

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Setiap manusia yang memeluk agama Islam memiliki kewajiban untuk senantiasa menyebarkan ajaran Islam yakni dengan cara berdakwah. Muslim yang aktif dalam berdakwah, maka ia telah menuntun manusia kepada yang ma'ruf dan mencegah dari segala bentuk kemunkaran. Dan mereka termasuk ke dalam orang yang beruntung, seperti yang dijelaskan pada surat Ali- Imran ayat: 104.

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. merekalah orang-orang yang beruntung” (Terjemah Qs. Ali Imran : 104, Kemenag, 2019 : 63)

Dakwah menjadi salah satu ragam bentuk komunikasi yang ada. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, artinya adalah sama makna. Hal ini berarti dua manusia atau dalam jumlah banyak yang memiliki makna sama, maka mereka telah melakukan sebuah praktik komunikasi. Pada awalnya, komunikasi dilakukan agar seseorang bisa memberikan informasi atau pesan kepada orang lain, dikenal sebagai komunikasi yang bersifat informatif. Kemudian muncul sebuah komunikasi yang bertujuan agar orang lain menerima suatu pemahaman, keyakinan, sehingga melakukan suatu perbuatan dan kegiatan, yang dikenal sebagai

komunikasi yang bersifat persuasif. Jika ditilik dari sifatnya, dakwah merupakan komunikasi yang bersifat persuasif (Effendy, 2016: 9).

Sejak dahulu, kegiatan dakwah telah dilakukan pada era Nabi Adam As. Dakwah pertama yang dilakukan yakni mengajak kedua anaknya Habil dan Qabil untuk memberi qurban kepada Allah SWT. Kemudian dakwah berlanjut hingga era nabi terakhir yakni Nabi Muhammad SAW. Sepeninggal Nabi Muhammad SAW, kegiatan dakwah tetap dilakukan dan dilanjutkan oleh para sahabat, tabiin, hingga saat ini masih dilanjutkan oleh para ulama-ulama yang tersebar di berbagai negeri.

Saat ini, beragam metode dakwah telah dilakukan oleh masing-masing dai. Berbagai media pun turut serta mendukung para dai dalam melakukan dakwah. Hal tersebut dilakukan agar nilai-nilai ajaran Islam bisa tersebar ke berbagai kalangan masyarakat. Tak hanya para dai, seluruh umat muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah agar Islam bisa terus tumbuh dan berkembang untuk membawa umat manusia dalam jalan kebenaran. Karena sejatinya, dakwah adalah perantara terwujudnya *amar ma'ruf nahi munkar*.

Salah satu dimensi dari dakwah ialah tabligh. Tabligh memiliki arti mengutarakan nilai-nilai Islam secara menyeluruh. Setiap orang yang mengatakan atau mengutarakan ajaran Islam dengan cara tabligh maka disebut sebagai mubaligh. Tabligh memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman keagamaan bagi masyarakat awam agar bisa mempelajari dan mengkaji lebih dalam terkait ajaran Islam sebagai tuntunan hidup. Beberapa

ajaran yang perlu dan harus dipelajari sebagai dasar dalam menjalani hidup ialah ilmu akidah, fiqih atau tata cara ibadah, ilmu adab, dan cabang ilmu lainnya yang sumbernya berasal dari Al-Kitab dan Al-Hadits.

Tabligh memiliki beberapa bentuk yakni khitobah, kitabah, dan i'lam. Khitobah merupakan cara menyampaikan ajaran Islam dengan metode ceramah atau pidato di hadapan sekelompok orang atau khalayak. Khitobah terkait langsung dengan pelaksanaan ibadah mahdah atau disebut juga khutbah diniyah. Contohnya seperti pidato saat hari raya Idulkurban, pidato saat Idulfitri, pidato Jumat, ceramah Nikah, pidato saat terjadi Gerhana Bulan, dan khutbah Gerhana Matahari. Selain itu, ada juga khitobah yang tidak terkait dengan pelaksanaan ibadah mahdah seperti khitobah pada Maulid Nabi, Isra Miraj, khitanan dan sebagainya.

Kitabah ialah menyampaikan ajaran-ajaran Islam melalui sebuah tulisan di sebuah media baik media cetak ataupun media online. Ajaran-ajaran terkait keislaman bisa disampaikan melalui tulisan dalam beberapa jenis seperti artikel, opini, cerita pendek, novel, dan sebagainya. Sedangkan i'lam adalah penyampaian ajaran keislaman kepada khalayak yang disampaikan oleh seorang muballigh melalui media seperti televisi, radio, film, dan sebagainya.

Seiring berkembangnya zaman dan diiringi majunya bidang teknologi, maka merubah sebuah metode dan juga kebijakan dakwah. Hal tersebut menjadi tantangan baru bagi para dai dalam menyampaikan ajaran Islam. Dengan memaksimalkan teknologi yang telah maju, membuat

aktivitas dakwah disajikan tidak dengan metode ceramah saja, namun juga bisa disajikan melalui cara yang lebih inovatif dan kreatif melalui berbagai metode.

Saat ini dakwah bisa dilakukan melalui berbagai medium, seperti di radio, koran, buletin, televisi, media online, dan majalah. Di era berkembangnya teknologi dan informasi yang semakin pesat, mengharuskan dai beradaptasi dengan melibatkan media massa sebagai media dakwah. Tanpa beradaptasi dengan kemajuan zaman, seorang dai akan kesulitan untuk mencapai keberhasilan dalam mencapai misi dalam berdakwah.

Media massa yang menjadi sarana komunikasi antara komunikator dengan audiens, memiliki beberapa macam yaitu, media cetak dan media digital atau elektronik. Setiap pengguna dan penikmat memiliki minatnya masing-masing dalam menentukan efektivitas kegunaan media massa. Ada yang cenderung memilih media berbentuk cetak untuk mendapatkan informasi, ada juga individu yang memilih menggunakan media elektronik sebagai sarana mendapatkan informasi.

Salah satu bentuk dari media elektronik adalah Radio. Radio menjadi salah satu medium yang banyak dimanfaatkan dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada khalayak. Hingga saat ini, radio masih digunakan, meski di tengah gempuran kehidupan yang serba digital radio tetap hidup dan masih memiliki eksistensi. Terlebih, radio bisa

didengarkan secara fleksibel tanpa dibatasi ruang dan waktu, sehingga memudahkan bagi khalayak yang menggunakannya.

Radio juga menjadi medium komunikasi yang masih eksis sampai sekarang. Meski digempur oleh era yang telah serba digital, radio masih tetap hidup di zaman milenial ini. Pemanfaatan radio yang digunakan untuk berdakwah mulai sedikit menipis karena pesatnya perkembangan teknologi. Maka dari itu radio berperan menjadi medium yang memiliki tugas penting untuk mempublikasikan materi tentang kesilaman - kepada khalayak atau audiens (Purwati: 2013).

Menurut Santi Indra Astuti (2008: 5) radio adalah produk dari hasil berkembangnya bidang teknologi. Radio menggunakan transmisi suara secara serentak melalui saluran radio di langit. Dalam praktek penyiarannya, radio banyak menyampaikan berita yang bersifat informatif, edukatif, dan menghibur. Setiap program dalam radio yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat akan bermanfaat dan berguna bagi masyarakat. Radio memiliki keunggulan tersendiri karena radio bisa memberikan informasi dengan membantu setiap orang yang mendengarkannya menjadi lebih kreatif dan imajinatif, memperluas wawasan, dan daya nalar, sehingga bisa menghasilkan sebuah hipotesis yang brilian dan seimbang.

Sebagai media massa, radio memiliki peran banyak dalam penyebaran juga penyampaian pesan ajaran Islam kepada khalayak. Dengan adanya sebuah acara siaran di dalamnya, radio bisa menumbuhkan pengetahuan ajaran Islam dan memengaruhi masyarakat agar mengamalkan

ajaran agama Islam di kehidupan mereka. Tanpa harus mengunjungi majelis ta'lim, masyarakat saat ini dapat menyimak dan mendengarkan siaran seputar dunia Islam.

Namun, di zaman yang telah modren, hadirnya internet sebagai “*new media*” menghasilkan dampak yang signifikan bagi khalayak. Hal tersebut membuat radio sebagai media komunikasi popularitasnya semakin menyusut. Berdasarkan data dari *Nielsen Radio Audience Measurement* yang melakukan survei di tahun tahun 2016 lalu, mengungkapkan jika media tradisional terdapat pada posisi keempat, dengan total pengguna seputar 38 persen, yang masih ada di bawah internet dengan total pengguna sekitar 40 persen, media *outdoor* sekitar 52 persen, dan TV sekitar 92 persen (Nielsen: 2016).

Kemudian di tahun 2019, lembaga survei tersebut kembali mengadakan survei di beberapa kota besar di negara Indonesia, dengan hasil perembesan media radio jatuh di angka 37 persen dibanding tahun 2016 yang kemudian disusul dengan peningkatan *user* media internet sebesar 44 persen (Harliantara: 2019).

Dalam proses menggapai tujuan dan sasaran dakwah, maka diperlukan sebuah strategi dakwah yang relevan. Menurut Asmuni Syukir dalam buku Ilmu Dakwah, strategi dakwah adalah metode atau taktik dalam sebuah kegiatan dakwah. Dalam menggapai tujuannya, diperlukan sebuah rencana yang tersusun dengan baik yang meliputi (1) penjelasan ajaran Islam secara menyeluruh, (2) perumusan problem yang dialami khalayak

atau umat, (3) perumusan sebuah materi, (4) penyusunan paket-paket dakwah, dan (5) penilaian dari hasil aktivitas dakwah (Hafiduddin, 1998: 70-75).

Maka, sebuah media dalam hal ini radio harus menentukan strategi yang tersusun dengan rapi dan sistematis, berdasarkan situasi dan problematika yang dialami oleh khalayak. Salah satu radio yang masih eksis dalam menyampaikan dakwah ialah Radio Fajri 1458 AM Bandung. Radio yang berlokasi di Desa Cangkuang, Kabupaten Bandung ini memiliki peran yang fundamental sebagai sebuah medium dalam menyajikan berita mengenai ajaran Islam guna meningkatkan pemahaman masyarakat dan bisa diamalkan di kegiatan sehari-hari. Radio ini didirikan dengan tujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat tentang pentingnya informasi mengenai ajaran Islam melalui program siaran dakwahnya. Selain itu, terdapat alunan tilawah Al-Quran dan sajian berita seputar dunia Islam. Maka khalayak bisa menyambut keberadaan Radio Fajri 1458 AM sebagai sebuah medium dalam membagikan informasi dan dorongan untuk meningkatkan wawasan keislaman khalayak.

Dengan mengusung *tagline* “Suara Kebangkitan Islam” Radio Fajri memiliki misi untuk menyerukan ajaran-ajaran Islam di sekitar Bandung Raya. Secara tidak langsung, kehadiran Radio Fajri ini membantu masyarakat sekitar dalam mempermudah dan mempelajari ajaran-ajaran Islam. Keunggulan atau keistimewaan Radio Fajri 1458 AM ini ialah programnya yang fokus pada penyampaian ajaran-ajaran seputar Islam

seperti ilmu Akidah atau Tauhid, Fiqih, Siroh Nabawiyah, Akhlak, dan sebagainya yang disajikan dengan gaya bahasa mudah dipahami. Dalam proses siarannya, beberapa program di Radio ini disampaikan dalam bentuk monolog yakni pembacaan materi ceramah dari narasumber serta dalam bentuk *talk show* yakni wawancara atau dialog interaktif antara narasumber dengan penyiar. Adapun kriteria narasumber yang dipilih merupakan kalangan akademisi yang telah memenuhi standar Radio Fajri, salah satunya berasal dari kalangan akademisi yang ahli dalam bidangnya.

Selain acara *talk show*, Radio Fajri memiliki produk unggulan lain yakni kuis seputar keagamaan yang diajukan kepada pendengar. Untuk menjalin hubungan pendengar, Radio Fajri sering menyelenggarakan dakwah *off air*, yakni dengan mengadakan kajian rutin dan bakti sosial. Berdasarkan data yang dihimpun sejak bulan Oktober 2022 hingga bulan Februari 2023, Radio ini memiliki rata-rata jumlah pendengar 163 orang yang berasal dari kalangan dewasa di sekitar Bandung Raya. Radio Fajri 1458 AM memiliki tugas untuk menyampaikan ajaran Islam melalui sajian informasi kepada khalayak secara langsung dalam jangkauan siarnya di Bandung Raya. Di sinilah Radio Fajri 1458 AM memiliki peran dan dampak yang mulia karena telah menuaikan fungsinya sebagai media massa, sehingga menimbulkan respon antara pihak Fajri dengan para pendengar.

Dari uraian di atas menjadi dasar bagi penulis mengangkat judul **“Strategi Siaran Program Talk Show Radio Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Khalayak (Studi Deskriptif Progam Siaran**

Kuliah Islam Di Radio Fajri 1458 Am Bandung)” sebagai bahan penelitian karena melihat realita sekarang di mana radio masih menjadi media yang relevan untuk digunakan sebagai alat komunikasi dalam berdakwah. Karena saat ini, kebanyakan orang terutama kalangan anak muda cenderung lebih banyak menggunakan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Podcast untuk mendapatkan materi tentang dakwah. Meski demikian, radio masih memiliki daya tarik dan fleksibel untuk didengarkan kapan dan di mana saja yang mempermudah para pendengar untuk tetap mendapatkan ajaran-ajaran mengenai Islam. Terlebih Radio Fajri menyajikan pembahasan seputar Islam secara lengkap dari pematari yang kapabel dari kalangan akademisi, serta masih menjaga kedekatan emosional dengan para pendengarnya melalui acara-acara *off air*

B. Fokus Penelitian

Menilik uraian latar permasalahan uraian, agar lebih jelas peneliti memfokuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan aktivitas dakwah pada program siaran Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM Bandung?
2. Bagaimana pelaksanaan aktivitas dakwah program siaran Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM Bandung?
3. Apa tujuan dakwah program siaran Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian, peneliti membagi tujuan penelitian yakni untuk memahami:

1. Perencanaan dakwah Radio Fajri 1458 AM Bandung dalam Program Acara Kuliah Islam.
2. Proses pelaksanaan dakwah dalam program acara Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM.
3. Tujuan dakwah program acara Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini meliputi kegunaan akademis dan praktis, yakni:

1. Secara Akademis

Melalui pencarian, penelitian, dan penyidikan ini diimpikan bisa membagikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi juga penyiaran sehingga bisa menjadi rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya, terkhusus yang berhubungan pada bidang media massa. Kemudian menjadi sarana bagi penulis untuk mengkaji keilmuan komunikasi dan penyiaran terutama dalam lingkup yang berkaitan dengan berita seputar dunia Islam.

2. Secara Praktis

Dapat mewariskan pemahaman mengenai esensi siaran ajaran Islam melalui siaran radio, khususnya bagi umat muslim. Selain itu, menjadi masukan atau saran kepada Radio Fajri 1458 AM Bandung untuk

mempertahankan program siaran kuliah Islam sebagai media dakwah dan penyalur informasi terkait ajaran agama Islam.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian sebelumnya menjadi referensi penting bagi penulis dalam mengkaji penelitian baru yang akan dilaksanakan. Penelitian tersebut memberikan manfaat sebagai rujukan dalam pemecahan masalah yang akan diteliti dan menjadi referensi atau bahan wawasan untuk penulis ketika memahami metode yang digunakan pada penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah lima penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian penulis, sebagai bahan rujukan yang dikaji penulis.

Pertama, penelitian dengan judul Strategi Program Suara (Salam Ukhuwah Erdamah) Sebagai Media Dakwah di Radio Erdamah 107.7 FM oleh Siti Musfiroh pada tahun 2014. Dalam penjabarannya penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan situasi dan kondisi atas fenomena sosial. Dalam landasan teori, penelitian ini membahas mengenai strategi yang berarti sebuah pedoman dalam melakukan aktivitas untuk menggapai sebuah tujuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tim Produksi dalam di Radio Erdamah melakukan perencanaan supaya program acara SUARA dapat sambutan dengan baik khalayak. Setelah proses perencanaan kemudian beralih pada proses produksi program SUARA yakni menyiarkan lagu-lagu Islami yang diselingi ceramah dengan tema-tema Islami agar pendengar senang mendengarkan lagu-lagu Islami. Acara ini menampilkan para penyiar yang

fres setiap harinya dengan jumlah sebanyak 4 penyiar dengan karakter yang berbeda-beda. Agar tetap berjalan dengan lancar dan efektif program acara ini diawasi di evaluasi secara langsung oleh direktur yang ada di dalamnya. Perbedaan dalam penelitian ini dengan hasil penyidikan peneliti yakni aspek pembahasan dan fokus yang dipilih. Kemudian persamaannya yakni dalam metode dan media yang digunakan yakni Radio sebagai media dakwah.

Kedua, penelitian dengan judul Strategi Siaran Dakwah Di Radio Cakra yang dilakukan oleh Andri Suroso pada tahun 2014. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan menggambarkan objek sesuai fakta. Penelitian ini didukung oleh teori komunikasi Harold Laswell yang menyatakan komunikasi adalah *“Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect”* (Siapa, menyatakan apa, dalam media apa, kepada siapa, dengan efek apa) dan *Cultural Norms Theory* oleh Melvin L. DeFleur yang menyatakan jika penyajian selektif dan penekanan pada tema tertentu, media massa menciptakan kesan-kesan tertentu pada khalayak. Dari hasil penelitian menunjukkan jika strategi siaran dakwah yang digunakan merupakan *take and give*, dengan senantiasa konsisten dalam menjalankan strategi program yang telah dirumuskan. Untuk mencapai target dan tujuan dakwahnya Radio Cakra FM merumuskan strategi melalui proses siaran, kualitas program, proyeksi identitas, evaluasi, dan implementasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada fokus pembahasan dan objek yang diteliti. Kemudian

persamaannya yakni dalam metode dan media yang digunakan yakni Radio sebagai media dakwah.

Ketiga, Penelitian oleh Intan Sari pada tahun 2019, dengan judul penelitian Efektivitas Dakwah Pada Program Acara Cawisan Di Indralaya Radio. Dalam penelitian ini menggunakan metode populasi dan sampel dengan teknik pengambilan sampel yang bersifat probabilitas, yakni secara acak memberikan peluang yang sama kepada semua anggota populasi terpilih sebagai sampel penelitian. Teori yang digunakan pada penelitian ini ialah teori informasi dan matematis mode awal komunikasi yang dikemukakan oleh Claud Shannon dan Waron Weaver, yang kemudian didukung oleh teori tentang dakwah. Dalam pembahasannya penelitian ini menjelaskan mengenai efektivitas dari program Cawisan di Indralaya Radio yang tercapai dan sesuai dengan harapan dari strategi yang dirumuskan. Diantaranya para pendengar dapat meningkatkan pengetahuan keislaman melalui materi yang disampaikan oleh penyiar. Dengan adanya program Cawisan ini diharap mampu merubah orang-orang di sekitarnya untuk bertingkah laku sesuai akhlakul karimah. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian penulis yakni pada metode yang digunakan dan fokus pembahasan dalam penelitian. Sedangkan persamaannya yakni media yang digunakan yaitu Radio sebagai media dalam berdakwah.

Keempat, penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Radio Fast FM Dalam Mempertahankan Identitas Sebagai Radio Dakwah di Kota Magelang yang dilakukan oleh Istiq Nafi Naenal Miladiah pada tahun 2021.

Dalam penyidikan ini metode yang digunakan adalah kualitatif. Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi yang disusun oleh Radio Fast FM untuk mencapai target dakwah, dengan memperhatikan kerangka referensi dan keadaan khalayak. Hasil dari strategi tersebut sasaran pendengar dan kebutuhan pendengar dapat tersampaikan dengan baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada fokus pembahasan dan objek yang diteliti. Kemudian persamaannya yakni dalam metode dan media yang digunakan yakni Radio sebagai media dakwah.

Kelima, penelitian oleh Ahmad Alhafidz Assyaif Nasution pada tahun 2022 dengan judul penelitian Strategi Radio CAS 88,6 FM Melalui Program Siaran “Ngerecok” Dalam Menarik Segmentasi Audience Di Kalangan Kawula Muda. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif. Penelitian ini didukung oleh teori teori komunikasi massa dan teori strategi. Dalam pembahasannya dalam menentukan strategi untuk mencapai target audience para programmer radio harus bisa menyesuaikan dengan kegiatan sehari-hari pendengar, misalnya jam kerja, jam istirahat, dan lainnya. Selain itu, perlu membangun kebiasaan agar berdampak pada lamanya pemasangan iklan promosi. Kemudian pihak radio perlu mengontrol arus pendengar untuk memaksimalkan jumlah pendengar sehingga menimalisir para pendengar untuk berpindah ke program siaran radio lain. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada fokus pembahasan dan objek yang diteliti. Kemudian persamaannya

yakni dalam metode dan media yang digunakan yakni Radio sebagai media dakwah.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Saat ini, dakwah bisa melalui berbagai media komunikasi. Terlebih berdakwah bisa menggunakan beberapa cara salah satunya ialah menggunakan lisan seorang dai atau Dakwah *bil-lisan*. Dakwah dengan lisan menjadi salah satu cara yang efektif dalam penyampaian ajaran-ajaran Islam yang menjadi pedoman hidup bagi setiap manusia yang mengikutnya.

Sebagai media yang digunakan dalam berkomunikasi oleh khalayak, radio memiliki peran yang esensial untuk menyampaikan sebuah informasi berupa pendidikan, hiburan, dan juga informasi mengenai materi-materi keislaman. Media ini bisa menimbulkan efek yang cukup signifikan melalui sebuah warta yang di dalamnya terkandung ajaran Islam, seperti menghasilkan sebuah pemahaman dan peningkatan pengetahuan mengenai ajaran Islam khalayak. Upaya tersebut merupakan salah satu metode dakwah. Agar tujuan dakwah dapat tercapai diperlukan sebuah strategi tersusun secara sistematis. Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori strategi dakwah.

Strategi adalah upaya yang menggunakan sebuah cara dengan memanfaatkan tenaga dan kekuatan manusia atau sumber daya yang lain. Sebuah strategi perlu disusun dengan rapi dan sistematis agar

tujuan dapat tercapai secara maksimal. Maka, sebelum menyiapkan sebuah strategi, diperlukan perumusan tujuan yang tegas dan gamblang juga bisa terukur capaiannya (Sanjaya, 2007:124)

Menurut Syukir (1983: 32) dalam bukunya *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, strategi dakwah yang digunakan dalam kegiatan dakwah harus mengutamakan beberapa asas-asas dakwah yakni. Pertama, asas filosofis yakni asas yang membicarakan permasalahan yang memiliki hubungan erat dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah. Kedua, asas keahlian dan kemampuan seorang dai. Ketiga, asas sosiologis, membahas masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah atau mad'u. Contohnya seperti politik pemerintahan setempat, kehidupan sosial budaya masyarakat yang menjadi sasaran dakwah, mayoritas agama penduduk setempat, dan sebagainya. Keempat, asas psikologis, lekas hubungannya dengan pembahasan mengenai kejiwaan. Kelima, asas efektivitas dan efisiensi, maksudnya adalah dalam aktivitas dakwah harus berusaha untuk menyeimbangkan aspek finansial, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan untuk mencapai hasil.

Kegiatan dakwah yang disajikan dalam medium komunikasi radio memiliki peran yang cukup signifikan. Tujuan dakwah dalam sebuah media radio adalah membentuk aspek kognitif, aspek psikomotorik, dan juga aspek afektif pada masyarakat selaku pendengar. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan sebuah strategi yang mencakup pengelolaan

dan pengemasan materi dakwah menjadi sebuah sajian yang menarik dan berharga untuk didengar dan juga disimak. Jika tujuan tersebut dapat diwujudkan, maka aktivitas dakwah berhasil dan berjalan dengan lancar.

Saerozi (2013: 54) mengungkapkan supaya tujuan dakwah berhasil dicapai, strategi dakwah harus mengagendakan beberapa hal yaitu:

1) Pemetaan Dakwah

Hal ini harus dilaksanakan dengan metode menciptakan sebuah relasi antar manusia, memperhatikan kondisi dan problematikan objek sasaran, melihat keunggulan yang dapat diajak untuk maju, dan menganalisis kemampuan dan keahlian tenaga masyarakat baik mencakup teknis dan non teknis, menentukan materi, dan menggelar dialog interaktif secara rutin untuk menumbuhkan pemahaman akan sebuah kemajuan khalayak yang Islami.

2) Menentukan Pola Dakwah

Pola dakwah harus ditentukan supaya berurutan dengan produk dari pemetaan sebelumnya. Pola tersebut bisa dilakukan dengan cara metode lisan, *bil hal*, *fardiyah*, *'ammah*, kultural fundamental moderat, dll.

3) Menyusun Aksi-Aksi Pelaksanaan

Aksi atau langkah dalam strategi merupakan sebuah perencanaan yang disusun secara sistemasi, fokus, jelas, tegas, dan sesuai

berdasarkan pola yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

4) Evaluasi Kegiatan Dakwah

Dalam sebuah proses dakwah, diperlukan proses evaluasi agar mengetahui sejauh mana perencanaan dan pelaksanaan yang telah ditentukan berjalan dengan baik atau tidak, dan juga tujuannya tercapai atau tidak.

Proses evaluasi dapat dilakukan pada saat kegiatan dakwah atau setelah pelaksanaan dakwah. Dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana kekurangan, hambatan, kendala, peluang, dan tantangan dakwah untuk kemudian diketahui dan ditemukan solusi, pembenahan, pembinaan, dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan datang.

2. Kerangka Konseptual

Kata strategi berdasar pada bahasa Yunani yaitu *strategeia*, artinya ialah suatu pengetahuan untuk menjadi seorang jenderal. Secara bahasa strategi mengandung makna keahlian dalam mengatur, sementara secara istilah strategi berarti ilmu dalam perencanaan sesuatu. Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus (KBBI, 2022). Oleh karena itu, untuk mencapai sasaran yang dituju diperlukan rancangan dan rencana yang matang dalam menyusun suatu kegiatan. Diperlukan perumusan tujuan keberhasilan yang jelas dan terukur.

Dalam penelitian lain yang diutarakan oleh Chandler pada tahun 1962, dikutip dalam Rangkuti (2006: 4) strategi menjadi dasar bagi sebuah perusahaan dalam pendayagunaan dan alokasi sumber daya demi tercapainya suatu tujuan. Strategi yang baik perlu digunakan guna memaksimalkan kualitas dalam berkompetisi dan mencapai tujuan.

Begitupun dalam dakwah, diperlukan strategi yang kompeten supaya nilai-nilai dari ajaran Islam bisa diterima oleh masyarakat yang menganut agama Islam dari berbagai kalangan. Jika ditilik secara etimologi dakwah memiliki arti panggilan atau seruan. Setiap orang melakukan dakwah bisa disebut sebagai dai, sementara orang yang mendengarkan dan menerima ajaran dakwah disebut sebagai mad'u (Saputra. 2012: 1).

Dakwah adalah implementasi dan aktualisasi setiap manusia yang dimanifestasikan dalam suatu kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia, dengan menggunakan cara tertentu (Hafidhuddin, 1998: 67)

Kegiatan dakwah saat ini tidak hanya sebatas mengajak atau menyeru secara langsung, akan tetapi bisa menggunakan berbagai bentuk media dan karakteristiknya, karena semakin efektif media yang

digunakan maka pesan ajaran Islam yang dipahami pun akan efektif.

Adapun beberapa media dakwah yang bisa digunakan ialah:

a) Media Lisan (*Bil Lisan*)

Dakwah dengan lisan ialah proses penyampaian informasi berupa pesan dakwah secara lisan. Contohnya seperti ceramah, khutbah, pengajian, proses perkuliahan, seminar, dan lain-lain. Media dakwah yang bisa digunakan salah satunya radio yang menghasilkan suara.

b) Media Tulisa (*Bil Qalam*)

Dakwah melalui tulisan ialah penyampaian materi pesan dakwah dalam sebuah media menggunakan tulisan. Media yang digunakan biasanya ialah buku, tabloid, surat kabar atau koran, buletin, majalah, risalah, dan sebagainya. Agar mudah dicerna oleh pembaca atau khalayak, seorang dai yang memanfaatkan media tulisan hendaknya menggunakan gaya bahasa yang menarik dan mudah dipahami.

c) Media Audio Visual

Dakwah melalui audio visual yakni proses dakwah yang melibatkan indra penglihatan atau pendengaran mad'u. Seperti halnya dakwah melalui televisi, film, *YouTube*, dan lainnya.

Saat ini, kemajuan teknologi membuat setiap manusia memiliki kemudahan dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Dalam hal ini, radio sebagai media komunikasi bisa digunakan untuk khalayak

mendapatkan informasi. Radio merupakan media massa yang dipergunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak luas, karena radio menjadi media yang murah dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat (Kusnawan, 2004: 51).

Untuk mencapai keberhasilan dakwah, para dari diharuskan beradaptasi dengan teknologi yang ada. Saat ini dakwah pun bisa dilakukan dengan menggunakan media radio. Setiap media, terkhusus radio memiliki kebijakan dalam merencanakan alur kinerjanya, apa yang harus dilakukan, dan apa yang tidak boleh dilakukan. Begitupun dengan Radio Fajri 1458 AM Bandung, yang mempunyai kebijakan untuk merealisasikan dakwah Islamiyah yang sejalan sesuai visi misi.

Radio mempunyai peran yakni *to inform, to educate*, dan *to entertain*, atau dalam arti lain yakni memberikan informasi, memberikan pendidikan atau bimbingan, dan menghibur khalayak. Kemudian, radio sebagai media dakwah bisa memberikan beberapa keuntungan yakni, cepat dan langsung, akrab, dekat, hangat, sederhana, fleksibel, dan murah (Syamsul 2004: 24-25).

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil objek Radio Fajri 1458 AM yang berlokasi di Kampung Babakan, RT 01 RW 07, Desa Cangkuang, Kecamatan Cangkuang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Alasan peneliti memilih melakukan penelitian di lokasi tersebut adalah:

- a. Radio Fajri 1458 AM menjadi salah satu radio dengan genre islami yang masih konsisten dalam menyebarkan ajaran Islam, meskipun saat ini radio mulai ditinggalkan para pendengarnya. Oleh karena itu Radio Fajri meski dijaga identitasnya sebagai radio dakwah.
- b. Radio Fajri 1458 AM memiliki rata-rata pendengar sebanyak 163 terhitung sejak bulan Oktober 2022 hingga Februari 2023, hal ini menunjukkan jika radio masih menjadi media yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam.
- c. Radio Fajri 1458 AM mempunyai ikatan emosional yang tinggi dengan para pendengarnya, yang dibuktikan dengan jumlah sebanyak 5400 pengikut yang dihimpun dalam grup media sosial *WhatsApp* dan *Telegram*. Radio Fajri juga sering mengadakan acara yang bersifat *off air* yaitu kajian rutin bulanan untuk menjaga silaturahmi antara pengurus radio dengan para pendengarnya.

2. Paradigma Pendekatan

Paradigma interpretif merupakan paradigma yang memandang bahwa kebenaran, realitas atau kehidupan nyata tidak memiliki satu sisi, tetapi dapat memiliki banyak sisi sehingga bisa dikaji dari berbagai sudut pandang. Paradigma ini menolak adanya anggapan jika kebenaran atau pengetahuan yang telah ada harus selalu diverifikasi, sehingga kelak suatu kebenaran yang tunggal dapat tercapai dan terbagun. Untuk mengungkapkan kebenaran-kebenaran tersebut dan keterkaitannya, manusia harus memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan atau

menafsirkan setiap fenomena yang dapat ditangkap oleh inderawinya (Nurhayati, 2015: 179).

Terdapat tiga prinsip dasar yang dimiliki oleh paradigma interpretif yakni:

- a. Individu menyikapi suatu realitas yang terdapat di lingkungannya berdasar pada makna yang individu itu buat sendiri.
- b. Makna terbentuk karena adanya interaksi sosial yang terjalin antara individu satu dengan individu lainnya.
- c. Makna yang di dapat ataupun terbentuk akan dipahami dan di modifikasi oleh individu melalui proses interpretif yang juga berkaitan dengan hal lain yang dihadapinya (Soetriono dan Hanafie, 2007: 167).

Dalam konteks dakwah melalui radio, paradigma ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi dakwah yang efektif. Dengan memahami konteks sosial dan budaya dari audiens, seorang dai bisa menyusun pesan atau materi dakwah yang lebih relevan dan dapat dipahami oleh audiens. Dai juga dapat menginterpretasikan tanggapan audiens terhadap pesan dakwah, dan memperbaiki strategi dakwah mereka sesuai dengan kebutuhan audiens. Selain itu, paradigma ini juga menekankan pentingnya proses interaksi antara dai dengan audiensnya. Dengan dakwah melalui radio, seorang dai dapat berinteraksi dengan audiens secara langsung, juga memungkinkan audiens untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan tanggapan terhadap pesan yang disampaikan.

Pada penelitian ini, paradigma interpretif digunakan untuk mengetahui strategi dalam proses penyusunan materi dakwah di Radio Fajri agar sesuai dan mudah dipahami oleh pendengarnya.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang diaplikasikan dalam penelitian ini ialah menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif untuk menjabarkan fenomena sosial yang diteliti secara luas dan menyeluruh. Menurut Sugiyono (2013:2) metode kualitatif merupakan sebuah cara ilmiah dalam menemukan sebuah fakta dengan sasaran dan kepentingan tertentu, yang memiliki beberapa aspek yang harus dipenuhi yakni rasional, tujuan, kepentingan dan fakta.

Dalam penelitian ini, peneliti mengaplikasikan studi deskriptif. Dalam penelitian ini, terdapat proses penghimpunan beberapa data yang dilaksanakan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dihasilkan dari pengurus radio, penyiar, dan pendengar. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan secara sistematis sebuah fakta karakteristik suatu objek atau subjek yang diteliti secara tepat. Dengan metode deskriptif dimaksudkan agar lebih bisa mendeskripsikan, menjelaskan, menjawab, dan menggambarkan secara terperinci keadaan yang sebenarnya mengenai apa yang ada di Radio Fajri 1458 AM dalam program siaran Kuliah Islam.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah sebuah data yang disajikan dalam bentuk non numerik atau bukan angka (Muhadjir, 1996: 2). Data tersebut bisa diartikan sebagai penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci pengambilan sampel data yang dilakukan secara sistematis. Jenis-jenis data dapat dibagi berdasarkan sifatnya, sumbernya, cara memperolehnya, dan waktu pengumpulannya.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merujuk pada data primer. Data Primer merupakan data dari sebuah informasi yang bisa didapatkan dari seseorang mengenai masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Sumber data primer penelitian ini akan didapatkan langsung diperoleh dari pimpinan radio, manajer siaran, penyiar radio, mubaligh, tim yang terlibat dalam proses siaran, serta audiens dengan tujuan mengetahui dan mendapatkan informasi mengenai strategi dakwah Radio Fajri 1458 AM sebagai media dakwah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara strategis dalam sebuah penelitian, dikarenakan penelitian ini memiliki tujuan untuk menerima data. Untuk mendapatkan data dan informasi, peneliti menggunakan beberapa

teknik pengumpulan data, yakni dengan cara wawancara dan observasi lapangan.

a. Wawancara

Proses wawancara atau *interview* adalah proses penghipuman informasi dengan tujuan mendapatkan informasi dari problematika yang diteliti. Tujuan lain dari wawancara adalah untuk mengetahui dan memahami hal-hal yang berkaitan dengan objek yang diteliti dari informan yang telah ditentukan, secara lebih mendalam dengan jumlah informan yang terbatas (Sugiyono, 2010: 194)

Tujuan dilakukannya wawancara dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang menjadi sudut pandang informan mengenai hal-hal yang telah ditemukan dalam tahap observasi atau dapat dikatakan mencari validasi atas pernyataan yang didapat ketika observasi. Juga bertujuan untuk melontarkan pertanyaan yang belum diperoleh dari observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan yang bersangkutan atau yang memiliki pengetahuan objek yang diteliti.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diselidiki (Abdussamad, 2021: 147). Dalam melakukan observasi, peneliti melakukan penyidikan lebih lanjut mengenai beberapa

aspek yang berkaitan dengan objek yang diteliti yakni proses siaran dakwah dalam program Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM Bandung.

Dalam penelitian, peneliti melakukan pencatatan dalam kegiatan pelaksanaan dakwah di Radio Fajri 1458 AM Bandung Juga mengikuti kegiatan siaran tersebut dari mulai proses pra produksi, proses produksi, dan pasca produksi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Abdussanad, 2021:150). Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk melengkapi data dan informasi yang masih dianggap kurang setelah melakukan observasi dan wawancara. Dilakukan dengan mengumpulkan berkas-berkas yang berkaitan dengan kegiatan siaran program Kuliah Islam di Radio Fajri 1458 AM Bandung. Seperti jadwal siaran dan foto-foto proses pelaksanaan atau proses produksi siaran berlangsung.

Dalam proses pencarian dokumen-dokumen tersebut, peneliti akan mencari dan mengumpulkan dokumen baik fisik maupun online yang terdapat di studio Radio Fajri 1458 AM Bandung. Peneliti juga kemungkinan menggunakan dokumen pribadi baik untuk melakukan proses dokumentasi.

6. Informan

Informan adalah seseorang yang memberikan informasi lebih banyak tentang orang lain dan hal yang berkaitan dengannya dari pada tentang dirinya (Abdussanad, 2021: 59). Di dalam penelitian, informan merupakan sumber untuk mendapatkan informasi mengenai objek atau permasalahan yang akan diuji dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah *station manager*, penyiar, dan 4 pendengar dari Radio Fajri 1458 AM Bandung yang bisa menyajikan sebuah data yang akurat dalam penelitian.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data adalah tingkat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya (Sugiyono, 2015:92). Teknik yang digunakan untuk menentukan keabsahan diantaranya:

a. Triangulasi Sumber

Teknik ini dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Abdussanad, 2021: 190). Dalam penelitian ini sumber data yang terkumpul diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Setelah data terkumpul, hasil data yang diambil adalah data yang sesuai berdasarkan tiga teknik pengumpulan data tersebut. Teknik ini dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Abdussanad, 2021: 190).

b. Menggunakan Bahan Referensi

Data referensi yang akan disajikan adalah rekaman hasil wawancara atau transkrip wawancara, foto-foto atau dokumen autentik. Hasil wawancara yang berupa fisik dapat memperkuat kebasahan dari setiap data yang disajikan dalam penelitian ini. Bahan referensi yang dimaksud dalam teknik ini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti (Abdussanad, 2021: 194).

c. Member Chek

Member chek adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan teknik ini adalah mendapatkan kesesuaian data yang dihasilkan oleh peneliti dengan data yang diberikan oleh informan atau para pemberi data (Abdussanad, 2021: 194).

Teknik ini dilakukan setelah data dianalisis oleh peneliti diperlihatkan lebih dahulu kepada informan atau para pemberi data. Jika pemberi data telah memberikan verifikasi terhadap data yang telah dianalisis, maka data tersebut dianggap dapat digunakan dalam penelitian ini. Jika data berupa hasil wawancara akan divalidasi kepada narasumber yang bersangkutan, jika data berupa dokumentasi hendak ditanyakan kepada pengurus Radio Fajri 1458 AM Bandung sebagai bentuk validitas dokumen yang akan dijadikan sumber data.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Terdapat tiga tahapan yakni:

- a. Reduksi data. Tahap ini merupakan awal dari proses pemilahan data, pengorganisasian data yang dapat diperoleh di lapangan kemudian ditulis dalam bentuk uraian.
- b. Penyajian data. Tahapan ini ialah proses penyajian data yang diperoleh dari informasi yang telah disusun. Tahap ini sering digunakan untuk menyajikan data yang bersifat naratif.
- c. Penarikan kesimpulan. Tahapan ini ialah proses mendapatkan hasil akhir setelah sebelumnya dirancang hasil sementara. Penarikan kesimpulan harus menjawab pertanyaan pada bagian fokus penelitian.

