanya mudah, isinya singkat, menjauhkan kata-kata yang susah mengucapkannya, dan menggantinya dengan kalimat yang gampang dan mudah, karena dalam bahasa Arab terdapat banyak persamaan arti kata-kata. Pembicara sadar akan dirinya, mana kalimat yang mudah diucapkan dan kalimat serta huruf yang sukar diucap. (Syihata, 1986: 62).

BAB III

Gambaran Umum Radio Suara Kota Wali FM

A. Sejarah Radio Suara Kota Wali FM

RSPD merupakan Radio Siaran Milik Pemerintah Daerah Tingkat II yang berdiri sejak tahun 1970. Maksud dari pendirian RSPD adalah untuk membantu siaran RRI yang belum dapat menjangkau seluruh daerah pedesaan di Daerah Tingkat II (Kabupaten). Dengan dasar SK Menpen nomor : 71/ 263 / PP / Menpen / 1970.

Didalam operasionalnya Pembinaan dan pengawasannya dilakukan oleh Bupati / Walikotamadya. Sedangkan struktur organisasinya RSPD dibawah Sub. Bag. RSPD pada Bagian Humas Dati II. Hal ini sesuai dengan Surat Edaran Mendagri nomor 482 / 1918 / SJ tanggal 11 Juli 1990 dan Surat Edaran nomor 001 / 13 / SJ tanggal 4 Januari 1993.

Dari penjelasan di atas bahwa sejarah keberadaan RSPD adalah untuk membantu siaran RRI yang merupakan alat komunikasi pemerintah pusat dan pemerintah daerah untuk memberikan kepada masyarakat terutama di pedesaan tentang kegiatan program pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah. Dengan begitu RSPD adalah merupakan Radio Publik yang mempunyai misi khusus penyampaian informasi pembangunan kepada masyarakat luas.

Sedangkan RSPD Demak sejak berdiri berlokasi dilingkungan Sekretariat Kabupaten. Hingga pertengahan era 80an pindah lokasi di Jalan Sultan Fatah No. 3 Demak, dengan gelombang 1557 KHZ dan menempati gedung bekas perpustakaan daerah. Pada tahun 2000 RSPD memiliki gedung sendiri yang lokasinya masih satu kompleks dengan gedung yang lama, hanya bergeser lebih kurang 20 meter hingga sekarang.

Berdasarkan Laporan Hasil Rapat Kerja Komisi A (Bidang Pemerintahan) DPRD Kab. Demak dengan nomor 57 / KOM. A / DPRD / 2002 Tahun 2002 menyatakan bahwa usulan RSPD menjadi RSKW (Radio Suara Kota Wali) segera direalisasikan yaitu dengan tindak lanjut pembangunan pemancar FM. Pada tanggal 20 April 2004 Dinas Perhubungan dan Telekomunikasi Propinsi dan Forum Komunikasi Penyiaran melakukan pengukuhan frekwensi dan tehnis lain disetiap radio. Dan pada tanggal 4 mei 2004 ditetapkan frekwensi baru untuk RSKW yang semula 107 FM pindah menempati frekwensi 104.8 FM di kanal 173. Berikut foto kantor RSKW di Jalan Sultan Fatah No.1 Demak 59511.



B. Visi dan Misi Radio Suara Kota Wali FM

Adapun visi dan misi dari Radio Suara Kota Wali FM adalah sebagai berikut:

Visi:

“Menjadi media publik lokal yang informatif dan komunikatif.”

Misi:

- a. Mewujudkan visi dari segi program
- b. Mewujudkan media radio yang mampu membangkitkan partisipasi masyarakat menuju *good governance*
- c. Mewujudkan visi dari segi teknis
- d. Mengembangkan sistem teknologi penyiaran modern yang dapat diakses publik secara cepat dan massal
- e. Mewujudkan visi dari segi Manajemen
- f. Mewujudkan manajemen profesional melalui peningkatan kapasitas dan kualitas broadcasting
- g. Berdasarkan latar belakang
- h. Mengangkat informasi dan daya saing potensi lokal.

(Sumber:<http://suarakotawali.demakkab.go.id/index.php/188-2/>)

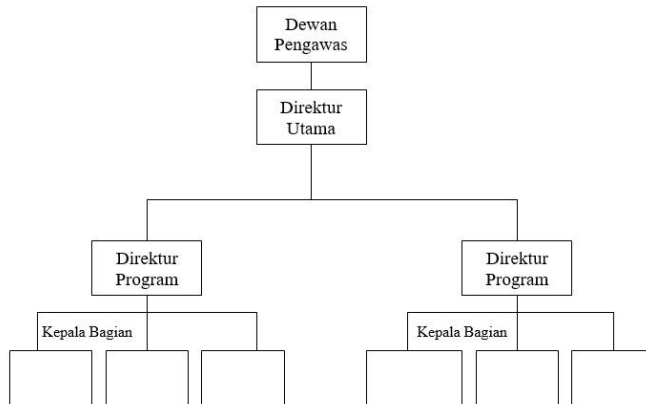
C. Struktur Organisasi dan Alokasi Pekerjaan Radio Suara Kota Wali FM

1. Bagan Struktur Organisasi

Bagan dan struktur organisasi secara umum mengacu pada ketentuan yang ditetapkan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Lembaga

Penyiaran Publik Lokal dan KPID Propinsi Jawa Tengah tentang contoh SK dan Peraturan Daerah dalam rangka pendirian Radio Publik.

Selengkapnya dapat digambarkan sebagai berikut:



2. Rincian Kerja Tiap bagian

a. *Dewan Pengawas*

- 1) Mengawasi kinerja Dewan Direksi
- 2) Mengawasi siaran
- 3) Menjamin bahwa Lembaga Penyiaran Publik Demak tetap berorientasi kepada publik
- 4) Menampung aspirasi, kritik, keluhan masyarakat untuk selanjutnya disampaikan kepada Dewan Direksi
- 5) Meminta dan menerima masukan, saran atau pendapat mengenai Siaran/acara sebagaimana dimaksud poin 4 (empat)

- 6) Memilih dan mengangkat Dewan Direksi yang berjumlah sesuai dengan kebutuhan

b. Dewan Direksi

- 1) Menentukan program umum lima tahun LPPL Demak Dewan Direksi
- 2) Menjabarkan program umum dari Dewan Pengawas selama lima tahun
- 3) Mengangkat dan menghentikan staf, karyawan di radio publik Demak
- 4) Menetapkan kebijakan operasional untuk kemajuan radio publik Demak sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku
- 5) Menjamin siaran yang dilakukan tidak melanggar P3/SPS yang ditetapkan KPI
- 6) Melayani hak publik akan informasi yang independent, netral dan TIDAK komersil
- 7) Turut mengembangkan seni budaya masyarakat/khalayak
- 8) Menjalin komunikasi yang sehat antara masyarakat

c. Direktur Utama

- 1) Mengelola dan mengembangkan LPPL sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan
- 2) Menyusun rencana umum dan rencana program penyiaran jangka pendek maupun jangka menengah

- 3) Menyusun dan menetapkan prioritas pengembangan lembaga dan program penyiaran
- 4) Mengkoordinasikan kegiatan dibidang program dan usaha
- 5) Evaluasi dan pelaporan hasil pelaksanaan tugas

d. *Direktur Umum*

- 1) Mengkoordinasikan kegiatan administrasi keuangan, teknik dan marketing
- 2) Menyusun anggaran dan pendapatan jangka pendek dan menengah lembaga
- 3) Menyusun kebutuhan/formasi SDM lembaga sesuai kebutuhan
- 4) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugas

e. *Direktur Program*

- 1) Menyusun program siaran jangka pendek maupun jangka panjang
- 2) Menyusun elemen dan materi program siaran beserta kelengkapannya
- 3) Mengkoordinasikan kegiatan produksi program, musik programmer dan pemberitaan
- 4) Mengkoordinasikan kegiatan peliputan lapangan
- 5) Melaksanakan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan bidang tugas

f. *Bagian Produksi Program*

- 1) Menyiapkan dan menyusun materi program yang akan disiarkan
- 2) Menyiapkan asesoris program sesuai dengan materi dan format siaran
- 3) Merekam semua lagu sesuai dengan format yang telah ditentukan kedalam program computer
- 4) Produksi rekaman semua iklan, PE dan penunjang program acara lainnya
- 5) Mengkoordinir dan membuat jadwal ruang produksi untuk rekaman dengan persetujuan direktur program
- 6) Memberikan laporan secara periodic tentang tugas dan tanggung JAWAB kepada atasan.

g. *Bagian Programmer Musik*

- 1) Menyusun format musik untuk seluruh program acara dengan persetujuan direktur program.
- 2) Pengadaan musik (pembelian kaset) sesuai dengan format musik yang telah ditetapkan .
- 3) Membina hubungan baik dengan produser rekaman penyanyi dan musisi sebagai penunjang pengadaan materi lagu.
- 4) Pemeliharaan dan pengelolaan ruang discotik.
- 5) Memberikan laporan secara periodic tentang tugas dan tanggung jawab kepada atasan.

h. Bagian Pemberitaan

- 1) Menyiapkan dan menyusun materi berita/informasi yang akan disiarkan.
- 2) Mengkoordinasikan tugas-tugas peliputan untuk para reporter
- 3) Mengkoordinasikan kegiatan gate keeper.
- 4) Menyusun jadwal kegiatan dialog interaktif sesuai format yang telah ditetapkan.
- 5) Menyusun jadwal siaran bagi penyiar, gate keeper dan reporter
- 6) Memberikan laporan secara periodic tentang tugas dan tanggung jawab kepada atasan.

i. Bagian Marketing

- 1) Penyiapan bahan-bahan penyusunan rencana umum program
- 2) Penyiapan bahan-bahan penyusunan dan penetapan prioritas program anggaran pendapatan
- 3) Menemui klien untuk menawarkan proposal program acara yang sudah ditetapkan.
- 4) Menyampaikan ke klien tentang spot iklan yang hendak di putar untuk memperoleh persetujuan .
- 5) Menyampaikan order iklan/invoice, laporan pemutaran iklan dan penagihan pembayarannya.

- 6) Memberikan laporan secara periodic tentang tugas dan tanggung jawab kepada atasan.

j. Bagian Administrasi dan Keuangan

- 1) Membantu pengelolaan, pengembangan, pembinaan dan pengawasan program anggaran pendapatan dan pemanfaatan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan .
- 2) Membantu menyiapkan bahan-bahan penyusunan rencana umum program anggaran pendapatan dan pemanfaatannya.
- 3) Membantu menyiapkan bahan-bahan penyusunan dan penetapan prioritas program anggaran pendapatan .
- 4) Membantu menyiapkan bahan-bahan evaluasi dan pelaporan hasil pelaksanaan dalam pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan
- 5) Memberikan laporan secara periodic tentang tugas dan tanggung jawab kepada atasan.

k. Bagian Teknik

- 1) Membantu pengelolaan dan pengembangan peralatan teknis sesuai dengan tujuan dan sasaran .
- 2) Membantu menyiapkan bahan penyusunan rencana umum pengelolaan dan pengembangan teknis peralatan untuk jangka pendek dan panjang.

- 3) Membantu pembinaan dan pengawasan perangkat/peralatan teknis dan kegiatan dalam lingkup secukupnya.
- 4) Perawatan peralatan secara berkala dan memperbaiki perangkat teknis apabila ada yang rusak.
- 5) Memberikan laporan secara periodic tentang tugas dan tanggung jawab kepada atasan.

(Sumber:

<http://suarakotawali.demakkab.go.id/index.php/kelembagaan/>)

D. Sumber Daya Manusia Radio Suara Kota Wali FM

1. Kebutuhan SDM

Secara umum kebutuhan SDM Radio Suara Kota Wali tidak terlalu banyak membutuhkan personil. SDM saat ini berjumlah 12 orang telah memberikan kontribusi yang luar biasa. Kedepan komunitas SDM akan disesuaikan dengan perkembangan jaman.

2. Spesifikasi SDM

Untuk saat ini spesifikasi SDM yang ada, 3 diantaranya merupakan sarjana komunikasi. 3 orang lainnya sedang menempuh pendidikan di jurusan komunikasi. Sedangkan sisanya merupakan lulusan SLTA. Namun jika dilihat dari segi kualitas, maka lulusan SLTA yang berada di Radio Suara Kota Wali telah memiliki ketrampilan yang memadai untuk sebuah radio siaran.

Kualitas ini tentu saja akan terus ditngkatkan seiring kemajuan jaman dan perkembangan ilmu broadcasting.

3. Sistem Perekrutan

Dalam hal perekrutan terutama karyawan baru, Radio Suara Kota Wali memiliki standar tertentu yang harus dimiliki oleh setiap calon karyawan. Setiap calon karyawan akan melalui beberapa tahapan hingga dapat menjadi karyawan tetap Radio Suara Kota Wali. Tahapan tersebut dimulai dari tes tertulis, psikologi, wawancara hingga training selama 3 (tiga) bulan.

4. Penggunaan SDM Lokal

Seluruh SDM yang dimiliki oleh Radio Suara Kota Wali merupakan produk lokal Kabupaten Demak. Dalam artian, seluruh karyawan Radio Suara Kota Wali berdomisili di Kabupaten Demak, sehingga tidak mengganggu kinerja karyawan.

(Sumber: <http://suarakotawali.demakkab.go.id/index.php/sumber-daya-manusia/>)

E. Program Siaran

1. Acara Harian

Jam Siar	Nama Acara	Materi Inti	Materi selingan	Materi Lagu
05.15 - 05.30	Mukadimah	Buka Acara		Ayat Suci Al Quran
05.30 -	Embun Pagi	Dakwah Islam		Pop Islami

06.00				
06.00 - 07.00	Semangat Pagi	Insert Berita	Request	Campursari & Dangdut Remix
07.00 - 08.00	Kabar Pagi	Info Umum		Indo Hits 2000
08.00 - 09.00	Gema Media	Head Line Media Cetak		Indonesia Baru
09.00 - 10.00	Harmoni Wanita	Tips Sehat, Cantik, Karier	Request	Melo
10.00 - 11.00	Harmoni Wanita	Tips Sehat, Cantik, Karier	Request	indonesia lama
11.00 - 12.00	Delta	Release Berita Wilayah Demak	Live Report Request	Indo 2010<

2. Acara Khusus Sepekan

Hari	Jam	Nama Acara	Materi	Lagu
Senin	21.00 - 22.00	Legenda	Info Kenangan	Iwan Fals, Ebiet, Koes Plus, Panbers, Mercys
Senin Selasa	10.30 - 11.30	Fokus Kota Wali	Program, Isu, Potensi	Pop Indonesia

Rabu			Daerah	
Jum'at	12.00 - 13.00	Nada Islami	Penghantar Sholat Jum'at	Qosidah / Islami
Jum'at	16.00 - 17.00	Tartil Qur'an	Seni Baca Al Quran	
Sabtu	21.00 - 22.00	Curhat Kasih	Surat Ungkapan Hati	Indonesia Pop
Sabtu	22.00 - 23.00	Legenda	Request	Lagu lama / melo
Minggu	08.00 - 09.00	Arena Si Kecil	Kisah Lagu (Dongeng)	Lagu Anak- Anak
Minggu	09.00 - 10.00	Tangga Lagu	Lagu Baru Hits	Indonesia Pop
Minggu	11.00 - 12.00	Sunday Music Special	Request	Indonesia & Barat Baru
Minggu	12.00 - 14.00	Kilas Balik 90	Insert Trending	Indonesia Era Tahu 90
Minggu	14.00 - 15.00	Tembang Indi	Kreasi Band Anak Sekolah	Lagu Karya Sendiri

(Sumber: <http://suarakotawali.demakkab.go.id/index.php/148-2/>)

F. Karakteristik Masyarakat Wedung

Karakteristik masyarakat pesisir berbeda dengan karakteristik masyarakat agraris atau petani. Dari segi penghasilan, petani mempunyai pendapatan yang dapat dikontrol karena pola panen yang terkontrol sehingga hasil pangan atau ternak yang mereka miliki dapat ditentukan untuk mencapai hasil pendapatan yang mereka inginkan. Berbeda halnya dengan masyarakat pesisir yang mata pencahariannya didominasi dengan nelayan. Nelayan bergelut dengan laut untuk mendapatkan penghasilan, maka pendapatan yang mereka inginkan tidak bisa dikontrol. Nelayan menghadapi sumber daya yang bersifat *open acces* dan beresiko tinggi. Hal tersebut menyebabkan masyarakat pesisir seperti nelayan memiliki karakter yang tegas, keras, dan terbuka (Satria, 2002:27)

Selain itu, karakteristik masyarakat pesisir dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya: aspek pengetahuan, kepercayaan (teologis), dan posisi nelayan sosial. Dilihat dari aspek pengetahuan; masyarakat pesisir mendapat pengetahuan dari warisan nenek moyangnya misalnya: untuk melihat kalender dan penunjuk arah maka nelayan menggunakan rasi bintang. Sementara, dilihat dari aspek kepercayaan; masyarakat pesisir masih menganggap bahwa laut memiliki kekuatan *magic* sehingga mereka masih sering melakukan adat pesta laut atau sedekah laut. Namun, dewasa ini sudah ada dari sebagian penduduk yang tidak percaya terhadap adat-

adat seperti pesta laut tersebut. Mereka hanya melakukan ritual tersebut sebagai formalitas semata. Begitu juga dengan posisi nelayan sosial pada umumnya, nelayan tergolong kasta rendah.

Kehidupan sosial budaya masyarakat pesisir dan pulau-pulau kecil di Indonesia sangatlah beragam. Perkembangan sosial budaya ini secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh faktor alam.

Adat istiadat suku yang bermukim di wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil sangatlah beragam. Di beberapa tempat sering dijumpai adanya budaya pengaturan lahan laut atau sering disebut Hak ulayat laut. Aturan-aturan semacam ini merupakan satu kearifan lokal yang perlu dihargai sesuai dengan UUD 1945 Pasal 18B ayat 2 yang disebutkan bahwa Negara mengakui dan menghormati kesatuan-kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak-hak tradisionalnya sepanjang hidup dan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang diatur dengan Undang-Undang.

Kebudayaan masyarakat pesisir dapat diartikan sebagai keseluruhan pengetahuan atau sistem kognisi yang ada dan berkembang pada masyarakat pesisir, yang isinya adalah perangkat-perangkat model pengetahuan yang secara selektif dapat digunakan untuk memahami dan menginterpretasi lingkungan yang dihadapi untuk mendorong dan menciptakan kelakuan-kelakuan yang diperlukan.

Masyarakat pesisir memerlukan bentuk kegiatan nyata yang dapat membangun ekonomi mereka tanpa menghilangkan kultur dan karakteristik dari masyarakat pesisir tersebut. Maka diperlukan bentuk kegiatan yang berbasis masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang no.22 tahun 1999 tentang desentralisasi dan otonomi daerah yang memberikan wewenang kepada daerah untuk mengurus sendiri segala urusan daerahnya. Begitu juga dengan wilayah pesisir, ketua masyarakat atau kepala suku dapat bekerjasama dengan penduduk untuk mengurus pesisir dan lautnya sesuai dengan adat mereka.

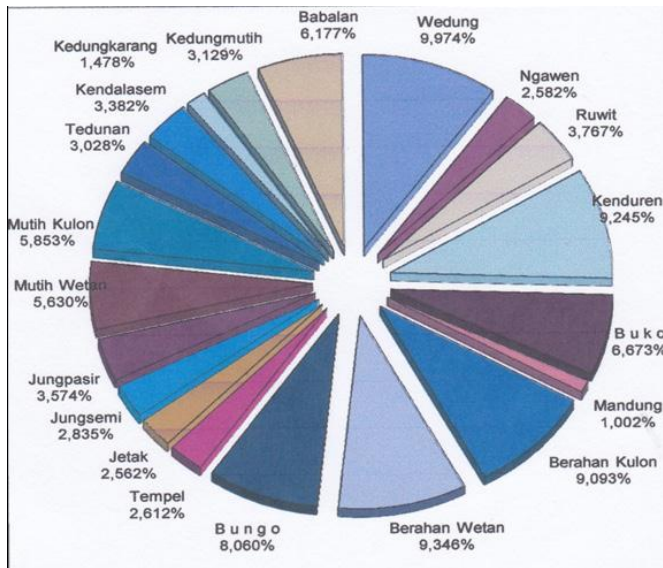
Tradisi masyarakat pesisir sangat kental dengan aktivitas bahari, jauh sebelum teknologi mesin modern digunakan pada perahu-perahu nelayan. Bagi masyarakat daerah pesisir, menangkap ikan dengan cara yang tradisional selain untuk melestarikan budaya pendahulu juga dianggap sebagai cara yang tepat untuk tetap bisa bersahabat dengan alam sekitar yang telah menjadi tempat penghasilan kehidupan nelayan.

Jika secara demografi, masyarakat pesisir dianggap berkarakter keras, tegas dan tidak mudah diatur menjadi sebuah ciri masyarakat pesisir dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Tentunya, masyarakat pesisir juga mempunyai gaya atau model sendiri dalam berkomunikasi dengan orang lain, maupun orang luar wilayah pesisir. Walaupun demikian, masyarakat pesisir tetap menjadi bagian dari masyarakat Indonesia yang masih mempertahankan budaya dan tradisi pesisiran.

Kecamatan Wedung merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Demak. Sebelah utara wilayah ini berbatasan dengan Kabupaten Jepara, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Mijen, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Bonang, serta sebelah barat berbatasan dengan Laut Jawa. Jarak terjauh dari barat ke timur adalah sepanjang 20 km.

Secara administratif Kecamatan Wedung terdiri dari 20 desa, 26 dusun serta 107 RW dan 434 RT. Seluruh desa di Kecamatan Wedung yaitu: Desa Wedung, Ngawen, Ruwit, Kenduren, Buko, Mandung, Berahan Kulon, Berahan Wetan, Bungo, Tempel, Jetak, Jungsemi, Jungpasis, Mutih Wetan, Mutih Kulon, Tedunan, Kendalasesem, Kedungkarang, Kedungmutih dan Babalan. Seluruh desa di Kecamatan Wedung sudah termasuk klasifikasi swasembada. Jumlah perangkat yang telah terisi adalah Kepala Desa sejumlah 20 orang, sekretaris desa 13 orang, kepala dusun 11 orang, kepala kaur 81 orang dan pembantu kaur 81 orang.

Jarak Kecamatan Wedung ke desa terjauh adalah ke Desa Kedung Mutih dengan jarak 20 km dan jarak terdekat dengan Desa Ngawen yaitu 5 km. Sedangkan jenis tanah di wilayah Kecamatan Wedung adalah tanah Asosilasi alavial yaitu kelabu dan sebagian tanah pantai. Jarak dari permukaan air laut adalah 0-3 meter.



Gambar 1. Luas Wilayah Kecamatan Wedung Menurut Desa Tahun 2014 (Sumber: Kecamatan Wedung dalam Angka 2015)

Jumlah penduduk Kecamatan Wedung berdasarkan hasil Registrasi Penduduk 2014 adalah sebanyak 72.722 orang, terdiri atas 35.886 laki-laki dan 36.836 perempuan. Jumlah penduduk ini bertambah sebanyak 172 orang atau sekitar 0,24 persen dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, wilayah Kecamatan Wedung terbelah daerah yang minim fasilitas umum, seperti ATM, mini market, SPBU dan transportasi umum. Sebagian besar di wilayah Kecamatan Wedung, masih menggunakan transportasi laut yaitu perahu untuk menghubungkan desa satu dengan desa yang lain.

Selain itu, transportasi laut menjadi salah satu transportasi utama di wilayah Kecamatan Wedung untuk mengantarkan masyarakat berangkat kerja dan mengangkut barang-barang.

Selain itu, wilayah Kecamatan Wedung merupakan wilayah pesisir dengan jumlah penduduk yang padat dan mayoritas penduduknya beragama Islam, karena kepadatan penduduk yang tidak diimbangi dengan fasilitas menjadikan wilayah pesisir Kecamatan Wedung menjadi daerah yang minus dan terkesan kumuh. Hal ini dapat dilihat dari kurang dan langkanya air bersih, tempat tinggal yang kotor dan sistem peternakan yang berdampingan dengan tempat tinggal.

Kondisi geografis inilah yang menjadikan masyarakat pesisir cenderung keras karakternya dan mempengaruhi gaya komunikasinya. Hal ini nampak jika masyarakat pesisir Kecamatan Wedung sedang berbicara dengan orang lain. Suara yang dikeluarkan sangat lantang dan tegas. Sehingga berdampak pada respon dari lawan bicara (orang yang mendengarkan) juga akan berbeda dalam menanggapinya.

BAB IV
Analisis Strategi Radio Suara Kota Wali FM
dalam Penyiaran Dakwahnya Di Masyarakat Pesisir
Kecamatan Wedung Demak

A. Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM

Strategi dakwah adalah suatu perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang telah didesain untuk dapat mencapai tujuan dakwah tertentu. Oleh sebab itu sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas. Adapun tujuan radio suara Kota Wali FM dalam program mozaik yakni membentuk para muslimah menjadi muslimah yang memiliki wawasan luas dan berakhlakul karimah yang peka akan fenomena yang ada.

Dalam setiap program di Radio tentu memiliki tujuan tertentu. Untuk menggapai keberhasilan tujuan tertentu maka harus menentukan strategi yang baik. Effendi mengatakan dalam buku komunikasi. mengartikan strategi perencanaan (*planning*) untuk menggapai tujuan tertentu. Untuk strategi komunikasi harus memperhatikan komponenkomponen komunikasi yakni, komunikator, pesan, media dan efek. Dengan terkumpulnya seluruh komponen maka strategi akan berjalan dengan baik.

Agar lebih memahami strategi dakwah yang digunakan radio suara muslim surabaya dalam program mozaik maka peneliti memulai dengan interview dengan Didalam strategi dakwah radio

suara Kota Wali FM mempunyai proses pendekatan tersendiri. Antara lain adalah sebagai berikut:

Strategi sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan memanggil dengan kelembutan hati atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang yang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya.

Mengenal khalayak pendengar, salah satu cara Radio Suara Kota Wali FM untuk mendekati diri dengan semua pendengar Radio Suara Kota Wali FM. Karena dengan melakukan hal tersebut pihak radio dan para pendengar Radio Suara Kota Wali FM dapat meyetarakan keinginan pendengar dengan salah satu program yang ada di Radio Suara Kota Wali FM. Dengan cara mengenal khalayak, maka akan bisa memunculkan atau melahirkan inovasi-inovasi yang terbaru demi kelancaran dan keberhasilan dalam suatu program.

Menurut hasil wawancara dengan produser program mozaik yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 22 April 2019 dan ditambahi wawancara dengan Direktur Program Radio Suara Kota Wali FM. Dengan menggunakan 2 cara, yaitu melalui riset dan diskusi kelompok terarah atau focus grup discussion yakni suatu

proses pengumpulan informasi mengenai suatu masalah tertentu dan spesifik.

Dalam FGD sendiri dibagi menjadi dari 2 kategori kelompok, yaitu kelompok frekuensi tingkat kehadiran dalam bergabung. Kelompok berdasarkan range usia. Pertama, kelompok berdasarkan frekuensi tingkat kehadiran dalam bergabung. Pendengar yang sering dan rajin bergabung melalui telepon, sms, maupun media sosial yang lainnya dan media chatting dengan memberikan pertanyaan, menyampaikan opini serta memberikan informasi, solusi bahkan kritikan sekalipun.

“dalam menghadirkan program yang ada di Radio Suara Kota Wali FM ini tim radio membuat berdasarkan data hasil survei. Sumber data itulah yang menjadi rujukan diantara. Diantara hasil survey dari lembaga riset Nielsen dan hasil dari *Forum Group Discussion* dengan mitra muslim (pendengar) yang sering melakukan interaksi dalam program-program Radio Suara Kota Wali FM melalui telepon, sms, maupun media chatting yang lain. Disini tim radio mengambil sampling dari 20-50 pendengar”

Tim Radio Suara Kota Wali FM mengadakan agenda khusus dengan pendengar Radio Suara Kota Wali FM dengan cara mengundang pendengar setia Radio Suara Kota Wali FM dalam FGD. Acara khusus diskusi dengan pendengar Radio Suara Kota Wali FM ini di gelar di Rumah Makan di Demak. Pada saat pertengahan tahun 2018. Guna untuk bersilaturahmi antara pendengar radio yang aktif dan beberapa Tim Radio Suara Kota Wali

FM. Tim radio mengundang beberapa dari pendengar suara muslim yang aktif dan dari berbagai macam sosial dari pendengar.

Kedua, kelompok berdasarkan range usia. Kelompok ini nantinya akan melihat usia pendengar dan golongan dari masyarakat pesisir. Dengan begitu menentukan suatu program juga harus mengetahui usia dan jenis golongan.¹

Cara yang kedua tim Radio Suara Kota Wali FM menggunakan dari data Survey yang dilakukan oleh tim riset Radio Suara Kota Wali FM. Dari data tersebut dapat diketahui usia pendengar, sosial ekonomi pendengar serta seluruh aspek-aspek pendengar. Kemudian tim riset Radio Suara Kota Wali FM untuk menghubungi pendengar untuk menanyakan pendapat mereka tentang program tertentu.

Tim radio juga menggunakan data eksternal yaitu data yang dihasilkan oleh survey nilsen yang dilakukan setiap triwulan sekali untuk kependengaran berapa usianya dan aspek-aspek demografinya. Nah dari tim riset itu menanyakan kepada pendengar tentang program-program tertentu dan tentang pendapat pendengar dari beberapa program yang ada di Radio Suara Kota Wali FM.

Metode FGD yang salah satu metode yang digunakan Radio Suara Kota Wali FM ini merupakan suatu cara tersendiri untuk mengenal khalayaknya. Dengan suatu tujuan mengetahui bagaimana profil pendengarnya dan dari usia rata-rata pendengar setia Radio

¹Wawancara dengan Direktur Program.

Suara Kota Wali FM. Tujuan khusus dari forum group discoudien yaitu menampung segala masukan pendengar yang nantinya akan dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Untuk membantu keberhasilan programprogram yang ada di Radio Suara Kota Wali FM.²

Tujuan dari FGD ini mempunyai kesamaan dengan metode yang digunakan untuk mengenal khalayak, karena dengan metode tersebut suatu perencanaan untuk tim radio dalam mengenal khalayak akan lebih mendalam lagi dalam mengenal khalayak, dengan mengetahui asal usul pendengar siapa yang akan dikenal dan mengetahui pendapat baik dari pendapat baik dari setiap orang, demi untuk memperbaiki sedikit kekurangan program dari radio suara muislim surabaya. Selain dari metode FGD Radio Suara Kota Wali FM juga menggunakan data eksternal yang ada dan hasil survey nielsen guna untuk mengenal khalayak.

Tujuan dari metode survey ini guna untuk mengetahui usia pendengar status sosial dan ekonomi pendengar dan aspek-aspek yang mencakup segala aspek demografis pendengar. Dengan mengetahui aspek-aspek tersebut dapat menunjang program-program yang disiarkan. Selain itu, dari segi bahasa juga harus disesuaikan dan diperhatikan. Sehingga komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan tidak terjadi kesalah pahaman interprestasi antara pendengar, penyiar, dan narasumber. Kedua cara mengenal khalayak yakni dengan FGD dan suevei Nielsen ada juga kesamaan dengan buku

²Wawancara dengan Direktur Program.

yang diciptakan oleh Hafied Cangara yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi bahwa suatu kondisi khalayak bisa diketahui dengan cara: 1) Survei; 2) Analisis isi media; 3) Kecendrungan legislatif (parlemen) 4) *Focus Group*; 5) *Open Forum*.

Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio Suara Kota Wali FM adalah strategi yang ada pada buku Strategi komunikasi yang di tulis oleh Anwar Arifin yaitu, setelah mengenal khalayak dan kondisinya, maka langkah selanjutya adalah perumusan strategi. Perumusan strategi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut.³

Salah satu hasil dari FGD yang telah dilakukan oleh strategi yang pertama yaitu menampung masukan-masukan dari pendengar Radio Suara Kota Wali FM yang berkaitan dengan inovasi-inovasi untuk suatu program yang ada di Radio Suara Kota Wali FM.

Menurut Al-Bayanuni dalam buku Ilmu Dakwah karangan Moh. Ali Aziz salah satu bentuk starategi dakwah yakni strategi sentimentil yakni dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi mutiara dakwah nasihat yang mengesankan memanggil dengan kelembutan hati atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini.

³Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Amrico,1984) h. 68

Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang yang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya. Dalam konteks strategi ini, radio suara Kota Wali FM memilih pendekatan seni untuk menyampaikan dakwah Islamnya.

Ini terlihat dari berbagai program dakwahnya yang selalu dimasuki lagu-lagu Islami. Setidaknya ada dua program dakwah Islam yang diselingi lagu-lagu semacam pop Islam dan qasidah di acara embun pagi dan nada Islami.

B. Analisis Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali FM

Pemilihan media komunikasi, untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan. Oleh karena itu pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal. Faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan programming' atau penata acara (Prayuda, 2005: 43). Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program

termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan image stasiun penyiaran radio.

Secara umum komposisi siaran radio-radio di Kabupaten Demak hampir sama, berisikan informasi, pendidikan, hiburan dan iklan. Artinya, semua radio menjadi pesaing Radio Suara Kota Wali FM meskipun masing-masing dengan kekuatan yang berbeda. Dibandingkan dengan radio lainnya di Kabupaten Demak, maka Radio Suara Kota Wali FM unggul dalam format siarannya yang lebih banyak menyajikan program-program dakwah Islam. Salah satunya adalah program embun pagi dan nada Islami. Program acara embun pagi dan nada Islami menggabungkan dua jenis format, yaitu format dialog interaktif dan hiburan berupa musik religi.

Pertama, dialog interaktif menjadi salah satu metode dakwah yang efektif, Karena didalam dialog interaktif ada tanya jawab antara da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikan) baik secara langsung maupun tidak langsung. Dialog secara langsung maksudnya adalah antara da'i dan mad'u bisa berkomunikasi secara langsung tanpa ada jarak dan tempat yang memisahkan. Sedangkan dialog tidak langsung adalah ada media yang membantu dalam berkomunikasi antara da'i dan mad'u. Dalam program ini media yang disediakan untuk berkomunikasi antara narasumber dan pendengar adalah telepon dan pesan singkat atau *SMS*.

Selain itu ada juga *Social Media* atau yang biasa disebut dengan sosmed, yaitu ada *twitter* dan *facebook*. Semua media ini

gunanya hanya untuk mempermudah pendengar untuk berdialog dengan narasumber. (Wawancara dengan Direktur Utama Radio Suara Kota Wali FM). Meskipun begitu, masih saja ada kekurangan dalam program acara ini. Seharusnya kesimpulan atau rangkuman materi yang disampaikan tidak hanya diucapkan oleh penyiar, tetapi juga ditulis dalam *twitter* maupun *facebook* dari radio ini. Gunanya orang yang belum sempat mengikuti dapat membaca ringkasan materi yang disampaikan tadi.

Kedua, musik religi menjadi hiburan yang mendidik untuk saat ini. Selain alunan nada, terdapat juga syair yang berisikan pesan keagamaan. Musik-musik yang bertemakan religi semakin dikenal dan digemari oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Kini berdakwah melalui musik merupakan tren alternatif, selain berceramah. Apalagi untuk sekarang ini banyak band-band terkenal yang menyanyikan lagu-lagu religi.

Ini menjadi suatu daya tarik bagi penggemar band tersebut untuk mendengarkan embun pagi dan nada Islami ketika band atau lagu kesayangannya diputar di program acara ini. Meskipun berupa hiburan, akan tetapi didalam musik religi terdapat nilai-nilai Islam. Dengan kata lain, para mad'u diberi hiburan yang di dalamnya diselipkan nilai-nilai agama Islam. (Wawancara dengan Direktur Utama Radio Suara Kota Wali FM).

Musik religi yang diputar dalam program ini bukanlah hasil dari request para pendengar, melainkan inisiatif dari penyiar sendiri.

Selain menggabungkan dua format yang berbeda, program acara ini juga mengudara melalui jaringan internet, atau yang biasa disebut dengan *radio streaming*. *Radio streaming* adalah gabungan dari media radio dengan media internet. Radio ini dapat didengarkan dimanapun jika ada jaringan internetnya, bukan hanya di dalam negeri bahkan bisa di luar negeri.

Tujuannya untuk mempermudah bagi mereka yang ingin bertanya jawab langsung dengan narasumber. Akan tetapi, masih banyak kekurangan dalam radio streaming ini, salah satunya adalah koneksi yang tidak stabil, terkadang dapat diakses dan terkadang tidak bisa. Radio streaming Radio Suara Kota Wali FM dapat diakses di www.suarakotawali.demakkab.go.id. (Wawancara dengan Direktur Utama Radio Suara Kota Wali FM).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi dakwah radio suara Kota Wali FM menggunakan Strategi sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan memanggil dengan kelembutan hati atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. Dengan menyelengi lagu-lagu Islami dalam setiap program dakwah Islam.

Metode-metode seperti ini yang sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan seperti, kaum hawa, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang yang miskin, anak-anak yatim dan sebagainya. perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang telah didesain untuk dapat mencapai tujuan dakwah tertentu.

Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio Suara Kota Wali FM adalah perumusan strategi. Perumusan strategi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Setidaknya ada dua program dakwah Islam yang diselengi lagu-lagu semacam pop Islam dan qasidah di acara embun pagi dan nada Islami.

B. Saran

Meskipun dalam menyusun dan mengaplikasikan strategi dakwah Radio Suara Kota Wali FM sudah dilakukan secara matang, tetapi dari pengamatan peneliti ada beberapa saran yang bisa diberikan, diantaranya:

1. Bila program acara ini banyak yang mendengarkan, biar tidak mengecewakan pendengar mungkin bisa ditambah durasinya atau ditambah jadwal siarannya.
2. Menuliskan ringkasan atau kesimpulan materi program acara dalam sosial media yang dipunyai Radio Suara Kota Wali FM.
3. Memilih narasumber yang tepat dan tahu untuk menggantikan narasumber yang aslinya bila berhalangan hadir.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia
- Arifin, A, 2011, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Arsyad, A. 2003. *Pokok Pokok Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1971. *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, CV Mandar Maju, Bandung
- Effendi, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Fiske, J. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghazali, M.Bachri, 1997, *Dakwah Komunikatif*. Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 2002, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara
- Jude Kaye, Michael Allisn. 2005. *Perencanaan Strategis bagi organisasi Nirlaba*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Kuntjojo, 2009, *Metodologi Penelitian*, Universitas Nusantara PGRI Kediri

- Kurniati. 2006. *Dakwah Islam Melalui Media Radio (Analisis terhadap program siaran dakwah Islam di Radio CBS 95,9 FM Slawi)*. (Tidak Dipublikasikan, Skripsi: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo).
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : LKIS.
- Moleong, Lexy J.. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Munir, M., dan Wahyu Illahi, 2006, *Manajemen Dakwah*, Kencana, Jakarta
- Musyafak, Najahan. 2009. *Operasionalisasi Radio Komunitas dalam Dakwah Islam*. Semarang : Fakultas Dakwah.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ningrum, Fatmasari. 2007. *Sukses Menjadi Penyiar, Scrip Writer dan Reporter*. Jakarta : Penebar Plus.
- Oramahi, H.A. 2012. *Jurnalistik Radio*. Jakarta: Erlangga.
- Prayuda, Harley. 2005. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktek Penyiaran*. Malang : Bayumedia.
- Riswandi. 2009. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shaleh, Rosyad. 1977. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang
- Sugiono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta

- Syihata, Abdullah. 1986. *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Proyek Pembinaan Prasarana dan Sarana Perguruan Tinggi Agama/IAIN
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : CV. AlIkhlas.
- Triartanto, A.Lua y. 2010. *Broadcasting Radio Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.
- Winarno Surakhmad. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*, Bandung: Tarsito

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Curriculum Vitae



I. Data Pribadi

1. Nama : Muhammad Ainun Najih
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Demak, 11 September 1991
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Status Pernikahan : Belum Kawin
6. Warga Negara : Indonesia
7. Alamat KTP : Berahan Wetan 03/07 Wedung
Demak
8. Alamat Sekarang : Jl Pelem Golek II Tambak Aji
Ngaliyan Semarang
9. Nomor Telepon / HP : 082226773133
10. e-mail : muhammadnajih198@gmail.com
11. Kode Pos : 59551

II. Pendidikan Formal :

Periode (Tahun)			Sekolah / Institusi / Universitas
1997	-	2003	MI Matholi'ul Ulum

2003	-	2006	MTS AL-Mabrur
2007	-	2011	MAN DEMAk
2012	-	2019	UIN WALISONGO

Demikian CV ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 30 Juli 2019

Muhammad Ainun Najih