

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman sekarang, setiap manusia tidak bisa dipisahkan dari kehidupan modern khususnya dalam aspek komunikasi dan teknologi, mulai dari bangun dari tidurnya hingga tidur kembali. Sebelum memulai aktivitas, dapat dipastikan setiap manusia membutuhkan informasi baik itu dari *Handphone* (HP), televisi, membaca majalah, radio, tabloid, koran atau berkumpul dengan keluarga (Prihatini, 2019:1). Seiring dengan perkembangan zaman, media massa Indonesia dengan cepat berkembang ke daerah pedesaan maupun perkotaan. Seperti yang diketahui, ada beberapa media massa cetak dan elektronik yang dikembangkan baik oleh sektor publik maupun swasta di sejumlah provinsi di Indonesia. Media massa ini telah memberikan kontribusi banyak dan berdampak besar pada pertumbuhan lingkungan (AJI-NIM, 2009:4).

Komunikasi massa mengalami perubahan akibat era digital yang juga menghadirkan media massa baru kepada masyarakat. Mengingat penggunaannya yang luas sebagai saluran komunikasi, media baru tidak menutup kemungkinan bahwa media baru pada akhirnya akan menggantikan media tradisional. Artinya, media tradisional seperti media cetak yang menggunakan media internet, dan media penyiaran seperti radio dan televisi yang menggunakan streaming pada akhirnya harus beradaptasi dengan kondisi era digital. Meskipun beberapa media massa mengandalkan program mereka sendiri yang dapat diunduh orang, media massa lainnya menggunakan situs web untuk mencapai tujuan mereka. Namun, sejumlah media tradisional lainnya masih menggunakan teknik dan alat yang mereka gunakan jauh sebelum era digital dimulai (Maharani et al., 2022:3).

Radio telah hadir dimana-mana dengan menyajikan berbagai informasi ke seluruh penjuru dunia, mulai dari perkotaan hingga daerah yang jauh dan sulit dijangkau, termasuk pesan-pesan keagamaan, informasi tentang banjir, informasi tentang letusan gunung berapi, dan lain sebagainya (Zaini, 2016:17). Portabilitas radio dan potensinya yang besar untuk menjangkau setiap pendengar bahkan

mereka yang terlibat dalam aktivitas lain atau sekadar menikmati bentuk media massa lainnya. hanyalah dua dari banyak manfaatnya. Berita dapat ditransmisikan dalam jarak yang jauh dengan menggunakan media radio, yang dapat ditangkap oleh sekelompok individu yang mendengarnya melalui pemancar radio yang dituju (Nasrulloh et al., 2017:5).

Radio dan televisi merupakan dua contoh media massa elektronik yang sangat efektif terkait menarik perhatian masyarakat. Hal ini disebabkan oleh peran penting radio dan televisi sebagai bentuk komunikasi yang berpengaruh luas. Radio dan televisi merupakan sumber daya pendidikan dan agen perubahan sosial yang kuat karena keduanya merupakan media elektronik. Sebagai media komunikasi massa, radio dan televisi sendiri memiliki tiga tujuan yaitu: memberi informasi, menghibur, dan mendidik. Pengaruh radio dan televisi kini semakin terasa. Sebelumnya media ini hanya digunakan sebagai media informasi, namun kini memainkan peran penting. Salah satunya sebagai menyebarkan nilai-nilai keislaman yang akhir-akhir ini banyak mendapat perhatian dan dikembangkan oleh para praktisi dakwah sebagai media pengganti pengungkapan dakwah (Efendi, Siregar, et al., 2023:9207).

Radio di era digital kontemporer kini harus bersaing dengan televisi, dan ditambah keberadaan media internet telah membuat posisi radio semakin terpojok. Bahkan masa kejayaannya dianggap sudah lewat. Tetapi, pada kenyataannya radio masih dikenal luas di masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia. Meskipun radio dulunya dianggap sebagai media kuno yang pada akhirnya akan hilang, radio masih digunakan sampai sekarang. Bisnis dan keberadaan radio menjadi pertimbangan bahkan di kota-kota besar. Pada kenyataannya, radio dianggap memainkan peran penting, khususnya sebagai pembela budaya dalam menghadapi globalisasi internet yang semakin berkembang (Purnamasari, 2020:3).

Di Pittsburgh, Pennsylvania, seorang insinyur bernama Frank Conrad membangun pemancar radio di garasinya pada tahun 1920 sebagai proyek sampingan. Ini menandai lahirnya stasiun radio pertama. Conrad memainkan alat musik yang dibawakan oleh putranya sendiri, mentransmisikan lagu, dan melaporkan hasil acara atletik. Dengan lonjakan penjualan radio pada saat itu,

Conrad dengan cepat memperoleh banyak pengikut. Conrad menciptakan stasiun radio, yang sekarang dikenal sebagai KDKA, menjadikannya stasiun radio tertua di Amerika Serikat dan juga di seluruh dunia (Morissan, 2018:108–109). Pada awalnya, radio banyak diabaikan, dan hanya fungsinya sebagai alat transmisi saja yang dibicarakan. Pemerintah dan militer lebih sering menggunakan radio untuk menyebarkan berita dan informasi. Politisi memanfaatkan radio terutama untuk tujuan ideologis dan politik yang lebih luas. Pada tahun 1909, ketika informasi yang dikirimkan melalui radio berhasil menyelamatkan setiap penumpang di kapal yang mengalami kecelakaan dan tenggelam, pentingnya radio dalam penyampaian pesan mulai diakui. Setiap orang mulai melihat radio sebagai media yang teruji untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan akurat.

Radio mengalami kesulitan mempertahankan pendengarnya selama bertahun-tahun. Di era digital yang canggih ini, memiliki audiens tentunya melibatkan beberapa strategi untuk menghadapi berbagai permasalahan dan perubahan yang muncul. Radio tidak diragukan lagi telah berubah di era digital yang memperkenalkan teknologi baru, gaya hidup baru, dan khalayak yang lebih luas. Di zaman modern sekarang ini, radio sudah tersedia secara online sehingga tidak memerlukan alat untuk mendengarkannya. Awalnya radio hanya memiliki khalayak terbatas karena bentuk fisiknya. Meskipun radio tradisional memiliki jangkauan siaran yang terbatas, radio modern dapat didengarkan kapan saja, di mana saja melalui situs web atau aplikasi ponsel pintar. Banyak stasiun radio memiliki situs web dengan simbol media sosial, profil radio, dan informasi audiens. Fitur-fitur ini, bersama dengan kemampuan streaming, tentu saja memudahkan pendengar untuk mengidentifikasi dan berinteraksi dengan radio. Karena internet adalah bagian dari kehidupan sehari-hari bagi audiens baru, radio situs web sendiri memfasilitasi akses dan penggunaannya (Maharani et al., 2022:4).

Radio menawarkan banyak manfaat sebagai media massa elektronik, termasuk kesederhanaan bentuk (probabilitas) dan kapasitas untuk menjangkau setiap pendengar bahkan mereka yang sibuk dengan tugas lain atau terlibat dalam media lain. Hal ini bertujuan agar radio dapat melintasi ruang dan waktu apa pun. Sekalipun pendengarnya ada dan sasaran yang dituju jauh, namun pesan yang

disampaikan oleh seorang penyiar atau komunikator pada saat itu juga dapat dipahami mereka. Masyarakat semakin mudah untuk tercerahkan pemahaman agamanya tanpa harus bertatap muka berkat berkembangnya berbagai media dakwah di masyarakat, salah satunya adalah media radio. Ketika pendengar menginginkan dialog interaktif, tersedia fasilitas untuk itu, tanpa harus bertatap muka. Hal ini bisa lebih efektif dan efisien jika dilakukan secara langsung (ANDIKA, 2023:15).

Lina Budiarti dalam bukunya yang berjudul “Asyiknya Jadi Penyiar Radio” mendefinisikan bahwa, radio adalah Radio merupakan media auditif, yang hanya bisa dinikmati dengan alat pendengaran. Radio adalah media yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk mengirimkan sinyal audio yang membawa ide dan pesan. Sedangkan Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 menyatakan bahwa radio adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara rutin dan berkesinambungan yang digunakan untuk menyebarkan berbagai jenis siaran dengan menggunakan sarana transmisi dan penyiaran baik itu di di darat, di laut, atau di luar angkasa. Spektrum frekuensi di udara, kabel, atau media lainnya sehingga penerima siaran yang digunakan masyarakat umum dapat menerimanya secara bersamaan (Budiarti, 2021:9).

Ada banyak pilihan media massa cetak dan elektronik di Indonesia yang menginformasikan dan menyiarkan nilai nilai keagamaan, baik melalui diskusi keagamaan, ceramah, tadarusan, dan cara lainnya. Masyarakat memanfaatkan radio sebagai alat komunikasi yang dapat memberikan hiburan dan informasi. Radio dapat didengarkan dimana saja dan kapan saja. Hal ini dapat membantu menenangkan hati dari masyarakat ketika mendengarkannya bisa dilakukan dengan aktivitas lainnya. Meski hanya memiliki komponen audio, radio tetap dianggap sebagai media penyiaran informasi dan berfungsi sebagai alat komunikasi massa. Radio dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran nilai-nilai keagamaan, contohnya yaitu dakwah selain sebagai alat komunikasi dan informasi. Mengingat semakin kompleksnya permasalahan masyarakat terkait agama, diperlukan pengetahuan yang cepat juga mengenai masalah keagamaan.

Fungsi ideal radio sebagai media publik dalam komunikasi sosial adalah untuk mewartakan. Dengan demikian keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dapat membangkitkan potensi spiritual manusia melewati bimbingan dan penyuluhan agama. Selain itu juga sebagai landasan proses kegiatan penyebaran pesan keagamaan dan penerapan agama, yang keduanya harus dilaksanakan pada tingkat masyarakat yang berbeda. Dengan demikian, radio dapat berfungsi sebagai media transmisi keagamaan sekaligus merangsang respons dan perilaku komunal. Kepekaan terhadap informasi bahkan sudah menjadi kebutuhan dasar manusia, setara dengan sandang, pangan, dan papan. Orang akan menjadi lebih berpengetahuan jika semakin banyak informasi yang berinteraksi dengannya (Efendi, Adelia, et al., 2023:6). Hal ini disebabkan oleh meluasnya penggunaan radio di masyarakat, khususnya di daerah pedesaan dan perkotaan (Siddiq et al., 2022:793).

Ajaran Islam mencakup bimbingan baik bagi individu maupun umat manusia secara keseluruhan yang memperbaiki fitrah manusia, mengangkat peradaban, dan mengajarkan manusia untuk memperlakukan orang lain dengan hormat. Dalam rangka membangun karakter yang mampu bertahan terhadap kemajuan zaman, media komunikasi massa merupakan sarana yang paling potensial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap agama sepanjang masa (Khalid, 2019:2). Umat Islam dianggap sebagai umat terbaik karena perannya dalam pembangunan masyarakat dalam perubahan sosial sejak Nabi Muhammad SAW diutus untuk menyebarkan dakwah Islam hingga sekarang (Farihah, 2014:138). *“...Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah lebih baik bagi mereka: di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik...”* (Q.S. Ali Imran: 110).

Menurut sudut pandang komunikasi, teknologi informasi, media komunikasi, dan segala aspeknya berkembang seiring dengan perkembangan dunia. Perkembangan yang pesat ini juga berdampak pada banyak hal lainnya. Misalnya pada pola pekerjaan, interaksi manusia, hubungan keluarga, penyampaian pesan,

dan gaya komunikasi. Dakwah juga merupakan salah satu bidang komunikasi yang terkena dampak dari pertumbuhan ini. Dakwah yaitu praktik komunikasi yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik komunikasi kelompok, personal, maupun massa. Sulitnya menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui media massa menjadi tantangan di era globalisasi ini. Para pendakwah kini menghadapi kendala baru akibat fenomena perubahan ini bagaimana caranya agar berhasil dan efektif berdakwah di media massa radio (Rohimi et al., 2019:11).

Pembuatan program siaran pada dasarnya tidak sulit bagi stasiun radio mana pun, tetapi tantangannya terletak pada memastikan bahwa program tersebut diapresiasi dan dinikmati oleh pendengarnya setelah dibuat agar program tersebut dapat terus ada. Oleh karena itu, diperlukan suatu perencanaan dalam pembuatan konten siaran, khususnya konten keagamaan, dengan tujuan agar tayangan tersebut dapat disukai oleh pemirsa dan dapat menjadi sumber pengetahuan, pengaruh, dan edukasi bagi pemirsa secara keseluruhan. Pengelola media penyiaran memerlukan strategi agar dapat menyajikan konten yang berkualitas sehingga mampu menarik perhatian pemirsa. Mengembangkan strategi program adalah salah satu taktik yang bisa digunakan pada pengelolaan program-program di radio (Rahayu & Katili, 2019:141).

K.H. Abdullah Gymnastiar mendirikan Radio Manajemen Qolbu (MQ) FM pada tanggal 1 Agustus 2001, di Jalan Gegerkalong Girang No. 32 Bandung. MQ FM yang menjadi bagian dari komunitas menyuguhkan program-program bernuansa menenangkan, dan penuh hikmah yang dilengkapi dengan nasyid dan musik positif lainnya. Selain itu, alunan murottal Al-Quran dari Qori lokal, nasional, dan internasional tak henti-hentinya memenuhi ruang dengar teman-teman Manajemen Qolbu (MQ). Semua ini adalah kemungkinan baru dari warna radio sebelumnya yang tersedia saat ini. Radio Manajemen Qolbu (MQ) FM naik menjadi saluran ke 102,7 FM pada tahun 2004 sebagai hasil dari perbaikan stasiun radio oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Kemudian pada pertengahan tahun 2008 Radio Manajemen Qolbu (MQ) FM pindah ke Jalan Gegerkalong Girang Baru No. 11.

Industri penyiaran saat ini berkembang sangat pesat sehingga menghadirkan kesulitan baru bagi media. Pengusaha dari media penyiaran harus kreatif, berdasarkan pada tiga pilar utama media, yaitu teknik, program, dan pemasaran, agar dapat berhasil di sektor ini (Rohimi et al., 2019:4). Secara umum radio-radio itu berkarakteristik religious, berorientasi, berpijak, berwawasan, dan bernafaskan Islam. Radio Manajemen Qolbu (MQ) FM di Bandung misalnya, tayangannya dihadirkan bernuansa Islami karena target audiensnya adalah masyarakat muslim, stasiun berbasis komunitas yang menyediakan program umum dan Islami. Melalui sajian musik dan format siaran radio MQ FM yang berupa pencerahan dan kesejukan yang memberikan hikmah, manfaat, serta nilai-nilai akhlak mulia lainnya, radio MQ FM hadir menemani aktivitas masyarakat yang membutuhkan sentuhan spiritual untuk mengisinya. relung hati mereka yang mendambakan ketenangan, kedamaian, dan kejernihan. Radio MQ FM menghadirkan nuansa berbeda, yang menjadi sumber informasi dan motivasi di tengah rutinitas kehidupan masyarakat.

Penyebaran pesan nilai-nilai keagamaan melalui radio merupakan pendekatan baru terhadap syi'ar Islam, dan tidak diragukan lagi akan memfasilitasi upaya para da'i untuk menyebarkan pesan-pesan mereka. Pemanfaatan radio sebagai media keagamaan merupakan peluang sekaligus tantangan bagi dakwah Islam untuk tumbuh dan memperluas wawasannya, meskipun dalam lima tahun terakhir, internet telah menggantikannya (Subahri, 2018:98).

Oleh karena itu, Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana peran radio keagamaan dalam menjaga tradisi dan identitas keagamaan di tengah perkembangan zaman yang mulai tidak lagi mengandalkan radio menjadi topik menarik untuk diteliti. Dalam era digitalisasi dan internet, peran radio keagamaan masih memiliki dampak yang signifikan dalam memelihara dan menyebarkan tradisi serta identitas keagamaan dan bagaimana siaran radio keagamaan tetap relevan dalam menyediakan akses bagi masyarakat terhadap ajaran dan praktik keislaman, serta bagaimana siaran tersebut mampu mempertahankan nilai-nilai tradisional dalam wajah perubahan teknologi dan media. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai bagaimana tata

cara dan peran radio keagamaan dalam menghadapi tantangan zaman modern dan tetap memainkan peran penting dalam mempertahankan penyampaian keislaman. Peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan memilih Radio Manajemen Qolbu (MQ) FM Bandung yang memang masih tetap bertahan dan berkembang menjadi radio islami lokal swasta yang komersial sebagai objek penelitian dengan judul: Peran Radio Islami MQFM Bandung dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Keislaman.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, ditemukan; pertama, Radio MQ FM masih menjadi radio islami yang masih bertahan dan berkembang sampai sekarang, Kedua, dengan berkembangnya zaman banyak masyarakat yang sudah tidak lagi menggunakan radio sehingga menjadi tantangan bagi para industri penyiaran radio saat ini.

Berdasarkan hal-hal tersebut, kemudian dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Radio MQ FM merencanakan dan membuat pesan dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman?
- 1.2.2 Bagaimana Radio MQ FM dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman?
- 1.2.3 Bagaimana pengaruh dari Radio MQ FM dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman di masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana Radio MQ FM merencanakan dan membuat pesan dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman
- 1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana Radio MQ FM menyebarkan pesan-pesan keislaman
- 1.3.3 Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Radio MQ FM dalam menyebarkan nilai nilai keislaman di masyarakat

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, sebagai mahasiswa studi agama-agama dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik lagi mengenai peran media, khususnya radio dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman. Hal ini dapat memberikan landasan kuat bagi penelitian lanjutan serta memberikan wawasan yang berharga dalam menghadapi tantangan dan peluang keagamaan dalam era modern.

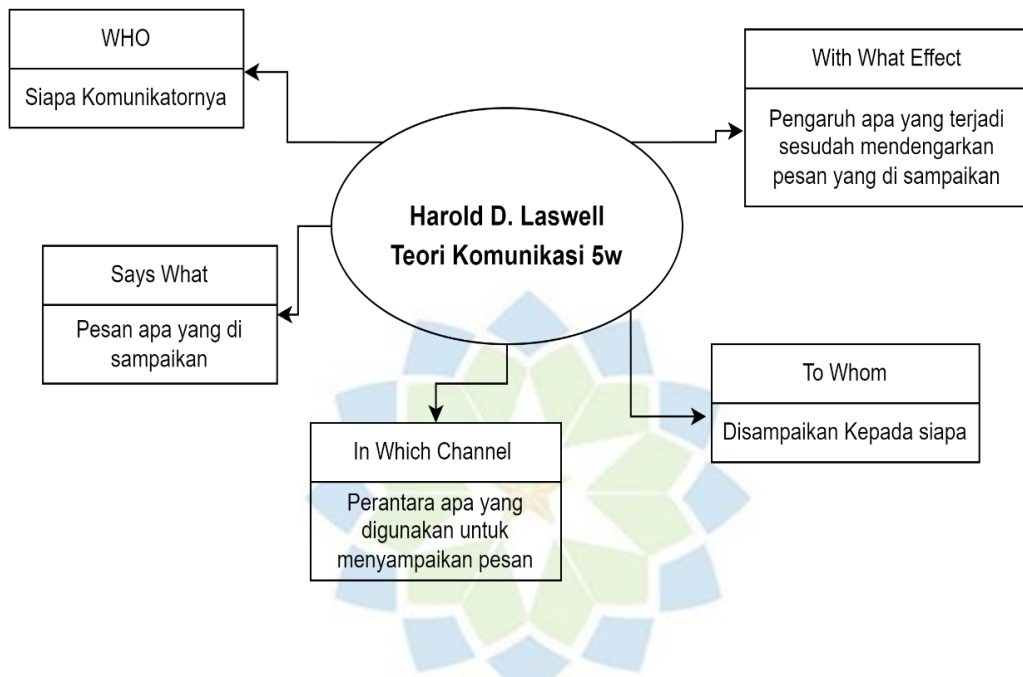
1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang komunikasi agama dan juga studi media massa bagi seluruh masyarakat dengan fokus pada peran radio dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman serta membantu dalam pengembangan materi edukasi agama yang relevan dan menarik untuk disampaikan melalui radio, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan audiens. Sehingga masyarakat bisa memanfaatkan media radio dengan bijak dan positif.

1.5 Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan Teori komunikasi dari Harold D. Lasswell yang mana teori tersebut sangat menunjang dalam proses penelitian ini. (Lasswell, 1948:216) di dalam bukunya "*The structure and function of communication in society*" di jelaskan pengertian komunikasi akan terjawab jika banyak pertanyaan yang terpenuhi, berikut beberapa pertanyaan 5W yang dimaksud yaitu: *Who* (Siapa), *Says What* (apa yang dikatakan), *in Which Channel* (melalui saluran apa), *To Whom* (kepada siapa), *With what effect* (dengan efek apa). Jadi, terdapat beberapa unsur dari komunikasi yaitu: komunikator, komunikan, media, efek, dan pesan atau isi. Sebuah rencana harus dibuat untuk komunikasi sebelum disampaikan.

Berikut ini penjelasan berupa gambar mengenai model komunikasi Lasswell:



Gambar 1: Model Komunikasi Harold D. Lasswell

Di dalam artikel (Wijaya, 2015:58–59) juga dijelaskan tindakan-tindakan berikut harus dilakukan terlebih dahulu ketika membuat perencanaan komunikasi:

- a. Menetapkan Komunikator, karena komunikator merupakan unsur utama dalam kegiatan komunikasi, maka komunikator memegang peranan yang besar. Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan dalam komunikasi. Oleh karena itu, komunikator harus memiliki kekuatan, kredibilitas, dan daya tarik.
- b. Pastikan siapa audiens yang dituju untuk pesan yang ingin disampaikan. Kata “target” mungkin berarti “komunikasi”, atau disebut “mad’u” dalam hal ini. Kebutuhan sasaran sangat bervariasi, oleh karena itu komunikator perlu menyadari kebutuhannya. agar komunikator dapat mencocokkan kebutuhan sasaran atau komunikasi dengan rencana.

- c. Merencanakan pesan atau substansi yang ingin disampaikan kepada komunikan. Komunikasi dapat dipahami sebagai “barang” yang diinginkan oleh penerima atau sasarannya. Setelah diberikan maka komunikan akan mendapatkan sesuatu yang akan mempengaruhi atau menimbulkan dampak.
- d. Menetapkan media. Tujuan dan model pesan harus diperhitungkan saat memilih media atau metode penyampaian memutuskan media mana yang paling baik membantu pesan disampaikan secara lebih efektif dan efisien. Misalnya saja, sebaiknya menggunakan media dengan cakupan yang lebih luas, seperti media massa, jika pesan yang disampaikan ditujukan untuk khalayak yang lebih luas.
- e. Pengaruh atau efek dalam komunikasi. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan pengaruh sebagai daya yang timbul dari sesuatu (seseorang, suatu benda) yang membantu membentuk tingkah laku, keyakinan, atau watak seseorang.

Peneliti memanfaatkan teori dari Harold D. Lasswell untuk memahami bagaimana peran radio. Secara teoritis, Lasswell berpendapat bahwa tindakan yang tepat untuk mengkarakterisasi komunikasi adalah dengan menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan seperti "siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh apa?" Paradigma ini terkenal lugas dan mudah dipahami. Lima Langkah tersebut diperlukan untuk komunikasi yang lebih efektif, menurut Laswell.

Media yang digunakan untuk berkomunikasi juga merupakan sarana penyampaian pesan (program keislaman) dari komunikator (narasumber) kepada komunikan (pendengar). Media komunikasi berfungsi sebagai alat untuk membantu komunikator pada penyebaran konsep, ide, dan pemikiran dalam bentuk simbol-simbol yang mempunyai arti penting bagi pendengar. Selain itu, media komunikasi memperluas kapasitas untuk menghasilkan pesan-pesan yang berbentuk audio seperti cerita, ceramah, dan diskusi lisan, yang kemudian disebarluaskan melalui radio, telepon, kaset, dan lain-lain.

Secara prinsipnya, ilmu komunikasi juga berkaitan dengan manusia atau sering disebut dengan istilah manusia adalah makhluk sosial. (Suryanto, 2015:5) dalam bukunya yang berjudul “pengantar ilmu komunikasi” berpendapat bahwa

istilah manusia merujuk kepada orang-orang yang umumnya terhubung dengan orang lain dalam konteks kehidupan sosial, bukan dengan orang-orang dalam arti individu atau pribadi manusia. Oleh karena itu, terdapat keterkaitan yang erat antara ilmu komunikasi dengan ilmu-ilmu lainnya, khususnya sosiologi. Radio memiliki relevansi strategis sebagai media komunikasi masyarakat karena mendistribusikan pendidikan, bimbingan, dan hiburan sekaligus menyebarkan agama Islam. Radio harus mampu memberikan dampak positif melalui penyebaran dalam bidang keagamaannya, di samping fungsinya yang memang untuk memberikan informasi dan hiburan dalam rangka meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap agama.

1.6 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu komponen penting bagi peneliti untuk mendapatkan rujukan dalam memecahkan permasalahan yang akan diteliti, penelitian mengenai Peran Radio Islami MQFM Bandung dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman. Sudah banyak dilakukan dan bisa menjadi referensi baik itu dari penelitian skripsi, buku, tesis dan jurnal. Dibawah ini merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian peneliti sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian yang akan dikaji oleh peneliti.

1. Skripsi, Strategi radio MQ FM Bandung dalam persaingan industri penyiaran: Kajian media ekologi penyiaran Dimmick dan Rothenbuhler. Skripsi yang ditulis oleh Dian Maryam dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2020. Dian menjelaskan dalam skripsinya bahwa Agar tetap bertahan sebagai stasiun radio dakwah komersial dalam menghadapi persaingan industri, radio MQ FM Bandung menerapkan tiga inovasi strategis. Pertama, inovasi program yang meliputi perencanaan, produksi, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi program sesuai dengan tagline, visi, dan misi. Kedua terobosan strategis ini menggunakan segmentasi psikologis dan demografi untuk menyasar konsumen. Tiga inovasi permodalan tersebut adalah pemasaran program, perluasan sumber daya manusia (SDM),

dan penggalangan modal melalui penargetan lintas media pada pasar yang lebih besar (Sholihah, 2020).

2. Jurnal, MQ FM dan pengembangan dakwah (Fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai Media Dakwah Islam). Jurnal yang ditulis oleh Faisal Muzzamil dan Umi Rojiati dari jurusan Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2021. Menurut jurnal tersebut, ada dua program program on-air dan program off-air yang dijalankan di Radio MQ FM dengan tujuan memajukan dakwah Islam. Kedua, Radio MQ FM melaksanakan lima tugas berikut dalam rangka memajukan dakwah Islam: ilmu, persuasi, pengambilan keputusan, pelaksanaan, dan penguatan (Muzzammil & Rojiati, 2021).
3. Skripsi, Peran Siaran Radio Al-Hurriyah 106,7 FM Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam. Skripsi yang ditulis oleh Zainudin Senoaji dari jurusan Komunikasi dan penyiaran islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2008. Di dalam skripsi nya diketahui Sektor pendidikan, informasi, dan dakwah merupakan tiga bidang dimana radio pemerintah daerah berperan dalam program siaran keagamaan Islam; tetapi bidang hiburan tidak termasuk dalam program siaran keagamaan Islam DPRD (AJI-NIM, 2009).
4. Jurnal, Disrupsi Nilai Keagamaan dan Komodifikasi Agama di Era Digital, Jurnal yang Ditulis oleh Rudy Rustandi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2020. Di dalam Jurnal nya dijelaskan bahwa dakwah virtual terkait agama memiliki komponen politik yang signifikan. Fenomena ini mencerminkan kondisi masyarakat saat ini yang ditandai dengan krisis ideologi agama. Era digital yang kita jalani saat ini membutuhkan konflik terbuka. Perlakuan terhadap agama dalam ruang yang “aman” telah berubah. Karena era keterbukaan saat ini, besar kemungkinan terjadinya gesekan di masyarakat. Gesekan sosial tidak hanya terjadi di dunia maya. Gesekan di dunia maya dapat menimbulkan konflik di kehidupan nyata (Rustandi, 2020).
5. Jurnal, Dampak Siaran Dakwah Radio Republik Indonesia Palu dalam Meningkatkan Kehidupan Masyarakat Religius di Kota Palu, Jurnal yang ditulis oleh Umaira dan Ahmad dari Fakultas Pendidikan Agama Islam, Universitas

Muhammadiyah Palu pada tahun 2022. Di dalam jurnal nya dijelaskan bahwa Siaran dakwah Radio Republik Indonesia Palu diwujudkan dalam bentuk untuk mensejahterakan umat beragama di Kota Palu: 1) Siaran Kultum merupakan program keagamaan yang diselenggarakan oleh RRI Palu yang terdiri dari khotbah keagamaan Islam selama tujuh menit. 2) Setiap hari, setelah shalat subuh, ada siaran rohani yang durasinya lebih lama dibandingkan kegiatan pemujaan. 3) Menyiarkan doa dan khotbah pada hari Jumat. Tugas ini diselesaikan setiap minggu. Siaran yang juga disiarkan langsung dari Masjid Baiturrahim ini berkembang menjadi program mingguan RRI Palu (Syahid & Said, 2020).

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika yang dilakukan pada penulisan penelitian ini dimulai dari Bab 1 sampai Bab IV dan dengan pembahasan yang berbeda-beda, yaitu:

Bab I, merupakan awal mencakup pendahuluan yang melatar belakangi topik permasalahan yang dibahas, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, serta pembahasan sistematika penulisan.

Bab II, berisi mengenai landasan teoritis. Dalam landasan teoritis ini peneliti memaparkan hasil analisis yang dilakukan disertai dengan alasan-alasan yang rasional. Lalu peneliti juga bertujuan untuk memperlihatkan “Bagaimana” teori peneliti terapkan contohnya untuk merumuskan suatu dugaan-dugaan penelitiannya.

Bab III, berisikan tentang metode penelitian, Pada tahap ini memaparkan hal-hal utama mengenai temuan penelitian yang berlandaskan dari hasil pengelolaan data dan juga analisis data dengan memuat beberapa kemungkinan sesuai dengan pendekatan, metode dan data data yang telah diambil dari lapangan serta sesuai dengan pembahasan yang telah dipaparkan pada rumusan masalah sebelumnya bahwa penelitian ini membahas tentang Peran Radio Islami MQFM Bandung dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman.

Bab IV, Pada bab ini berisikan hasil dari analisis yang menjadi inti dari penelitian tentang program apa saja yang ada di Radio MQFM Bandung dalam bidang keagamaan dan strategi apa saja dalam menyampaikan nilai-nilai pesan keislaman tersebut.

Bab V, merupakan bagian akhir dalam penulisan yaitu penutup yang di dalamnya berisikan kesimpulan dan saran yang menyajikan interpretasi juga pemaknaan yang dilakukan oleh peneliti atas hasil analisis temuannya serta mengutarakan apa saja hal-hal penting yang bisa dimanfaatkan dari hasil penelitiannya.

