

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Efektifitas radio Assalam UIN Ar-Raniry dalam Penyampaian Pesan-Pesan Dakwah”, dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui program dan pesan-pesan dakwah apa saja yang disampaikan oleh Radio Assalam serta bagaimana cara penyampaian pesan-pesan dakwah pada radio tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemanfaatan Teknologi Komunikasi Dan Informasi yang semakin berkembang, radio termasuk salah satu media yang efektif dan praktis dalam menyampaikan informasi. Mengingat pentingnya media komunikasi (khususnya radio) pada zaman modern ini, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh turut serta memanfaatkan dan memfasilitasi radio sebagai sarana pendukung untuk menyalurkan dan menyebarluaskan informasi. Kehadiran radio Assalam sangat membantu sebagai media informasi dan media dakwah. Karena radio Assalam yang baru mengudara, keefektifan Radio Komunitas Assalam serta program-program yang disiarkan dalam penyampaian pesan dakwah sejauh ini belum dapat terukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa program dakwah di Radio Assalam, yaitu : Assalam News Dunia Islam, Dakwah Menjawab, Jofisa, Jum’at Mubaraq, Salampedia dan Salampedia Arabic. Adapun materi dakwah yang disampaikan melalui radio Komunitas Assalam yaitu kajian-kajian Islami (seperti risalah, nasihat Rasulullah dan keutamaan-keutamaan yang berkaitan dengan Islam) serta kajian fiqh. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Komunitas Assalam sudah efektif dalam penyampaian pesan-pesan dakwah.

Kata Kunci : Efektifitas, Radio Komunitas, Assalam, Pesan, Dakwah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah diketahui bersama bahwa era yang sedang kita masuki sekarang sudah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Sebagai contoh, semakin banyak terciptanya berbagai macam teknologi-teknologi yang canggih, sehingga peredaran berbagai media elektronik menjadi begitu pesat. Dengan merebaknya berbagai teknologi, khususnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, yang dimanfaatkan sebagai media penyampaian pesan maupun informasi, yang terjadi dewasa ini, secara tidak langsung telah mendukung percepatan penyampaian pesan-pesan dakwah kepada khalayak ramai. Abdul Muis, salah seorang pakar komunikasi mengatakan “kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan aneka ragam saluran (media) yang kian canggih dan memungkinkan segala macam kejadian”.¹

Islam merupakan agama dakwah, artinya agama yang tidak terlepas dari kegiatan berdakwah dan selalu mendorong umatnya untuk senantiasa berdakwah kapanpun dan dimanapun berada. Didalam Al-Qur’an, kegiatan dakwah disebut sebagai *Ahsanul Qaula* yaitu menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama Islam. Apalagi semakin majunya zaman semakin maju pula kehidupan manusia. Berbagai informasi masuk dan menyebar begitu cepat. Umat

¹Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1996), hal.2

Islam harus dapat memilih dan menyaring informasi tersebut sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai keislaman.²

Perkembangan teknologi komunikasi di masa yang akan datang nampaknya semakin pesat, hal ini berarti juga bahwa tantangan yang harus dihadapi dan sekaligus peluang yang harus dimanfaatkan berada didepan kita. Pertanyaannya adalah apakah kita mampu menghadapi tantangan dan menghadapi peluang. Oleh karena itu, penguasaan ilmu dan teknologi mutlak diperlukan apalagi kita ingin memanfaatkan secara efektif dan efisien.

Pemanfaatan media massa untuk dakwah dapat kita lakukan jika kita mampu memberdayakan sumberdaya yang kita miliki secara optimal. Hal ini berarti bahwa kita harus menguasai seluk beluk teori dan praktek-praktek komunikasi antar manusia. Komunikasi antar manusia pada dasarnya adalah suatu proses interaksi antara komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai suatu kesamaan pengertian, pemahaman, penghayatan dan pengamalan mengenai isi pesan tertentu. Demikian halnya dengan dakwah sebagai salah satu bentuk komunikasi yang berarti menyampaikan sesuatu kepada orang lain yang bersifat mengajak untuk mengubah suatu keadaan yang tidak baik menjadi yang baik dan terpuji.

Penyampaian pesan dakwah saat ini tidak hanya dapat dilakukan melalui televisi, internet, ataupun media cetak saja. Radio merupakan salah satu media penyiaran yang eksistensinya sudah lama ada, namun masih sangat diminati oleh masyarakat. Menurut UU Nomor 32 Tahun 2002, "Penyiaran adalah kegiatan

²Harjani Hefni dkk, *Metode Dakwah*, (Jakarta Timur:Prenada Media, 2003), hal.4

pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan sarana transmisi darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerimaan siaran”.

Selain merupakan sarana yang cepat dalam menyampaikan informasi atau pesan-pesan dakwah, siaran radio bisa dinikmati dimanapun dan kapanpun tanpa mengganggu aktifitas lain seperti belajar, memasak, mengemudi, dan sebagainya. Salah satu keunggulan dari radio adalah kenyataan bahwa kehadiran televisi ternyata tidak mampu menggeser penggemar radio.³ Radio juga merupakan media auditif yang hanya bisa didengar tetapi murah, merakyat, dan mudah dibawa atau didengarkan kapanpun dan dimanapun.⁴

Mengingat pentingnya media komunikasi (khususnya radio) pada zaman modern ini, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh turut serta memanfaatkan radio sebagai sarana pendukung untuk menyalurkan dan menyebarkan informasi serta hiburan yang bersifat mendidik kepada mahasiswa/i pada khususnya dan masyarakat sekitar pada umumnya. Namun, kenyataan yang terjadi adalah kurangnya perhatian dari pihak UIN Ar-Raniry terhadap radio dikarenakan partisipasi dari pihak radio untuk menjalankan fungsi dan perannya sebagai media informasi yang harusnya membawa berbagai macam informasi yang ada di UIN Ar-Raniry kepada seluruh masyarakat.

³Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2008) hal. 138-139

⁴Riswandi. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta: 2009

Selain itu, sebagai satu-satunya stasiun penyiaran yang ada di kampus UIN Ar-Raniry, kehadiran radio Assalam sangat membantu sebagai media informasi dan media dakwah. Dikarenakan radio Assalam yang baru mengudara, keefektifan Radio Komunitas Assalam serta program-program yang disiarkan dalam penyampaian pesan dakwah sejauh ini belum dapat terukur.

Beranjak dari permasalahan diatas, penulis ingin mengkaji dan membahas penelitian dengan judul “EFEKTIFITAS RADIO ASSALAM UIN AR-RANIRY DALAM PENYAMPAIAN PESAN-PESAN DAKWAH”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja program siaran Radio Assalam untuk penyampaian pesan-pesan dakwah ?
2. Apa saja materi pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Radio Komunitas Assalam ?
3. Bagaimana cara penyampaian pesan-pesan dakwah pada Radio Assalam ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui program dan materi pesan-pesan dakwah apa saja yang disampaikan oleh Radio Assalam serta bagaimana cara penyampaian pesan-pesan dakwah pada radio tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dalam menambah pengetahuan tentang dakwah Islam dalam sebuah radio, khususnya bagi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).

2) Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dalam memahami peranan radio Assalam UIN Ar-Raniry dalam penyampaian pesan-pesan dakwah serta sebagai referensi untuk menghadapi berbagai masalah sosial yang berhubungan dengan radio dan dakwah Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penulisan skripsi ini, maka penulis akan mendefinisikan beberapa variabel, antara lain :

1. Pengertian Efektifitas

Efektifitas berasal dari kata efektif yang artinya ada efeknya (pengaruh, akibat, kesan). Efektif juga dapat diartikan : *manjur, mujarab, mempan*.⁵

⁵ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.1979.hal.266

Efektifitas merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau kegagalan kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan.

Efektifitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana, dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankan. Efektifitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan.⁶

Sehingga dapat disimpulkan bahwa efektifitas Radio Assalam adalah suatu proses penyampaian pesan dakwah oleh penyiar (komunikator) program siaran dakwah kepada pendengar radio (komunikan) agar mencapai tujuan dimana materi siaran atau isi pesan yang disampaikan sesuai dengan program yang dibawakan.

2. Radio Assalam UIN Ar-Raniry

Radio Assalam merupakan radio komunitas pertama di Aceh yang telah memperoleh izin siaran tetap dari BALMON. Radio Assalam memiliki tower dengan tinggi 30 meter dan mengudara pada frekuensi 107.9 MHz dengan luas jarak jangkauan 2.5 KM udara meliputi kawasan Banda Aceh dan sebagian Aceh Besar (Montasik, Sibreh, Blangbintang, Samahani, Lambaro Lamnga,dll). Radio Assalam berada di

Dari uraian di atas dapat di pahami bahwa skripsi yang berjudul “Efektifitas Radio Assalam dalam Penyampaian Pesan-Pesan Dakwah” adalah

⁶ Siagian, Sondang P. *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.2007

penelitian yang mengkaji pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam program siaran dakwah di Radio Komutas Assalam UIN Ar-raniry Banda Aceh.

3. Pesan-Pesan Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pesan artinya suruhan (perintah, nasihat, permintaan, amanah) yang harus disampaikan kepada orang lain.⁷ Pesan adalah suatu informasi yang disampaikan oleh seorang atau kelompok kepada orang lain baik kelompok ataupun perorangan, baik dengan menggunakan media ataupun langsung tatap muka, dengan cara verbal dan non verbal. Pesan juga merupakan suatu wujud informasi yang mempunyai makna dan apabila pesan ini tidak dipahami oleh penerima maka pesan yang dikirim tidak menjadi informasi.⁸

Sementara dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu : da'a, yad'u, dakwatan yang artinya seruan, panggilan, perintah, permintaan.⁹ Para ahli mendefinisikan dakwah sebagai suatu penyelenggaraan aktivitas atau usaha yang dilakukan seseorang secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah dan RasulNya.¹⁰

Toha Yahya Omar mengatakan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan ajaran perintah Allah untuk

⁷ W.J.S Poerwadar, *Kamus Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*.Jakarta.Balai Pustaka.2005.hal 883

⁸ Hamzah B. Uno.*Orientasi Baru dalam Psikologi Pembelajaran*.Jakarta.Bumi Aksara.2001.hal.152-153

⁹ Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Bahasa Arab Indonesia edisi Kedua*.Surabaya.Pustaka Progressif.2002.hal.407

¹⁰ Alwisral Imam Zaidallah.*Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'I dan hatib Profesional*.Jakarta.Kalam Mulia.2002.hal.4

kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat. Tetapi dalam proses menyampaikan tabligh, atas pesan-pesan dakwah tertentu maka dikenal pula istilah mubaligh, yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Maka pesan-pesan dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua pernyataan, nasihat, ajakan, informasi berupa pesan dakwah yang disampaikan oleh penyiar dalam program siaran dakwah Radio Assalam kepada seluruh pendengarnya untuk beramar ma'ruf nahi munkar.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pertama, *Dakwah dan Tantangannya dalam Teknologi Komunikasi* oleh Muhammad Rajab. Tulisan ini membahas tentang perkembangan teknologi komunikasi dan peluang serta tantangan dakwah Islam di era kemajuan teknologi komunikasi. Dampak dari peradaban informasi yang mendominasi dunia modern dalam beberapa dekade terakhir dalam beberapa sektor, baik positif ataupun negatif hampir semuanya dapat dikaitkan secara langsung atau tidak langsung dengan agama, terutama peluang sekaligus tantangan dakwah. Sebagai peluang dakwah, peradaban informasi dapat dijadikan sebagai media dakwah. Sedangkan beberapa tantangan dakwah yang dijabarkan di dalam tulisan dapat dilihat dari beberapa perspektif, diantaranya: perspektif perilaku, perspektif transmisi, perspektif interaksi, serta perspektif transaksional.¹¹

Berbicara mengenai tantangan dakwah Islam melalui media, di dalam tulisan “Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi” oleh Nur Ahmad dijabarkan mengenai tantangan problematika dakwah dari sisi internal pendakwah. Diantaranya adalah gejalak kejiwaan, gejalak syahwat, gejalak amanah, gejalak heroisme, serta gejalak kecemburuan. Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut diharapkan setiap kader dakwah harus memiliki karakter yang kuat agar bisa mensikapi berbagai tantangan tersebut dengan tegar.

¹¹ Muhammad Rajab, “*Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi*”, *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 15, No. 1, Juni 2014: 69-90

Serta menggunakan cara yang strategis dalam menyampaikan ajaran-ajaran Islam agar kegiatan-kegiatan dakwah dapat berjalan efektif dan efisien.¹²

Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang, oleh Abdul Karim. Tulisan ini menjelaskan tentang tantangan dan peluang berdakwah melalui media. Penulis mencoba menimbang sejauh mana peluang media sosial dapat diisi dengan kegiatan dakwah dan apalagi tantangan bagi para pendakwah di era media massa yang semakin canggih ini. Hasilnya adalah dakwah melalui media sangat efektif karena masyarakat yang telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi media sosial tersebut, akan tetapi ada beberapa tantangan yang dihadapi dunia dakwah yang sangat beresiko terhadap kelangsungan nilai-nilai akhlak al-karimah yang menjadi fokus dan inti dari dakwah tersebut. Hal ini disebabkan karena pengguna teknologi memiliki berbagai latar belakang dan motivasi yang beragam. Kecenderungan media sosial saat ini didominasi oleh pengguna para netizen yang masih ada yang tidak mengindahkan kode etik dalam menggunakan media sosial.¹³

Optimalisasi Fungsi Radio sebagai Media Dakwah oleh M. Nasor. Di dalam tulisannya ini, penulis membahas tentang efektifitas dakwah melalui radio. Radio bersifat sangat praktis baik dari sisi penyajian dan penerimaan, serta radio mampu meperdekat jarak yang jauh. Menurut penulis, untuk meraih efektifitas dan efisiensi radio sebagai media dakwah berkaian erat dengan kepiawaian para

¹² Nur Ahmad, "Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi", Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabsyir, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2013

¹³ Abdul Karim, "Dakwah melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang", Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabsyir, Vol. 4, No. 1, Juni 2016

pendakwah dalam mengemas pesan-pesan dakwah yang meyakinkan pendengarnya. karena itu dibutuhkan da'i yang memiliki kriteria-kriteria tertentu, seperti ilmu pengetahuan yang cukup dan pengalaman yang memadai atau memiliki kredibilitas. Melalui kriteria tersebut diharapkan pesan yang disampaikan melalui radio yang dilakukan oleh da'i memiliki peran dan pengaruh yang besar terhadap diri pendengarnya setelah mereka menerima informasi dari pembicara baik secara langsung ataupun tidak langsung.¹⁴

Penelitian berjudul Efektifitas Media Komunikasi M-Radio dalam Meningkatkan Kepedulian Kesehatan Masyarakat terhadap Pencegahan HIV/AIDS di Kota Samarinda oleh Ani Wulandari.¹⁵ Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas media komunikasi radio dalam meningkatkan Masalah Kesehatan Masyarakat dengan melakukan penyiaran dan himbuan melalui siaran udara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang berupaya memaparkan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa efektifitas media radio dalam meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan masyarakat sangat berpengaruh terhadap masyarakat karena media radio merupakan salah satu sumber informasi yang cukup efektif.

Selanjutnya, tulisan berjudul Efektifitas Komunikasi Dakwah melalui Radio yang membahas mengenai hakikat dakwah dan komunikasi dan titik

¹⁴ M. Nesor, "Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah", Jurnal Al-Adyan, vol. 12, No. 1, Januari-Juni 2017

¹⁵Ani Wulandari, *Efektifitas Media Komunikasi M-Radio dalam Meningkatkan Kepedulian Kesehatan Masyarakat terhadap Pencegahan HIV/AIDS di Kota Samarinda*.(eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 1, 2013: 389-410)

singgung antara keduanya, kedudukan radio sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan dakwah, serta efektifitas penyampaian pesan dakwah melalui radio.¹⁶ Tulisan ini menyimpulkan bahwa pesan-pesan dakwah efektif disampaikan melalui radio, dengan didukung produser radio bersama para peniarnya yang mampu mengolah bahan siaran dakwah secara efisien dan efektif, mendidik, menyadarkan sekaligus menghibur.

Skripsi dengan judul “Strategi Radio Komunitas dalam Meningkatkan Kualitas Penyar (Studi pada Radio Assalam FM UIN Ar-Raniry Banda Aceh) yang disusun oleh Nurul Hayati, tahun 2017. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan Radio Komunitas Assalam untuk meningkatkan kualitas peniarnya terdiri dari pelatihan dan seminar yang berkaitan dengan radio. Implementasi Radio Komunitas Assalam dalam meningkatkan kualitas penyar terdiri dari kualitas vokal, perilaku dan gaya.¹⁷

Skripsi dengan judul “Minat Audiens terhadap Siaran Radio Komunitas Assalam (Studi terhadap Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi)” yang disusun oleh Khadafi, tahun 2017. Metode yang digunakan adalah kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa audiens

¹⁶ Surianor, *Efektifitas Komunikasi Dalwah melalui Radio*. (Jurnal Ilmu Dakwah Aldharah, Volume 14 Nomor 27, edisi Januari-Juni 2015).Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari.

¹⁷ Nurul Hayati, *Strategi Radio Komunitas dalam Meningkatkan Kualitas Penyar* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,2017).

cukup antusias untuk mendengarkan siaran Radio Komunitas Assalam terutama dikalangan karyawan dan mahasiswa.¹⁸

Dalam penelitian ini, penulis ingin melanjutkan penelitian sebelumnya terkait tentang Efektifitas Radio Assalam dalam penyampaian pesan-pesan dakwah.

B. Konsep Efektifitas Pesan

1. Pengertian Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai efek, pengaruh atau akibat. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia efektif berarti dapat membawa hasil, berhasil guna, manjur atau mujarab, ada efeknya (akibat, pengaruhnya, kesannya).¹⁹

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan.²⁰ Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip Handayani, Soewarno yang menyatakan bahwa “Efektivitas adalah

¹⁸ Khadafi, *Minat Audiens terhadap Siaran Radio Komunitas Assalam (Studi terhadap Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi)* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2017).

¹⁹ Depertemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996) Hal. 219

²⁰ M. Ridwan, *Kamus Ilmiah Populer* (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1999) Hal. 207

pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.²¹ Sedangkan Georgopolous dan Tannemaum, mengemukakan: “Efektivitas ditinjau dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan suatu organisasi harus mempertimbangkan bukan saja sasaran organisasi tetapi juga mekanisme mempertahankan diri dalam mengejar sasaran.”²²

Dengan kata lain, penilaian efektivitas harus berkaitan dengan masalah sasaranmaupun tujuan”. Selanjutnya Steers mengemukakan bahwa: “Efektivitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengansumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidakwajar terhadap pelaksanaannya”.²³

Lebih lanjut menurut Agung Kurniawan dalam bukunya Transformasi Pelayanan Publik mendefinisikan efektivitas, sebagai berikut: “Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya”.²⁴

Dari beberapa pendapat di atas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas,kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan pendapat

²¹Handayaniingrat, Soewarno.*Pengantar Studi Ilmu Administasi dan Manajemen. Edisi Revisi Cetakan 8.*(Jakarta: CV. Haji Masagung,1988) Hal.16

²²Georgopolous dan Tannemaum. *Efektivitas Organisasi.* (Jakarta:Erlangga, 1988) Hal.50

²³ Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi.*(Jakarta: Erlangga,1985) Hal.87

²⁴ Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik.* Yogyakarta :Pembaharuan,2005) Hal.109

yang dikemukakan oleh Hidayat yang menjelaskan bahwa: “Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas,kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya”.²⁵

Upaya mengevaluasi jalannya suatu organisasi, dapat dilakukan melalui konsep efektivitas. Konsep ini adalah salah satu faktor untuk menentukan apakah perlu dilakukan perubahan secara signifikan terhadap bentuk dan manajemen organisasi atau tidak. Dalam hal ini efektivitas merupakan pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, ditinjau dari sisi masukan (input), proses, maupun keluaran (output).²⁶ Dalam hal ini yang dimaksud sumber daya meliputi ketersediaan personil, sarana dan prasarana serta metode dan model yang digunakan.

Suatu kegiatan dikatakan efisien apabila dikerjakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur sedangkan dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat.

2. Ukuran Efektivitas

Mengukur efektivitas organisasi bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan

²⁵ Hidayat. 1986. *Teori Efektivitas dalam kinerja karyawan*. (Yogyakarta : Gajah Mada University Press,1986) Hal.102

²⁶ Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi...Hal.90*

pemahaman bahwa efektivitas berarti kualitas dan kuantitas (output) barang dan jasa.²⁷

Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif. Adapun kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak, sebagaimana dikemukakan oleh S.P. Siagian yaitu:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, hal ini dimaksudkan supaya karyawan dalam pelaksanaan tugas mencapai sasaran yang terarah dan tujuan organisasi dapat tercapai.
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, telah diketahui bahwa strategi adalah “pada jalan” yang diikuti dalam melakukan berbagai upaya dalam mencapai sasaran-sasaran yang ditentukan agar para implementer tidak tersesat dalam pencapaian tujuan organisasi.
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap, berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dan strategi yang telah ditetapkan artinya kebijakan harus mampu menjembatani tujuan-tujuan dengan usaha-usaha pelaksanaan kegiatan operasional.
4. Perencanaan yang matang, pada hakekatnya berarti memutuskan sekarang apa yang dikerjakan oleh organisasi dimasa depan.

²⁷Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi...Hal.91-92*

5. Penyusunan program yang tepat suatu rencana yang baik masih perlu dijabarkan dalam program-program pelaksanaan yang tepat sebab apabila tidak, para pelaksana akan kurang memiliki pedoman bertindak dan bekerja.
6. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, salah satu indikator efektivitas organisasi adalah kemampuan bekerja secara produktif. Dengan sarana dan prasarana yang tersedia dan mungkin disediakan oleh organisasi.
7. Pelaksanaan yang efektif dan efisien, bagaimanapun baiknya suatu program apabila tidak dilaksanakan secara efektif dan efisien maka organisasi tersebut tidak akan mencapai sasarannya, karena dengan pelaksanaan organisasi semakin didekatkan pada tujuannya.
8. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik mengingat sifat manusia yang tidak sempurna maka efektivitas organisasi menuntut terdapatnya sistem pengawasan dan pengendalian.²⁸

Adapun kriteria untuk mengukur efektivitas suatu organisasi ada tiga pendekatan yang dapat digunakan, seperti yang dikemukakan oleh Martani dan Lubis yakni:

- a. Pendekatan Sumber (*resource approach*) yakni mengukur efektivitas dari input. Pendekatan mengutamakan adanya keberhasilan organisasi untuk memperoleh sumber daya, baik fisik maupun nonfisik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

²⁸ Siagian, Sondang P. *Filsafat Administrasi*. (Jakarta: Gunung Agung, 1981) Hal.77

- b. Pendekatan proses (*process approach*) adalah untuk melihat sejauh mana efektivitas pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.
- c. Pendekatan sasaran (*goals approach*) dimana pusat perhatian pada output, mengukur keberhasilan organisasi untuk mencapai hasil (output) yang sesuai dengan rencana.²⁹

Selanjutnya Steers mengemukakan 5 (lima) kriteria dalam pengukuran efektivitas, yaitu:

- 1) Produktivitas;
- 2) Kemampuan adaptasi kerja;
- 3) Kepuasan kerja;
- 4) Kemampuan ber laba;
- 5) Pencarian sumber daya.³⁰

Sedangkan Duncan yang dikutip Richard M. Steers dalam bukunya "Efektivitas Organisasi" mengatakan mengenai ukuran efektivitas, sebagai berikut:

- 1) Pencapaian Tujuan

Pencapaian adalah keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses. Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan

²⁹ Lubis dan Martani. 1987. *Teori Organisasi*. (Bandung: Ghalia Indonesia.1987) Hal.55

³⁰ Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi...Hal.53*

akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasinya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa faktor, yaitu: Kurun waktu dan sasaran yang merupakan target kongkrit.

2) Integrasi

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan consensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi.

3) Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja.

3. *Teori Efektivitas Pesan*

Teori Efektivitas Pesan menurut Wilbur Schramm adalah “pesan dikatakan efektif apabila memiliki beberapa komponen, yaitu pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik komunikan; pesan harus menggambarkan lambang-lambang yang tertuju pada alamat yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga keduanya sama-sama mengerti; pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut; pesan harus

menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikasi berada pada saat ia disegerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.”³¹

Artinya, teori ini menunjukkan jika komunikasi diharapkan efektif dalam hal penyampaian pesan-pesannya, pesan tersebut perlu dikemas sedemikian rupa atau menarik perhatian khalayak luas sehingga sesuai atau merupakan kebutuhan. Simbol yang digunakan hendaknya mudah dipahami, meliputi istilah-istilah atau kata-kata atau kalimatnya sehingga khalayak mendapatkan kemudahan dalam memperoleh informasi yang disampaikan.

Komunikasi dikatakan efektif apabila :

1. Pesan yang disampaikan dapat dipahami
2. Komunikan berperilaku seperti yang diinginkan komunikator
3. Ada kesesuaian antara setiap komponen.

Jika komunikator menganjurkan menggunakan sesuatu, maka hendaknya sesuatu itu mudah didapat dengan menggunakan cara tertentu, termasuk misalnya tentang tempatnya.³²

Media komunitas, dalam hal ini radio, memiliki landasan teoritis tentang keberadaannya. Pendekatan ini melalui teori media massa dengan asumsi bahwa media komunikasi yang digunakan oleh suatu komunitas serta interaksi

³¹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, hal. 32-33

³² <http://repository.unpas.ac.id>, diakses pada Januari 2018

komunikatif antar anggota atau warga tidak dikaji sebagai aktivitas yang terisolasi, tetapi sebagai bagian integral dari orientasi aktif individu terhadap lingkungan fisik dan sosialnya. Media komunitas bukan perpindahan atau pertukaran informasi saja, melainkan suatu proses komunikasi dalam lokalitas yang spesifik dan konteks cultural tertentu yang disebut sebagai komunitas.

Melalui teori ini bisa dikaitkan bahwa sebuah organisasi bisa membuat masing-masing individunya untuk terus berkembang. Organisasi juga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan psikis organisasi seperti aktualisasi diri dan menyalurkan minat atau hobi. Maka dari itu, dalam setiap organisasi diperlukan pemeliharaan agar bisa mencapai tujuan. Karena bagaimanapun juga setiap organisasi memiliki visi misi yang harus bisa dilaksanakan dan terlaksanakan.

C. Radio

1. Pengertian Radio Siaran

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman 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 (seperti molekul udara).³³

Menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang

³³ Asep Syamsul dan M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), hal. 12

yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.³⁴ Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima dirumah, dimobil, dan lain-lain dan dilepas dimana aja.³⁵

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil garis besar bahwa radio merupakan suatu yang menghasilkan suara kemudian dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui *air wave* (udara). Radio dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampaian informasi. Suara yang didengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, lalu diubah melalui penguat suara sehingga mendapatkan hasil bunyi yang bisa kita dengar. Suara yang didengar dari pesawat radio dapat berisi tentang hiburan, misalnya musik, humor serta berita dan berbagai informasi yang dapat diterima. Pengertian radio pertamanya adalah alat/pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi/suara. Sedangkan pengertian lain dari radio adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

³⁴ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*..hal. 81

³⁵ HA. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*..hal. 36

2. Karakteristik Radio Siaran

Menurut Elvinaro dalam buku komunikasi massa suatu pengantar, karakteristik atau sifat radio siaran mencakup antara lain :

1) Imajinatif

Karena hanya indra pendengaran yang digunakan oleh komunikan dan pesannya selintas, maka radio mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan kata lain, pendengar radio siaran bersifat imajinatif.

2) Auditori

Sifat auditori tersebut sebagai konsekuensi dari radio siaran untuk didengar. Karena kemampuan mendengar manusia itu terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas.

3) Akrab

Sifat radio siaran yang lainnya adalah akrab. Dimana seorang penyiar seolah-olah sudah aling mengenal dan berhadapan dengan pendengar, baik dengan sapaan atau kata-kata yang mengajak pendengar untuk berinteraksi.

4) Gaya percakapan

Pesan yang disampaikan melalui radio haruslah dengan gaya percakapan yang dapat membuat suasana menyenangkan sehingga pendengarnya merasa seperti sedang diajak berinteraksi.³⁶

Ada 10 gaya bahasa yang dianjurkan :

1. Kata-kata yang *simple* (sederhana);
2. Angka yang dibulatkan;
3. Kalimat yang ringkas dan langsung (tidak bertele-tele);
4. Susunan kalimat yang akurat;
5. Gaya obrolan (*conversational*);
6. Kata-kata yang lazim dipakai;
7. Tidak melanggar kesopanan;
8. Kata-kata yang mengesankan;
9. Pengulangan kata-kata penting;
10. Susunan kalimat yang logis.

1) Peran Radio Siaran

Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio siaran sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengar. Ada tiga (3) bentuk kebutuhan pendengar, yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Kebutuhan pendengar tersebut mencakup peranan yang harus dilakukan oleh sebuah radio, diantaranya sebagai berikut:

³⁶ Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. 2007, hal.131

a. Bidang informasi

Bagi masyarakat, fungsi pokok radio dari waktu ke waktu adalah sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati perubahan lingkungan khalayak pendengar. Media ini dapat didengarkan kapan saja, dimana saja, sehingga dapat memberitahukan perubahan keadaan terakhir secara cepat.

b. Bidang pendidikan

Radio bekerja dengan baik, khususnya dalam dunia gagasan. Dari penggambaran suatu peristiwa secara dramatis, radio mampu menyediakan berbagai pokok pembicaraan yang dapat didiskusikan dengan membawa orang belajar. Radio siaran dapat menyajikan warta berita dan ceramah-ceramah yang bermanfaat.

c. Bidang hiburan.

Radio memiliki kemampuan yang sangat unik, penyiaran radio dapat dijadikan sebagai media penghibur. Radio mudah dibawa kemana-mana, dan sesuka pendengar, bisa di kamar, di kantor, di tempat umum, atau perjalanan menuju tempat beraktivitas. Pada kenyataannya penyiaran radio banyak diminati oleh individu untuk memanfaatkan waktu luang atau sebagai teman penghibur ketika dalam perjalanan berkendara. Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa peranan media penyiaran radio masih penting sehingga tetap berada di pemikiran dan telinga masyarakat.³⁷

³⁷Prayudha, H., *Radio ; Suatu Pengantar untuk Wacana, dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), hal. 7-8

Radio selain berperan dalam bidang pendidikan, hiburan dan informasi, radio juga berperan dalam bidang propaganda. Organisasi media massa atau lembaga penerangan seperti stasiun televisi, radio dan rumah produksi sering dimanfaatkan sebagai wahana untuk melancarkan kegiatan propaganda, karena memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat. Melalui berita-berita yang disiarkan, media secara tidak langsung telah memberikan referensi kepada masyarakat untuk mempengaruhi keputusan politik. Semakin sering berita itu dilansir, semakin besar pengaruh yang akan menerpa masyarakat.³⁸

Para pakar komunikasi mengemukakan fungsi-fungsi yang berbeda, Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson mengemukakan bahwa komunikasi radio mempunyai dua fungsi umum, yaitu :

1. Untuk melangsungkan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi.
2. Untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.³⁹

Rudolph F. Venderber mengemukakan bahwa komunikasi radio mempunyai dua fungsi, yaitu :

1. Fungsi sosial, yaitu untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan.

³⁸ Shoelhi.,M., *Propaganda dalam Komunikasi Internasional*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), hal. 28

³⁹ Mafri Amir. *Etika Komunikasi Massa..* hal.68

2. Fungsi pengambilan keputusan, yaitu memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada suatu saat tertentu. Seperti, apa yang kita makan pagi hari, apakah kita akan kuliah atau tidak, dan bagaimana belajar menghadapi tes.⁴⁰

Sedangkan menurut The National Community Radio Form (NCRF) ada beberapa manfaat dan fungsi radio komunitas, antara lain :⁴¹

- 1) Partisipasi merupakan kekuatan bagi komunitas untuk membuka pintu perubahan kehidupan komunitas.
- 2) Melayani informasi di segala sektor kehidupan komunitas.
- 3) Melayani informasi dan merefleksikan budaya, karakter, dan identitas lokal atau komunitasnya.
- 4) Meningkatkan akses untuk pembayaran informasi secara lisan.
- 5) Radio komunitas merupakan bentuk tanggung jawab sosial atas kebutuhan komunitasnya.
- 6) Berperan penting sebagai pemberi kekuatan bagi kaum yang terpinggirkan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua tujuan tersebut merupakan proses membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi radio yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan yang terkandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara atau penyiar menginginkan pendengar mempunyai suatu fakta atau informasi yang disampaikan tersebut akurat dan layak untuk diketahui.

⁴⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*.hal.48

⁴¹Atie Rachmiate, *Radio Komunitas*.hal 82.

2) Kekuatan Radio

Menurut Astuti dalam bukunya “Jurnalisme Radio Teori dan Praktik” ada 5 (lima) kekuatan radio, antara lain :

a. Radio dapat membidik khalayak yang spesifik. Artinya, radio memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok yang dikehendaki. Selain itu, untuk merubah atau mempertajam sasaran yang dituju, radio jauh lebih fleksibel dibandingkan media komunikasi lainnya.

b. Radio bersifat *mobile* atau *portable* dimana setiap orang bisa membawa radio kemana saja.

c. Radio bersifat *intrusive* yaitu memiliki daya tembus yang tinggi. Sulit sekali menghindar dari siaran radio saat dinyalakan. Radio juga bisa menembus ruang-ruang di mana media lain tidak bisa masuk.

d. Radio bersifat fleksibel. Dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera, dapat secepatnya membuat perubahan.

e. Radio bersifat sederhana, pengoperasian dan pengelolaannya tidak rumit. Radio hanya membutuhkan kemampuan mendengar dan tidak diperlukan kemampuan baca dan abstraksi.

Selain itu, radio juga memiliki kekuatan :

a) radio adalah teater pikiran, siapa yang menciptakan dan untuk siapa

- b) radio adalah media frekuensi, pengulangan untuk mendapatkan pengaruh yang kuat
- c) radio adalah media yang terbagi-bagi: segmentasi, target audience didefinisikan
- d) radio membentuk satu ilusi hubungan orang per orang (bahkan akrab) antara penyiar dengan pendengar.⁴²

3) Konsep Dasar Penyiaran

Pengertian secara khusus tentang penyiaran dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997, bahwa penyiaran merupakan kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik, kabel, optik, dan media yang lainnya yang dapat digunakan, sehingga beritanya dapat diterima oleh masyarakat dengan pesawat siaran radio, penerima siaran televisi maupun perangkat elektronik lainnya.⁴³

Pada tahun 2002, undang-undang tersebut direvisi kembali dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 yang menyebutkan bahwa penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar atau sarana transmisi di darat, di laut maupun di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan media yang lainnya agar dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerimaan siaran.

⁴²Theo Stokkink, *Penyiar Radio Profesional*, (Yogyakarta:Kanisius, 1997), hal.154.

⁴³ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, hal. 118

Adapun bunyi UU No. 32 Tahun 2002 yaitu “menyelenggarakan penyiaran dan menghasilkan kualitas siaran serta mengawasi penyelenggaraan penyiaran yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, diperlukan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran, yang ditetapkan Komisi Penyiaran Indonesia setelah terlebih dahulu mendapat masukan dari masyarakat, asosiasi penyiaran dan organisasi lainnya”.⁴⁴

Sedangkan UUPA Tahun 2006 Pasal 11 no. 35 tentang komunikasi dan informasi menyatakan bahwa:

1. Pemerintah Aceh mempunyai kewenangan menetapkan ketentuan di bidang pers dan penyiaran berdasarkan nilai islami.
2. Dalam rangka melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah Aceh berkoordinasi dengan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Aceh menetapkan pedoman etika penyiaran dan standar program siaran.
3. Ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam Qanun Aceh.

Kewenangan lain di bidang pers dan penyiaran bagi pemerintah Aceh selain yang diatur pada ayat (1) dan ayat (2) berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan undang-undang tersebut, maka ditetapkan standar penyiaran oleh badan Komisi Penyiaran Indonesia yaitu:

⁴⁴ Tim Penyusun, Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang Pedoman *Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia*, (Jakarta:t.t)

1. Lembaga penyiaran taat dan patuh hukum segenap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia
2. Lembaga penyiaran menjunjung tinggi rasa persatuan dan kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia
3. Lembaga penyiaran menjunjung tinggi norma dan nilai agama dan budaya bangsa yang multikultural
4. Lembaga penyiaran menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia
5. Lembaga penyiaran menjunjung tinggi prinsip ketidakberpihakan dan keakuratan
6. Lembaga penyiaran melindungi kehidupan anak-anak, remaja, dan kaum perempuan
7. Lembaga penyiaran melindungi kaum yang tidak diuntungkan
8. Lembaga penyiaran melindungi publik dari pembodohan dan kejahatan
9. Lembaga penyiaran menumbuhkan demokratisasi.⁴⁵

3. Klasifikasi Radio Siaran di Indonesia

Sejak 2002, terutama sejak UU no 32 tentang Penyiaran disahkan, Indonesia mengenal tiga tipe radio; radio publik, swasta, dan komunitas. Dalam UU tersebut, radio juga termasuk lembaga penyiaran, selain televisi. Lembaga penyiaran terbagi menjadi tiga sifat, yaitu; lembaga penyiaran publik, komersial, dan komunitas. Karena itu, sifat

⁴⁵ Tim Penyusun Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 tentang *Pemerintah Aceh*, (Jakarta, www.parlemen.net), Hal. 55

masing-masing tipe radio, sama dengan sifat masing-masing lembaga penyiaran.

Radio publik tidak bergerak pada sektor komersial. Sebagai lembaga penyiaran publik, sifat keberadaannya bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup publik, dengan berusaha memenuhi kebutuhan hidup publik melalui program-programnya. Sedangkan radio swasta adalah yang bergerak di sektor bisnis (komersial). Sebagai lembaga penyiaran komersial, sifat penyelenggaraan operasi radio swasta ini berdasarkan prinsip pencapaian keuntungan ekonomi.

Sementara, radio komunitas tidak bergerak di sektor bisnis yang menyasar khalayak luas. Melainkan fokus sebagai media komunikasi massa komunitas tertentu. Sebagai lembaga penyiaran komunitas, sifat penyelenggaraan operasional radio komunitas bertujuan memenuhi kualitas hidup anggota komunitasnya, yang bersifat dari, oleh, dan untuk komunitasnya.⁴⁶

Perbedaan praksis yang sangat mendasar antara ketiga tipe itu adalah perihal pendanaan. Radio publik menerima pendanaan dari keuangan pemerintah, donatur, dan anggota publik yang memberi kontribusi. Pendapatan radio publik tidak didukung oleh iklan. Sedangkan radio swasta, jelas menyasar iklan komersial sebagai pendapatan utama. Sementara, radio komunitas, juga tidak mendapat pemasukan dari iklan

⁴⁶Gazali, Efendi, *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak; Sebuah Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas*,..hal. 86

komersial, karena memang aturan UU 32 tahun 2002, tidak memperkenankan mencari pendapatan dari iklan. Pendapatan radio komunitas didapat dari hibah, sponsor, dan iklan layanan masyarakat.

Radio komunitas sebagai lembaga non-komersial, tentu mempunyai perbedaan signifikan dengan radio swasta yang bersifat komersial. Adapun rincian perbedaan antara keduanya menurut Sudibyo adalah sebagai berikut dalam Tabel 2.1:⁴⁷

Aspek	Radio Komunitas	Radio Swasta
Definisi	Lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial.	Lembaga penyiaran yang didirikan atas prinsip-prinsip ekonomi
Bentuk	Badan hukum Indonesia yang bersifat non-komersial	Badan hukum Indonesia yang bersifat komersil
Jangkauan siaran	Daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya	Relatif lebih luas, menjangkau hampir satu propinsi
Khalayak	Anggota komunitas	Masyarakat umum
Ukuran kesuksesan	Kepuasan anggota komunitas	Rating (pemasukan iklan)
Sumber pemasukan	Sumbangan, hibah, sponsor, atau sumber lain yang sah dan tidak mengikat	Siaran iklan, dan atau usaha lain yang sah terkait penyelenggaraan penyiaran

⁴⁷ Sudibyo, A., *Ekonomi Politik Media Penyiaran..* hal. 120

Kriteria dan jumlah materi iklan	Terbatas, hanya diperbolehkan Iklan Layanan Masyarakat (ILM)	Terbuka luas, 20% dari keseluruhan jam tayang
----------------------------------	--	---

4. Dakwah melalui Radio Komunitas

Penyiaran komunitas adalah suatu lembaga yang didirikan oleh komunitas tertentu yang menjalankan aktivitas penyiaran secara independen/netral, daya pancar rendah, jangkauan wilayah terbatas, tidak komersial, dan melayani kepentingan komunitas. Menurut Morissan dalam bukunya “*Manajemen Media Penyiaran*” mengatakan bahwa radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas, dimana radio tersebut tidak ditujukan untuk kegiatan komersial.

Radio Komunitas merujuk pada kepemilikan dan wilayah orientasi yang bersifat lokal, *Antitesis* Radio swasta yang luas dan jaringan.⁴⁸ Dalam perkembangannya lebih sering digunakan karena lebih santun dan akrab secara International.⁴⁹ Radio Komunitas merupakan ruang aktualisasi bagi anggotanya. Aktualisasi ini tidaklah hanya sekedar dalam wilayah kampus struktural namun dalam kultural pun sama. Bahkan komunitas harusnya mampu mewadahi berbagai keinginan yang muncul dari anggotanya. Aktualisasi diri dapat terealisasi jika orang tersebut tidak hanya menguasai aspek kognitif, akan tetapi dia juga mampu menjalin hubungan intra dan inter-personal yang baik.

⁴⁸ Istilah stasiun Radio yang berbasis lokal yaitu : Radio Alternatif (*Alternatif Radio*), Radio Pendidikan (*Education Radio*), Radio Swadaya (*Voluntary Radio*), Radio Komunitas (*Community Radio*).

⁴⁹ Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, (Yogyakarta: Jendela, 2003), hal 9

Pengertian tentang konsep radio komunitas sendiri, mengacu pada UU nomor 32 tahun 2002. Sebab UU ini pula yang mengklasifikasikan radio siaran di Indonesia menjadi tiga, salah satunya radio komunitas. Pada pasal 21 UU no 32 tahun 2002, dinyatakan bahwa

“lembaga penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas, bersifat independen, dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitas”.⁵⁰

Lembaga penyiaran komunitas berdiri atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu, dan menjadi milik komunitas tersebut. Sedangkan sumber pembiayaan terdiri dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.

Penyiaran komunitas adalah suatu lembaga yang didirikan oleh komunitas tertentu yang menjalankan aktivitas penyiaran secara independen atau netral, daya pancar rendah, jangkauan wilayah terbatas, tidak komersial, dan melayani kepentingan komunitas. Karena khusus melayani komunitas, maka lembaga penyiaran komunitas boleh menggunakan bahasa daerah.

Pemerintah Indonesia mendirikan penyiaran komunitas memiliki persyaratan yang sangat ketat. Antara lain ; dilarang menjadi media partisan, tidak terkait dengan organisasi atau lembaga asing dan bukan anggota

⁵⁰ Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

komunitas internasional, tidak terkait organisasi terlarang, dan tidak untuk kepentingan propaganda.⁵¹ Dalam konsep sosiologi, kata komunitas selalu merujuk pada kumpulan orang-orang yang berinteraksi dan relasi (sosiologis), melakukan transaksi sosial (psikologis) di antara mereka (mutual) yang bersifat personal berdasarkan kesamaan harapan, cita-cita, kebutuhan atau keinginan, tujuan, ideologi, maupun nilai-nilai bersama yang mereka anut atau yang mereka perjuangkan.⁵²

Berbagai pandangan yang menggambarkan radio komunitas, adalah:

1. Lembaga penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.
2. Inti perbedaan lembaga penyiaran publik dan komunitas dengan lembaga penyiaran komersial adalah terdapatnya pengakuan yang signifikan akan peranan supervisi dan evaluasi oleh publik. Hal ini sejalan dengan spiritnya, yakni pemberdayaan publik dan komunitas sebagai inti proses demokratisasi.
3. Media komunitas merupakan lembaga penyiaran yang didirikan untuk melayani komunitas tertentu saja, baik dalam konteks suatu batasan geografis maupun dalam konteks rasa identitas atau minat yang sama.

⁵¹ Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran, Graha Ilmu*. hal. 96.

⁵² Liliweri, A., *Strategi Komunikasi Masyarakat*. hal. 153

4. Terdapat perbedaan antara lembaga penyiaran publik, komersial dan komunitas. Lembaga penyiaran publik dan komersial termasuk kategori memperlakukan pendengarnya sebagai objek, sedangkan radio komunitas memperlakukan pendengarnya sebagai subjek dan pesertanya terlibat dalam penyelenggaraannya.⁵³

Radio komunitas, sebagai media rakyat, biasanya bergerak atas nama masyarakat lokal. Entah hanya sebagai media komunikasi dan informasi atau menjadi media advokasi atas problem tertentu. Ragam kontennya pun disesuaikan dengan latar sosial-budaya masyarakat tempat media rakyat itu bernaung. Maka, tidak jarang, radio komunitas mempunyai agenda tertentu, yang bertujuan mempengaruhi kebijakan elit pemerintahan (bisa lokal atau nasional) agar berpihak pada kepentingan masyarakat tempat bernaung. Selain itu, tidak jarang pula, radio komunitas mempunyai agenda merubah habitus masyarakat, atau sebagai alat revitalisasi kegiatan komunikasi masyarakat setempat.

Salah satu Radio komunitas yang ada di lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Dakwah yaitu Radio Komunitas Assalam yang dikelola oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Adanya Radio Komunitas ini selain mampu menjadi sarana untuk mengasah bakat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi (misalnya menjadi penyiar), diharapkan kehadiran radio komunitas

⁵³ Fraser, dkk. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Penerjemah: Tim Jaring Line...hal. 59

ini juga mampu menjadi sarana informasi, edukasi, hiburan, dan media penyampaian pesan-pesan dakwah bagi civitas akademika UIN Ar-Raniry pada khususnya, dan masyarakat sekitar pada umumnya.

Radio komunitas merujuk pada stasiun penyiaran radio yang bersifat tidak komersial dan muatannya sebagian besar tentang dinamika dan kebutuhan komunitas itu sendiri, misalnya liputan tentang *event-event* yang sedang diadakan di kampus baik secara *live report* maupun laporan kejadian.

D. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara bahasa (etimologis), dakwah berarti panggilan, seruan, atau permintaan.⁵⁴ Selain itu dakwah merupakan salah satu aktivitas komunikasi, karena dalam dakwah terjadi proses transmisi informasi (pesan) dari komunikator (da'i, juru dakwah) kepada komunikan (mad'u) melalui berbagai media seperti televisi, radio, internet atau surat kabar. Seluruh unsur proses komunikasi termuat dalam berbagai praktik dakwah.⁵⁵ Secara substansial, filosofi dakwah berupaya untuk mengubah segala bentuk penyembahan kepada selain Allah kepada keyakinan Tauhid, mengubah semua jenis kehidupan yang timpang ke arah kehidupan yang lurus penuh dengan ketenangan batin dan kesejahteraan lahir berdasarkan nilai-nilai Islam.⁵⁶

⁵⁴ Nuh, S., M., *Dakwah Fardiyah*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), hal. 7

⁵⁵ Syahputra, I., *Komunikasi Profetik*, (Bandung: Symbiosa Rekatama Media, 2007), hal.3

⁵⁶ *Ibid*

Dari segi terminologi, dakwah memiliki beberapa pengertian atau definisi. Hal tersebut berkaitan dengan aneka ragam definisi yang diberikan oleh beberapa ahli Ilmu Dakwah yang memakai sudut pandang yang berbeda di dalam memberikan pengertian pada istilah tersebut. Sehingga antara definisi menurut ahli yang satu dengan yang lainnya terdapat persamaan dan perbedaan.

Definisi dakwah menurut beberapa ahli sebagai berikut :

- a. Muhammad Sulthon : dakwah adalah Panggilan dari Tuhan dan Nabi Muhammad SAW untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupan.⁵⁷
- b. M. Masykur Amin : dakwah adalah suatu aktivitas yang mendorong manusia memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana, dengan materi ajaran Islam, agar mereka mendapatkan kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan nanti atau akhirat.⁵⁸
- c. Asmuni Syukir memberikan definisi dakwah adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umt manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah dengan menjalankan syariat-Nya sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia maupun akhirat.⁵⁹

2. Unsur-unsur Dakwah

⁵⁷ Sulthon, M., *Desain Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 13

⁵⁸ Aziz, M., A., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 14-16

⁵⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. (Jakarta:Kencana, 2006), hal. 20

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah atau komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur tersebut adalah : (1) Da'i (pelaku dakwah), (2) Mad'u (mitra dakwah), (3) Maddah (materi dakwah), (4) Wasilah (media dakwah), (5) Thariqah (metode dakwah), dan (6) Atsar (efek dakwah). Unsur-unsur dalam dakwah tersebut, antara lain:

1. *Da'i* (subjek dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan atau dengan perbuatan. Baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga. Semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah.⁶⁰ Dakwah bisa melalui tulisan, lisan, perbuatan. Maka, penulis keislaman, penceramah dan sejenisnya termasuk pendakwah.

Pendakwah bisa bersifat individu, ketika dakwah yang dilakukan perorangan dan bisa juga kelompok atau kelembagaan, ketika dakwah digerakkan oleh sebuah kelompok atau organisasi. Sebagaimana dikutip oleh Muhammad Ali Aziz, Bassam al-Shabagh mengatakan bahwa secara ideal, pendakwah adalah orang mukmin yang menjadikan Islam sebagai agamanya, Al Quran sebagai pedomannya, Nabi Muhammad Rasulullah SAW sebagai pemimpin dan teladan baginya. Mengamalkannya dalam tingkah laku dan perjalanan hidupnya, kemudian menyampaikan Islam yang meliputi akidah, syariah, dan akhlak kepada seluruh manusia.

⁶⁰ Illahi, W., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 11

Menurut Aboe Bakar Atjeh ada beberapa syarat bagi pendakwah, yaitu beriman dan percaya sungguh-sungguh akan kebenaran Islam yang akan disampaikan, menyampaikannya dengan lisannya sendiri dan dengan amal perbuatan, dakwah yang disampaikan bukan atas dasar rasa fanatik (*ta'assub*) kaum dan golongan; pesan yang disampaikan berdasarkan kebenaran yang lengkap dengan dasar yang tidak ragu-ragu; dan rela mengorbankan jiwanya di atas jalan Allah SWT.⁶¹

2. *Mad'u* (objek dakwah)

Mad'u manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan insan.⁶² Muhammad Abduh sebagaimana dikutip oleh Wahyu Illahi membagi *mad'u* menjadi tiga golongan, yaitu:⁶³

- a. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- b. Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.

⁶¹ Aziz, M., A., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 216-217

⁶² Munir, M., dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006, hal. 23

⁶³ *Ibid*, hal. 12

- c. Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas waktu tertentu, tidak sanggup mendalami yang benar.

Hiebert dan kawan-kawan dalam bukunya Nuruddin yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa* menjelaskan bahwa *audience* dalam komunikasi massa setidaknya mempunyai 5 (lima) karakter, diantaranya sebagai berikut:⁶⁴

- a. *Audience* cenderung berisi individu-individu yang condong memiliki berbagai pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Individu-individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran
- b. *Audience* cenderung besar, tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa
- c. *Audience* cenderung heterogen, berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial
- d. *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain
- e. *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator.

3. *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi :

⁶⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 105-106

- a. Pesan akidah, meliputi iman kepada Allah SWT. Iman kepada malaikatNya, iman kepada kitab-kitabNya, iman kepada rasul-rasulNya, iman kepada kepada hari akhir, iman kepada qadha-qadhar.
- b. Pesan syariah meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa dan haji, serta mu'amalah.
- c. Pesan akhlak meliputi akhlak terhadap Allah SWT. Akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap selain manusia, flora dan fauna.⁶⁵

4. Wasilah (Media Dakwah)

Dakwah memerlukan media massa yaitu pers, film, radio, atau televisi, untuk menjangkau sebanyak-banyaknya khalayak atau massa dalam waktu yang singkat.⁶⁶ *Wasilah* (media dakwah) adalah alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam.⁶⁷ Seorang da'i harus bisa memilih media yang tepat dalam rangka melaksanakan kewajibannya seefektif mungkin dan dengan tenaga serta biaya dan waktu yang seefisien mungkin. Media dibagi menjadi tiga, yaitu media audio, media visual dan media audiovisual.

Media audio ialah media publisitas yang ditangkap oleh indera telinga, misalnya radio, telepon, piringan hitam, tape recorder, dan lain- lainnya.

⁶⁵ Illahi, W., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, hal. 12

⁶⁶ Arifin, A., *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. hal. 99-100

⁶⁷ Illahi, W., *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, hal. 12

Media visual ialah media publisitas yang dipergunakan untuk mengadakan hubungan dengan publik, yang dapat ditangkap dengan indera mata, misalnya pameran foto, surat kabar, buletin, pamflet, lambang, dan lain-lainnya. Media audiovisual ialah media yang menyiarkan berita yang dapat ditangkap baik dengan indera mata ataupun dengan indera telinga misalnya film, televisi dan lain-lainnya.⁶⁸

5. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Salah satu faktor yang menyebabkan belum efektifnya pelaksanaan dakwah adalah metode (*thariqah*) yang dipakai masih bersifat tradisional atau konvensional. Dakwah yang masih dilakukan dalam bentuk penyajian yang konvensional tanpa tajuk dan alat bantu akan mencapai sasaran sangat minim dan sulit untuk dievaluasi keberhasilannya. Tema dakwah harus lebih ditekankan pada tema-tema yang mengacu pada pemeliharaan dan pengembangan kualitas manusia sebagai makhluk yang mulia dan terhormat. Secara khusus tema-tema tersebut harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi objek atau sasaran dakwah. Teknik pendekatan yang dapat dikembangkan dalam aplikasinya antara lain sebagai berikut :

1. Pendekatan persuasif dan motivatif

Pendekatan ini mengajak objek dakwah dengan rasa sejuk dan mendorong dengan semangat tinggi. Dalam hal ini dedikasi pelaku dakwah

⁶⁸Widjaja, H.A.W., *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2008), hal. 79-84

dengan dinamika iman dan taqwa yang mantap sangatlah menentukan karena dalam praktiknya pelaku dakwah harus mampu menempatkan diri sebagai motivator yang baik, inisiator yang cerdas dan dinamisator yang terampil.

2. Pendekatan konsultatif

Dalam hal ini antara pelaku terjalin interaktif positif, dinamis dan kreatif. Masing-masing merasa memerlukan, sehingga pemecahan masalah oleh objek dakwah mudah dilakukan karena ada hubungan batin yang bertolak dari jiwa dan semangat ukhuwah Islamiyah.

3. Pendekatan Partisipatif

Maksudnya saling pengertian antara pelaku dakwah dengan objek dakwah tidak hanya terbatas sampai pada tingkat pertemuan tatap muka saja, melainkan diwujudkan dalam bentuk saling bekerjasama dan membantu di lapangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi.

Landasan umum mengenai metode dakwah dalam Al Quran terdapat di dalam Surah An Nahl ayat 125. Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada pada ayat tersebut adalah *Bil Al-Hikmah* dimana kata hikmah diterjemahkan dalam pengertian bijaksana yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga objek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan atas kemauannya sendiri, *Mau'izhah Hasanah* atau nasihat yang baik. Maksudnya adalah memberikan nasihat kepada orang lain yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima dan berkenan dihati, sedangkan

Mujadalah merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah. Cara terakhir yang digunakan ini adalah orang-orang yang taraf berpikirnya cukup maju dan kritis seperti ahli kitab yang memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya. Oleh karena itu Al Quran juga telah memberikan perhatian khusus kepada ahli kitab, yaitu melarang berdebat dengan mereka kecuali dengan cara terbaik.⁶⁹

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, *wasilah* dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respon dan efek pada *mad'u*. *Atsar* sering disebut dengan umpan balik atau *feed back* dari proses dakwah itu sendiri.

Evaluasi atau koreksi terhadap *Atsar* dakwah harus dilaksanakan secara radikal dan komprehensif, artinya tidak setengah-setengah. Seluruh komponen sistem unsur-unsur dakwah harus dievaluasi secara komprehensif. Para da'i harus memiliki jiwa terbuka untuk melakukan pembaruan dan perubahan. Jika proses evaluasi telah menghasilkan keputusan dan dapat terlaksana dengan baik, maka segera diikuti dengan tindakan dan akan terciptalah suatu perjuangan dalam bidang dakwah yang disebut *ikhtiar insani*.

3. Pesan-Pesan Dakwah dalam Radio

⁶⁹ Amin, S., M., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hal. 98-100

Pesan merupakan inti atau perumusan tujuan dan maksud dari komunikator kepada komunikan. Dan pesan merupakan unsur yang sangat menentukan dalam proses komunikasi. Agar pesan dapat diterima dengan baik, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan harus menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.⁷⁰ Menurut A.H. W. Widjaja pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan komunikator,⁷¹ sedangkan menurut Onong Ucahyana Effendi mengatakan bahwa pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.⁷² Dalam hal ini penyampian pesan-pesan dakwah harus pula sesuai dengan apa yang diinginkan oleh khalayak, karena hal tersebut sangat berpengaruh pada penerimaan isi pesan-pesan yang disampaikan oleh para da'i.

Dakwah pada hakikatnya adalah merupakan upaya untuk merubah suatu keadaan tertentu menjadi keadaan lain yang lebih baik menurut tolak ukur ajaran Islam.⁷³ Untuk itu, pesan dakwah adalah upaya yang memiliki tujuan mengubah keadaan orang lain menjadi lebih baik menurut syariat Islam yang berisikan ajakan untuk beriman kepada Allah SWT.

Menurut Toto Tasmara pesan dakwah adalah sebuah pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah baik yang tertulis maupun yang tersirat melalui pesan-pesan yang dikandung.⁷⁴ Dengan demikian pesan dakwah adalah

⁷⁰ Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Bogor. Ghalia Indonesia, cet. Ke-1, 2008. hal. 8

⁷¹ H.A. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), cet. Ke-2, hal. 32

⁷² Onong U. Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, cet. Ke-8. Bandung. Remaja Rosdakarya. 1994. hal. 18

⁷³ Idris A. Somad, *Diktat Ilmu Dakwah*, Th. 1425 H/2004, hal. 24

⁷⁴ Toto Asmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), cet. Ke-1, hal. 43

sesuatu yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dengan muatan materi yang berisikan tentang *aqidah*, *syari'ah*, dan *akhlaq*, sehingga dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh mustami'i.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* haruslah dikemas dengan cara menarik dan menggunakan metode yang sesuai dimana dakwah harus tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual. Aktual berarti mampu memecahkan masalah yang kekinian dan tengah hangat dibicarakan di masyarakat. Faktual dalam arti konkret dan nyata, serta kontekstual dalam arti relevan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

4. Dalil dan Hadits tentang Penyampaian Dakwah

Islam adalah agama yang menyerukan kepada Amar Ma'ruf Nahi Munkar, atau dengan kata lain Islam adalah agama dakwah. Melaksanakan dakwah merupakan perintah Islam, sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ [النحل: 125]

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang

tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125).⁷⁵

Berdasarkan Al-Qur’an surat An-Nahl ayat 125, metode dakwah dijabarkan menjadi tiga, yaitu:

1. *Dakwah al-hikmah*, penyampaian dakwah dengan terlebih dahulu merumuskan tujuan serta mengenal secara benar dan mendalam tentang sasaran dakwah.
2. *Dakwah bi al-mau’izah al-hasanah*, mengandung arti memberi kepuasan kepada jiwa orang atau masyarakat yang menjadi sasaran dakwah dengan cara yang baik dan benar, misalnya dengan memberi nasihat, penguatan, dan contoh teladan yang tepat.
3. *Dakwah mujadalah bi al-lati hiya ihsan*, yaitu dakwah dengan jalan bertukar pikiran melalui cara-cara terbaik yang dapat dilakukan, sesuai dengan kondisi orang dan masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Kemudian dalam Al-Qur’an surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ.

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru/megajak kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah kepada yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

⁷⁵ Al-Qur’an, Surat An-Nahl ayat 125

Perintah Allah untuk menyeru kepada semua umat manusia merupakan perintah untuk berinteraksi melalui informasi dan komunikasi. Alquran adalah sumber informasi mengenai keagamaan (Islam) dari Tuhan kepada umat manusia sebagai umat Islam. Demikian pula Sabda Rasulullah SAW, “Sampaikan dariku walau hanya satu ayat” (HR. Al-Bukhari).

Hadits tersebut merupakan hadits yang memerintahkan kita untuk menyampaikan sesuatu yang berasal dari Rasul, walaupun hanya satu ayat kepada orang lain. Ini menunjuknya bahwa Rasulullah SAW memerintahkan untuk menyebarkan informasi dari beliau.⁷⁶

Dalam sebuah hadits lainnya diterangkan bahwa:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ :
 مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُعَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ
 الْإِيمَانِ

“Dari Abi Said al-Khudri berkata: saya mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Barangsiapa diantara kamu melihat kemunkaran maka cegahlah dengan tangannya, jika sanggup maka cegahlah dengan lisannya dan jika tidak sanggup maka cegahlah dengan hatinya, yang demikian adalah selemah-lemah iman.” (HR. Muslim)

Sebagaimana dijelaskan dalam hadist di atas bahwa ada tiga metode dakwah, yaitu : *bil haq*, *bil lisan*, *bil qalbi*. Sedangkan penyiar di radio menggunakan metode dakwah yang kedua yang *bil-lisan*, dimana penyiar menyampaikan materi siaran atau pesan-pesan dakwah tersebut menggunakan

⁷⁶ Samsul M. Amir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Penerbit AMZAH, 2009), hal. 7-8

lisan agar apa yang disampaikan dapat diamankan oleh pendengar radio tersebut.

Dalam era globalisasi ini keberadaan media massa membawa pengaruh besar dibanding dengan komunikasi tatap muka. Besarnya eksistensi media komunikasi yang berakibat pada kebutuhan informasi yang banyak bagi masyarakat. Sebagai salah satu media komunikasi massa, radio memiliki peranan yang penting dalam hal tersebut.

Radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Kelebihan dari radio siaran ini adalah berada dimana saja. Kemampuan yang tinggi untuk menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan-kegiatan yang lain sekalipun atau bahkan sedang menikmati media massa lainnya. Secara potensial radio memungkinkan untuk menjangkau seluruh penduduk, bahkan dengan biaya yang minim.⁷⁷

Sebagaimana yang kita ketahui para Nabi menyebarkan agama kepada kaumnya atau kepada umat manusia bertindak sebagai guru-guru yang baik dan sebagai pendidik keagamaan. Seiring dengan perkembangan zaman maka dakwah yang dilakukan para Nabi dapat dilanjutkan dengan berbagai bentuk dan cara agar para *mad'u* tertarik untuk mengikuti dakwah yang disajikan baik dari media televisi, internet, maupun radio.

⁷⁷ Howard Goug, *Perencanaan Penyajian Produksi Program Radio*, (Jakarta: Pengurus Pusat Himpunan Praktisi Penyiaran Indonesia (HPPI), 1999), hal. 272

Salah satu bentuk pelaksanaan dakwah yaitu melalui media radio siaran, seperti halnya dilakukan oleh radio komunitas Assalam 107,8 Mhz UIN Ar-Raniry. Pesan – pesan dakwah melalui radio komunitas Assalam dikemas dalam bentuk acara siaran radio dalam program “Dakwah Menjawab” dan “Jum’at Mubarak”. Dengan adanya acara-acara tersebut diharapkan mampu menjadi media pembelajaran sekaligus media dakwah guna meningkatkan pengetahuan keislaman.

5. Efektifitas Penyampaian Pesan-Pesan Dakwah melalui Radio

Radio komunitas bisa menjadi media dakwah yang cukup efektif. Hal ini disebabkan karena radio jenis ini didirikan, dikelola, dan diperuntukkan hanya untuk komunitas tertentu saja, sehingga materi dakwah yang disampaikan bisa lebih spesifik dan sesuai kebutuhan komunitas pendengar.

Dalam perkembangan sejarah kaum muslimin, persinggungan antara dakwah dengan berbagai permasalahan tidak dapat dihindarkan. Hal ini sesuai dengan salah satu tujuan dakwah itu sendiri yaitu mengajak umat manusia untuk mengerjakan yang ma’ruf dan menjauhi yang munkar. Proses untuk mengajak seseorang ataupun komunitas menuju arahan perilaku yang lebih baik dan menjauhi keburukan tentu saja tidak semudah membalik telapak tangan. Semuanya harus melalui proses yang terencana dan terkonsep dengan baik.

Disamping itu dibutuhkan pula media-media yang dapat membuat kegiatan dakwah menjadi lebih efektif dan efisien. Menyadari arti penting penggunaan media tersebut, sejak jaman dahulu para da’i telah memanfaatkannya

untuk kepentingan dakwah. Untuk membuktikannya kita bisa menengok kembali dengan apa yang telah dilakukan oleh Walisongo dalam menjalankan syi'arnya. Mereka melihat bahwa budaya dapat dipakai sebagai sarana untuk mengembangkan dakwah. Oleh karena itu tidak mengherankan pada waktu itu produk budaya semisal wayang ataupun gamelan dimanfaatkan didalam dakwahnya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kekuatan radio siaran sebagai media dakwah tersebut adalah:⁷⁸

Pertama, Daya Langsung. Daya langsung radio siaran berkaitan dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan pada pendengarnya yang relatif cepat. Selanjutnya kita juga dapat melihat perbandingan daya langsung radio siaran dengan media cetak. Suatu pesan dakwah yang disampaikan melalui media cetak membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Sedangkan dalam radio siaran, pesan dakwah sudah dapat dikoreksi dan dicek kebenarannya, serta dapat langsung dibacakan, bahkan radio siaran dapat langsung menyiarkan suatu peristiwa yang tengah berlangsung melalui siaran reportase atau siaran pandangan mata. Dengan demikian dapat dikatakan, bahwa radio siaran seharusnya lebih aktual ketimbang surat kabar. Demikian juga dalam proses penyampaian peasan dakwah melalui radio.

⁷⁸ Hasanudin, *Radio Komunitas : Kebijakan Format dan Program MBS Sebagai Radio Komunitas, Workshop Pengelolaan Radio Komunitas*, Jurusan KPI Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.2010. hal.12

Kedua, Daya Tembus. Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuatan kelima ialah daya tembus radio siaran, dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan. Gunung-gunung, lembah-lembah, padang pasir, rawa-rawa maupun lautan dapat ditembus oleh siaran radio. Kekuatan daya tembus inilah yang menyebabkan radio siaran memiliki peran penting bagi rakyat Indonesia yang tersebar di berbagai ribuan pulau.

Ketiga, Daya Tarik. Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuatan ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yakni: musik, kata-kata, dan efek suara (sound effect).

Selain beberapa kekuatan tersebut, juga ada beberapa karakteristik radio yang harus diperhatikan ketika akan melaksanakan dakwah melalui radio, diantaranya:⁷⁹

1. Auditori. Radio adalah “suara”, untuk didengar, karena itu isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin menoleh ke belakang sebagaimana membaca koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan
2. Transmisi. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancar (transmisi).

⁷⁹ Hasanudin, *Radio Komunitas : Kebijakan Format dan Program MBS Sebagai Radio Komunitas, Workshop Pengelolaan Radio Komunitas*, Jurusan KPI Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.2010.hal.12-13

3. Mengandung Gangguan. Seperti timbul-tenggelam (fading) dan gangguan teknis “channel noise factor”.
4. *Theatre of Mind*. Radio menciptakan gambar (makes picture) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiar sendiri.
5. Identik dengan Musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media untuk mendengarkan musik.

Di dalam jurnalnya yang berjudul “Efektifitas Komunikasi Dakwah melalui Radio” Surianor menyatakan bahwa untuk mewujudkan pesan yang efektif penting sekali mengetahui dan memperhatikan keadaan komunikan atau masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Proses ini mencakup:⁸⁰

- (a) *Timing* (waktu) yang tepat untuk menyampaikan suatu pesan;
- (b) Bahasa yang digunakan harus menjamin bahwa pesan itu bisa dimengerti;
- (c) Sikap dan nilai yang harus ditampilkan secara efektif; dan
- (d) Jenis kelompok di mana komunikasi akan dilaksanakan.

⁸⁰ Surianor, *Efektifitas Komunikasi Dalwah melalui Radio*. (Jurnal Ilmu Dakwah Aldharah, Volume 14 Nomor 27, edisi Januari-Juni 2015).Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari.Hal.41

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode yang Digunakan

Metode adalah suatu cara yang di gunakan oleh penulis dalam mencapai suatu tujuan. Dalam pembahasan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif yaitu suatu penelitian dengan mengumpulkan data dilapangan dan menganalisis serta menarik kesimpulan dari data tersebut.⁸¹ Untuk memperoleh data yang diperlukan , maka penulis menggunakan metode *field research* (penelitian lapangan), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang diperlukan. Hal ini penulis lakukan dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber-sumber yang dijadikan sebagai tempat memperoleh informasi.⁸² Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah para penyiar yang bertugas membawa program siaran dakwah, berjumlah sebanyak 6 orang.

Adapun kriteria dari subjek penelitian adalah sebagai berikut : 2 orang dari unsur penyiaran dan 6 orang penyiar program dakwah.

⁸¹ Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian,..hal. 106.

⁸² Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian,..* hal. 92

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara terarah. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Radio Komunitas Assalam UIN Ar-Raniry.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Jalan Syeikh Abdur Rauf Lantai 2 Gedung Utama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Radio Komunitas Assalam mengudara pada frekuensi 107,9 Mhz. Diambilnya radio tersebut sebagai tempat penelitian karena Radio Assalam merupakan radio komunitas pertama di Aceh yang telah memperoleh izin tetap dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti.⁸³ Wawancara dilakukan melalui dialog untuk memperoleh informasi secara cepat dan tepat, yang dilakukan antara pewawancara dengan narasumber atau informan yang dianggap berwenang dan

⁸³ Wardi Bhatiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), cet. 1, hal.

mengetahui masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai beberapa informan dari Radio Komunitas Assalam diantaranya terdapat pada Tabel 3.1 yaitu sebagai berikut :

No	Jabatan	Jumlah
1	Station Manager	1 Orang
2	Kepala Divisi Penyiaran dan Program	1 Orang
3	Penyiar	6 Orang
Jumlah		8 Orrang

Pedoman wawancara disusun dan disesuaikan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Dalam penggunaannya, wawancara ini tidak mengikat (kaku) tetapi fleksibel, sehingga pertanyaan yang ditujukan kepada orang yang diwawancarai nantinya lebih terarah.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti yang terjadi dalam kenyataan, tujuannya untuk memperoleh gambaran yang jelas sesuai dengan kenyataan tanpa ada rekayasa.⁸⁴ Dalam penelitian ini penulis mengobservasi langsung ke lokasi penelitian yaitu Radio Komunitas Assalam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan tujuan agar dapat melihat dan mengamati secara langsung fenomena-fenomena yang terjadi dan juga untuk mengetahui pesan atau informasi yang disampaikan melalui radio tersebut terhadap seluruh masyarakat Banda Aceh dan sebagian Aceh Besar. Selain itu, penulis juga melakukan observasi

⁸⁴ Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hal. 106

secara tidak langsung, yaitu dengan cara mendengarkan program-program siaran radio dakwah yang dimaksud.

Menurut M. Q. Patton, peneliti yang melakukan pengamatan akan mendapatkan manfaat seperti (a) pandangan yang holistik dan menyeluruh, (b) membuka kemungkinan melakukan penemuan atau *discovery*, (c) dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati oleh orang lain, (d) dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden, (e) dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai objek yang diteliti, (f) serta mendapatkan kesan-kesan pribadi.⁸⁵

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bermacam data-data tertulis yang ada di radio maupun rekaman dan gambar yang diambil dari kegiatan-kegiatan Radio Komunitas Assalam serta data-data lain yang berhubungan dan dibutuhkan sebagai pelengkap dalam penelitian ini. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data riil tentang proses penyampaian pesam-pesan dakwah yang disiarkan dalam program maupun kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Radio Assalam yang berupa rekaman audio siaran.

⁸⁵ Andi Prastowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva Press, 2010), cet. 1, hal. 31

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul. Dalam pembahasan skripsi ini penulis menggunakan teknik deskriptif analisis yaitu suatu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dan dilakukan dalam berbagai macam teknik deskriptif. Diantaranya penyelidikan yang memutuskan, menganalisa dan mengaplikasikan serta mengambil kesimpulan.

Anas Sudjono menyatakan bahwa, “Analisa data dalam penelitian analisis kualitatif didefinisikan sebagai proses penelaahan, pengurutan, dan pengelompokan data yang tujuannya untuk menarik suatu kesimpulan”. Dalam pembahasan skripsi ini penulis menggunakan analisis kualitatif yaitu suatu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dan dilakukan dengan proses penelaahan, pengurutan dan pengelompokan data untuk mencari suatu kesimpulan. Diantaranya penyelidikan yang memutuskan, menganalisa, dan mengaplikasikan serta mengambil kesimpulan.

Analisa data dilakukan dalam tiga langkah, yaitu:

1. Reduksi data adalah proses memilih, mencari, memfokus, membuat singkatan dan mencari abstraksi.
2. Sajian data adalah yang sebelumnya sudah dianalisis dalam proses reduksi, tetapi analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan penelitian.

3. Penarikan kesimpulan dalam penelitian adalah proses penarikan intisari dari reduksi data dan sajian data.

Semua data yang diperoleh akan dibahas melalui metode deskriptif, karena dengan metode ini akan dapat menggambarkan semua data yang diperoleh serta dideskripsikan (dipaparkan) dalam bentuk tulisan dan karya ilmiah. Dengan menggunakan metode ini, juga seluruh kemungkinan yang didapatkan di lapangan akan dapat dipaparkan secara lebih umum dan dapat dijabarkan lebih luas. Hal ini ditempuh dengan menganalisis lebih dahulu data yang bersumber dari hasil wawancara, dan observasi yang penulis lakukan di Radio Komunitas Assalam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lembaga Penyiaran Radio Komunitas Assalam

1. Sejarah Berdirinya Radio Komunitas Assalam

Radio komunitas Assalam mulai diwacanakan sejak tahun 1998 dimana pada saat itu mahasiswa/i diwajibkan melakukan praktikum siaran radio di stasiun penyiaran yang berada di luar kampus seperti Radio RRI dan Radio Baiturrahman. Karena gagasan dan ide dari sejumlah dosen yang ada di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Drs. Baharuddin AR, M.Si selaku ketua jurusan pun merespon gagasan tersebut dan melakukan pengajuan proposal tentang pengadaan radio.⁸⁶

Karena mengingat pentingnya radio sebagai media penyampaian informasi dan apabila ada informasi di IAIN Ar-Raniry akan diberitakan lebih cepat kepada publik. Akhirnya sejumlah dosen dan pimpinan pun menyetujui adanya radio kampus, sehingga dibahas dalam rapat kerja IAIN Ar-Raniry.

Sejumlah dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBA) digunakan untuk membangun studio radio dan membeli peralatan dan perangkat yang dibutuhkan untuk penyiaran. Radio pada saat itu ditempatkan di lantai 2 gedung koperasi IAIN Ar-Raniry tepatnya berada di sebelah barat Masjid Fathun Qarib yang sekarang sudah menjadi gedung Fakultas Ekonomi dan

⁸⁶ Nurul Hayati, *Strategi Radio Komunitas dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2017).hal.59

Bisnis Islam (FEBI).⁸⁷ Radio Kampus IAIN Ar-Raniry pertama kalinya mengudara pada frekuensi 107.8 Mhz yang jangkauan siarannya berkisar antara 5-10 km saja.

Setelah *vacum* beberapa tahun pasca gempa tsunami, pengurusan izin Radio Kampus IAIN Ar-Raniry kembali dilakukan. Pada tanggal 7 Juli 2007 diadakan rapat yang dihadiri sejumlah dosen jurusan KPI sebagai pendiri radio, yaitu : Dr. A. Rani, M.Si; Ade Irma, B.H.Sc.,M.A; Drs.Syukri Syamaun, M.Ag; Drs.Baharuddin AR, M.Si; Drs.Yusri, M.Lis; Drs. M.Sufi Abdul Muthalib; dan Jailani Yunus, M.Ag serta turut dihadiri oleh Prof. Drs. Yusni Saby, M.A, PhD selaku rektor IAIN Ar-Raniry.

Pada awal tahun 2015, berdasarkan hasil konsultasi dengan KPIA dan Balai Monitoring Spektrum Frekuensi Radio dan Orbit Satelit (Balmon) Aceh, frekuensi Radio Komunitas Assalam diusulkan menjadi 107,9 Mhz. Dibawah kepemimpinan Dr.Kusmawati Hatta,M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Dr.Jasafat, M.A selaku Wakil Dekan II yang baru, Radio Komunitas Assalam akhirnya memperoleh izin penyiaran tetap dari Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Surat Keputusan Nomor 1900 Tahun 2016 yang ditandatangani langsung oleh Menteri Kominfo diserahkan oleh plt. Gubernur Aceh Mayjen (Purn) Soedarmo kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang diwakili oleh Dr.Jasafat M.A, dalam acara “Rapat Koordinasi

⁸⁷Nurul Hayati, *Strategi Radio Komunitas dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,2017).hal.60

Pilkada Serentak” yang dilaksanakan oleh KPIA pada tanggal 16 November 2016 yang bertempat di Anjong Mon Mata Banda Aceh.⁸⁸

Radio Komunitas Assalam diresmikan pada Kamis, 18 Juni 2015 (1 Ramadhan 1436 H) oleh Prof. Dr. H. Farid Wajdi Ibrahim, M.A selaku Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan turut juga dihadiri oleh Prof. Drs. Yusni Saby, M.A, Ph.D, Dr. Kusmawati Hatta M.Pd dan seluruh Wakil Dekan serta petinggi dan pemimpin fakultas se-lingkungan UIN Ar-Raniry.

2. Visi dan Misi Radio Komunitas Assalam

Berdirinya radio Assalam mempunyai visi yaitu menjadikan Radio Komunitas Assalam sebagai alat pemersatu dan media komunikasi, informasi, serta aktualisasi warga, yang berperan dalam mempercepat perkembangan aspek kehidupan bermasyarakat, dalam cakupan edukasi, sosial, keagamaan, seni, dan budaya.⁸⁹

Sedangkan misi dari berdirinya Radio Komunitas Assalam adalah sebagai berikut :

- 1) Menyediakan sarana untuk mempersatukan seluruh mahasiswa tanpa melihat adanya perbedaaan antara satu dengan lainnya.

⁸⁸ Khadafi, *Minat Audiens terhadap Siaran Radio Komunitas Assalam (Studi terhadap Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi)* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,2017).hal 63

⁸⁹Hasil wawancara dengan Arif Ramdan, Station Manajer Radio Assalam pada tanggal 2 Juli 2018

- 2) Menyediakan beragam informasi yang aktual dan mendidik melalui berbagai program siaran yang mencakup aspek edukasi, sosial, keagamaan, seni, dan budaya.
- 3) Memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi anggota komunitas untuk mengaktualisasikan kemampuan individu dan kelompok dalam berbagai aspek kemampuan dan keahlian.
- 4) Memberikan pembelajaran dan kesempatan manajemen dalam pengelolaan suatu unit kegiatan penyiaran dengan prinsip kemandirian dan keersamaan.

3. Kepengurusan Radio Komunitas Assalam

Berdasarkan Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART), Kepengurusan Radio Komunitas Assalam terdiri dari dua aspek, yaitu Dewan Penyiaran Komunitas (DPK) dan Badan Pelaksana Penyiaran Komunitas (BPPK).

DPK Radio Komunitas Assalam terdiri dari :⁹⁰

- Ketua : Dr. A. Rani, M.Si
- Anggota : 1. Prof. Yusni Saby, M.A, Ph.D
2. Ade Irma, B. HSc, M.A
3. Dr. Syukri Syamaun, M.Ag
4. Dr. Baharuddin, AR, M.Sc
5. Dr. Yusri, M.Lis
6. Drs. M. Sufi A. Muthalib
7. Jailani Yunus, M.Ag

⁹⁰ Khadafi, *Minat Audiens terhadap Siaran Radio Komunitas Assalam (Studi terhadap Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi)* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,2017).hal 65

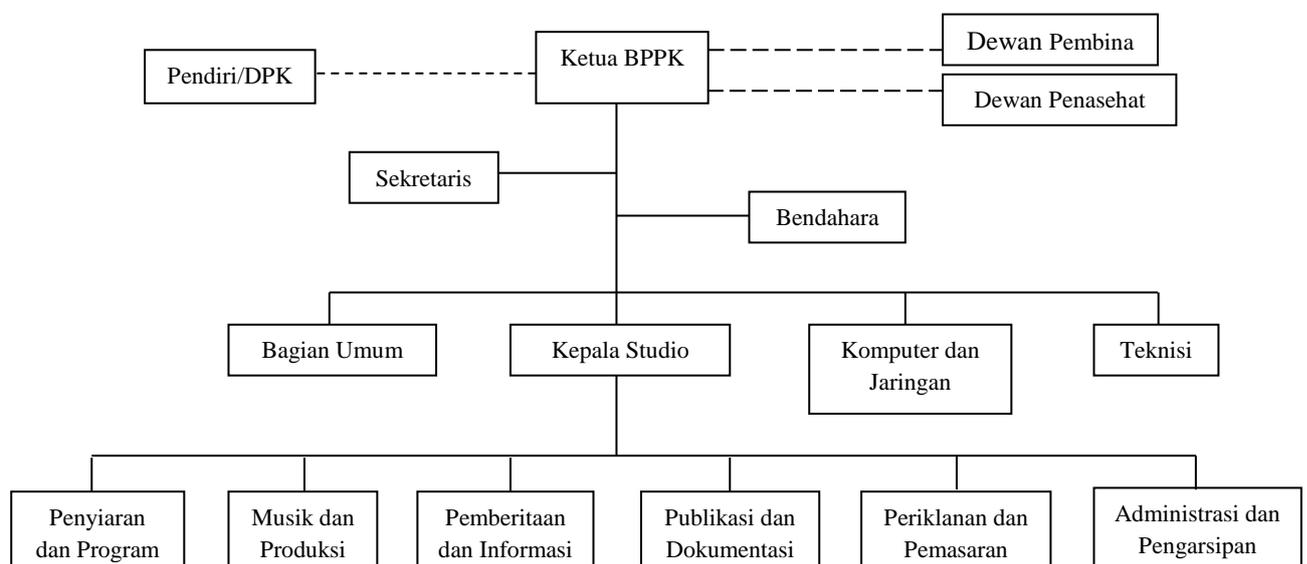
BPPK periode 2017- sekarang yaitu :

Ketua : Dr. Jasafat, M.A
 Sekretaris : Taufik SE, Ak. M.Ed
 Bendahara : Anita, S.Ag, M.Hum

Selain itu, Radio Komunitas Assalam juga ada para penanggung jawab bidang, yaitu :

- 1) Kepala Studio RKA : Arif Ramdan
- 2) Bidang Penyiaran dan Program : Rahmi Fitriyah, S.Sos
- 3) Bidang Musik dan Produksi : Riky Vainaldy
- 4) Bidang Pemberitaan dan Informasi : Ridia Armis
- 5) Bidang Publikasi dan Dokumentasi : Khalidar
- 6) Bidang Administrasi dan Pengarsipan : Asmadi, S.Sos
- 7) Bidang Periklanan dan pemasaran : Dhiya Urrahman
- 8) Bidang Teknis Transmisi dan Mixing : Mizwar Abdani

4. Struktur Organisasi Radio Komunitas Assalam



5. Program Siaran Dakwah Radio Komunitas Assalam

Setelah melalui proses penelitian, penulis menilai terdapat beberapa kategori program siaran pada Radio Komunitas Assalam yang sesuai dengan kategori program siaran dakwah. Pada Radio Komunitas Assalam hanya memiliki siaran dakwah satu versi saja yaitu melalui program siaran *on air*. Program siaran langsung (*On Air*) disini termasuk bentuk siaran monolog dan dialog ataupun talkshow. Penyiar Radio Komunitas Assalam menyajikan bahan yang akan digunakan untuk siaran. Siaran *on air* adalah suatu kegiatan program yang dilakukan secara langsung tanpa melalui media studio rekaman. Siaran langsung memiliki keunggulan tersendiri daripada program *recording* (rekaman). Acara ini mempunyai realita yang tinggi atau benar-benar sesuai kenyataan yang ada, dan lebih efisien.

Berikut ini merupakan program siaran dakwah pada Radio Komunitas Assalam:⁹¹

- 1) Assalam News Dunia Islam; menyajikan berita lokal, nasional, maupun internasional yang dikutip dari situs-situs resmi. Berita tersebut disampaikan dengan gaya formal dan menggunakan bahasa baku, bukan bahasa santai. Program ini membahas tentang hal-hal apa saja yang sedang booming di Dunia Islam, khususnya di daerah Timur Tengah. Ataupun hal-hal agenda-agenda keislaman yang sedang berjalan di Aceh, di

⁹¹ Hasil wawancara dengan Rahmi Fitriyah, Kabid Program dan Penyiaran pada tanggal 2 Juli 2018

nasional ataupun internasional. Program ini berlangsung setiap hari pada pukul 09.00-10.00 WIB

- 2) Dakwah Menjawab; tanya jawab bersama dosen FDK terkait kajian umum keislaman, fiqih wanita, dan kajian Islam lainnya yang berkaitan dengan dakwah.
- 3) Jum'at Mubaraq; merupakan suatu segmen yang membahas tentang keutamaan hari Jum'at. Selain itu, program ini juga membahas beberapa kisah-kisah teladan, motivasi, nasihat-nasihat Rasulullah dan juga ayat-ayat Al-Qur'an.
- 4) Jofisa; "Jofisa" itu singkatan dari Jomblo Fi Sabilillah. Kalau program Jofisa ini lebih ditargetkan untuk kawula muda yang usia remaja hingga dewasa muda. Jofisa ditayangkan setiap Selasa pukul 15.00 hingga pukul 18.00 dan disitu lebih dibahas tentang bagaimana seorang Muslimah dan Muslim untuk mendedikasikan dirinya sebagai seorang Jomblo tapi juga bisa bermanfaat untuk masyarakat lainnya.
- 5) Salampedia; merupakan suatu segmen siaran yang materinya berupa penjelasan terkait suatu peristiwa, seperti menguraikan tentang tanggal-tanggal penting dalam 1 pekan, menguraikan tentang sejarah dan penjelasan tentang penemuan-penemuan dalam Islam, dunia, Nusantara, dan Aceh. Program ini terkadang juga meringkas rangking 10 teratas sesuatu yang diuraikan dari urutan terendah. Selain itu, salampedia juga membahas sesuatu yang bersifat wawasan atau pengetahuan keislaman.

Perihal tentang kesehatan, biografi, sejarah ataupun sains dan teknologi.

Tetapi diiringkan dengan kemajuan teknologi dalam dunia Islam.

- 6) Salampedia Arabic; merupakan suatu segmen yang materinya berupa *histoverly*: wisata, budaya, kuliner, sains, dan tokoh dengan penyajian siarannya dalam menggunakan Bahasa Arab 70%.

Adapun jadwal program siaran Radio Komunitas Assalam yang berlaku pada bulan Juni 2018 adalah Tabel 4.1 sebagai berikut:

JAM KE-	WAKTU SIARAN	HARI					
		SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
I.	08.00 – 09.00	Assalam News (Umum)	Assalam News (Umum)	Assalam News (Umum)	Assalam News (Umum)	Assalam News (Umum)	Assalam News Sepekan (Umum)
	09.00 – 10.00	Assalam News (Islam)	Assalam News (Islam)	Assalam News (Islam)	Assalam News (Islam)	Assalam News (Islam)	Assalam News Sepekan (Islam)
II.	10.00 – 11.00	Zona Kampus	Zona Kampus	Bincang Assalam	Zona Kampus	Dakwah Menjawab	Food and Travelling
	11.00 – 12.00		Berani Tampil	Zona Kampus		Zona Kampus	
III.	12.00 – 15.00	Salam Sapa	Zona Lawas	Salam Sapa	Saweu Rakan	Jum'at Mubaraq	Salam Sapa
IV.	15.00 – 18.00	Salampedia English	Jofisa	Salampedia	Obrolan Komunitas Salam	Salampedia	Assalam Kids

Tabel 4.2 :Persentase Kategori Program Siaran

NO	Kategori	Jumlah Program	Persentase
1	Program Siaran Umum	14	70 %
2	Program Siaran Islam	6	30 %

Jumlah	20	100 %
---------------	-----------	--------------

B. Karakteristik Subjek Penelitian

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, penulis melakukan wawancara dengan sejumlah kalangan antara lain: Kepala Radio Radio Komunitas Assalam, Kepala Bidang Penyiaran dan Program Radio Komunitas Assalam, dan Penyiar Radio Komunitas Assalam.

Adapun rincian narasumber yang diwawancarai dapat dilihat pada daftar Table 4.3 sebagai berikut:

No.	Nama	Jabatan
1.	Arif Ramdan	Kepala Radio Radio Komunitas Assalam
2.	Rahmi Fitriyah	Kabid. Penyiaran dan Program Radio Komunitas Assalam
3.	Safrizal Ahmad	Penyiar Radio Komunitas Assalam
4.	Rizky Munazar	Penyiar Radio Komunitas Assalam
5.	Nur Fahresi	Penyiar Radio Komunitas Assalam
6.	Nanda Putri	Penyiar Radio Komunitas Assalam
7.	Izzatul Islami	Penyiar Radio Komunitas Assalam
8.	Lia Rahmawati Azmi	Penyiar Radio Komunitas Assalam

C. Efektivitas Radio Assalam Dalam Penyampaian Pesan-Pesan Dakwah

Meskipun cara penyampaian pesan dakwah menggunakan metode yang beragam, tetapi secara umum ada dua bentuk pesan dakwah, yaitu pesan yang bersifat informatif dan pesan yang bersifat persuasif. Inti dari kedua jenis pesan tersebut adalah sama-sama bertujuan untuk memberikan wawasan atau pengetahuan serta mengubah sikap maupun perilaku individu, kelompok, ataupun masyarakat. Namun, untuk mencapai tujuan yang dimaksud, maka perlu adanya penyampaian pesan dakwah yang efektif. Dalam teori komunikasi, efektif

tidaknya komunikasi bergantung pada pesan, dan pesan bergantung pada isi pesan, yaitu apa yang disampaikan . Pada akhirnya, efektivitas pesan bergantung pada komunikator yang menyusun isi pesan atau berdasarkan sistematika berpikir. Selain itu, efektivitas pesan bergantung pada proses pelaksanaan pesan, yang di dalamnya terkait dengan metode dan media yang digunakan, situasi dan kondisi pada saat proses pesan dilaksanakan, tempat pelaksanaan pesan dan kapabilitas penerima pesan. Semua elemen proses tersebut menentukan efektif dan tidaknya pesan yang disampaikan.⁹²

Dalam penelitian ini media yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dakwah yaitu Radio Komunitas Assalam. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Radio Komunitas Assalam, adapun sarana dan prasarana penunjang program siaran dakwah yang ada pada Radio Komunitas Assalam adalah sebagai berikut:

1. Pemancar

Pemancar yang digunakan untuk memancarkan siaran Radio Komunitas Assalam adalah berkekuatan 50 watt menempati saluran di frekuensi 107.9 Mhz dengan antena jenis OMB Single Ring, dan jarak jangkauan seluas 2,5 km udara (meliputi kawasan Banda Aceh dan sebagian Aceh Besar). Tower yang digunakan oleh Radio Komunitas Assalam setinggi 30 meter.

2. Komputer

⁹² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hal. 161

Ada dua buah komputer yang terletak di ruang siaran dan tiga buah komputer di ruang produksi.

3. Mixer

Mixer adalah peralatan audio yang digunakan untuk proses siaran di Radio Komunitas Assalam. Ada 2 buah mixer, 1 buah di ruang siaran dan 1 buah mixer mini di ruang produksi.

4. Microphone

Ada 4 microphone pada studio utama atau ruang siaran dan 2 buah microphone yang berada di ruang produksi.

5. Perangkat yang terdiri dari : Stabilizer, Ecxiter RVR, Power Amplifier, Prosesor Audio Behringer.

6. AC 2 buah

7. Handphone 1 buah

8. Printer 1 buah

9. Jaringan internet Speedy, Jaringan internet digunakan untuk mendapatkan berbagai informasi, misalnya materi siaran.

10. Earphone 3 buah

11. Radio tape 1 buah

12. Gas Carbon

13. Ruang siaran, berfungsi untuk menjalankan program-program yang sudah disusun team produksi agar disiarkan oleh penyiar yang

bertugas. Ruang produksi digunakan untuk menghasilkan bahan siaran seperti lagu, iklan, insert, dan lain sebagainya.

Selain adanya pemenuhan sarana dan prasarana, untuk meraih efektivitas radio sebagai media dakwah berkaitan erat dengan kepiawaian penyiar dalam mengemas pesan-pesan yang dapat meyakinkan pendengarnya. Dalam hal ini, adapun yang dimaksud dengan pesan-pesan tersebut adalah materi program siaran yang dibawakan pada saat siaran.

Berkaitan dengan pengemasan materi, berdasarkan hasil wawancara, strategi yang harus dilakukan agar pesan atau materi siaran yang disampaikan efektif adalah penyiar harus paham tentang materi yang akan disampaikan saat siaran dengan mencari dan memperluas pemahaman akan materi tersebut. Misalnya, ketika program dakwah menjawab, penyiar harus paham terlebih dahulu tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pendengar untuk dijawab oleh ustadz ketika *on air*.⁹³

Berbeda dengan program lainnya, dalam hal penentuan materi atau tema untuk program Dakwah Menjawab sepenuhnya diberikan keleluasaan kepada Narasumber, terkait masalah apa yang akan dibahas. Kemudian untuk program-program lainnya seperti Jofisa, atau Assalam News Dunia Islam, Jum'at Mubaraq pemilihan materinya tergantung pada penyiar dan dengan ketentuan materinya tidak keluar dari ranah program tersebut.

⁹³ Hasil wawancara dengan Nanda Saputri, penyiar program dakwah pada tanggal 3 Juli 2018

Pemilihan materi siaran ditugaskan kepada masing-masing penyiar yang bertugas sehari sebelum jadwal siaran. Penyiar bisa mendapatkan materi siaran dari internet dan buku dengan disertai referensi yang jelas dan akurat. Kemudian materi yang didapat tersebut dibungkus dengan cara sopan sesuai radio kampus dan sedikit gaya anak muda agar pendengar terhibur dan juga terdakwahkan.⁹⁴

Lebih jauh, baik program siaran maupun pemateri yang terpilih sudah melewati proses persetujuan dari kepala divisi penyiaran terlebih dulu, baru kemudian disiarkan kepada pendengar. Untuk pemilihan materi disesuaikan dengan nama programnya, misalnya untuk program Dakwah Menjawab itu temanya ditentukan per minggu, karena ini merupakan program mingguan.

Dalam hal pemilihan penyiar, prosesnya sangat selektif. Hal ini dikarenakan untuk membawakan program dakwah dibutuhkan penyiar yang memiliki kriteria-kriteria tertentu, misalnya ilmu pengetahuan yang cukup dan pengalaman yang memadai. Dalam arti kata lain, penyiar yang dimaksud adalah mereka yang memang benar-benar paham akan materi yang akan disiarkan, dalam artian memiliki wawasan ilmu keislaman yang luas.⁹⁵

Berkaitan dengan penyampaian pesan-pesan dakwah yang efektif, ada beberapa unsur yang menjadi tolak ukur, yaitu:

a. Bahasa

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Rizki Munazar, Penyiar radio Assalam pada tanggal 3 Juli 2018

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Rahmi Fitriyah, Kabid Program dan Penyiaran pada tanggal 2 Juli 2018

Setiap penyiar harus cermat dalam menentukan pilihan kata pada saat siaran. Pada saat menyampaikan informasi Islami (dakwah), penyiar diharuskan mampu memutuskan kata-kata mana yang menjadi kata kunci dan perlu digarisbawahi.

b. Suara

Selain ketepatan dalam berbahasa, kualitas suara juga sangat menentukan efektivitas siaran melalui radio. Indikator kualitas suara yang baik berupa:

1. Penampilan suara terbaik
2. Pengaturan nafas
3. Visualisasi
4. Penuh konsentrasi
5. Kemampuan retorika

Berkaitan dengan beberapa poin diatas, ada beberapa aspek yang penulis amati dalam penelitian ini, seperti yang terdapat pada tabel 4.4 berikut:

Aspek yang diamati	Hasil pengamatan
Bahasa	<p>Bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari (bahasa ringan), bersifat sopan dan santai, serta mudah dipahami.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan sapaan menggunakan kata “Saya-Nama-Anda” • Opening Siaran “diawali dengan Bismillahirrahmanirrahim, diikuti dengan

	<p>Assalamu'alaikum Wr.Wb”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Closing siaran “diawali dengan Alhamdulillahirabbil ‘alamij, diikuti dengan Wassalamu'alaikum Wr. Wb”
Kualitas Vokal	<p>Suara penyiar jelas dan enak didengar. Intonasi yang digunakan sudah baik disertai susunan kalimat dan improvisasi yang bagus.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Breafing</i> “olah vocal agar suara terdengar bulat, tidak pecah dan tidak terlalu lembut atau halus”
Timing	<p>Kecepatan dan tempo berbicara para penyiar sudah sesuai dengan tempo <i>open voice</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durasi bicara 3-5 menit setiap <i>open voice</i>. • <i>Open voice</i> setelah 2 atau 3 lagu
Materi	<p>Materi siaran yang disampaikan harus sesuai dengan visi misi Radio Assalam.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bernuansa positif dan Islami, artinya sudah sesuai dengan program dakwah.
Sikap dan Perilaku	<p>Pada saat siaran, penyiar terlihat santai, tenang, dan percaya diri. Serta menjaga etika ketika berbicara.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studio utama adalah milik penyiar yang bertugas, penyiar.

	<ul style="list-style-type: none"> • Penyiari berhak meminta yang tidak berkepentingan keluar dari studio jika penyiari merasa terganggu. • Menjaga ketertiban dan kebersihan
--	---

D. Analisa Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, menunjukkan bahwa program siaran dakwah yang terdapat pada Radio Komunitas Assalam sudah lebih banyak dan efektifitas Radio Komunitas Assalam dalam penyampaian pesan-pesan dakwah adalah sudah efektif. Hal ini dikarenakan Radio Komunitas Assalam sudah mengupayakan memilih penyiari yang berwawasan keislaman yang luas untuk membawakan program siaran dakwah.

Kepala Radio Komunitas Assalam mengatakan bahwa keefektifan Radio Komunitas Assalam dalam memberikan pesan ataupun informasi Islami kepada pendengar salah satunya dapat dilihat pada program Dakwah Menjawab. Ada respon yang sangat luar biasa dari para pendengar program tersebut. Antusiasme dari para pendengar bisa menjadi kadar ukur bahwa penyampaian materi siaran dakwah telah berhasil disampaikan secara efektif. Hal ini tentu saja didukung oleh kemampuan penyiari dalam mengemas materi siaran menjadi lebih interaktif.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, materi siaran yang berisi pesan-pesan dakwah yang disampaikan Radio Komunitas Assalam berupa kajian-kajian Islami, seperti berkaitan dengan nasihat-nasihat yang dianjurkan Rasulullah, hikmah-hikmah, dan juga keutamaan-keutamaan yang berkaitan dengan Islam. Selain itu kajian fiqh yaitu membahas persoalan hukum

yang mengatur berbagai aspek kehidupan, terutama pengetahuan tentang cara beribadah, hak dan kewajiban seorang muslim yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam kehidupan sehari-hari.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Beberapa program siaran dakwah yang terdapat pada Radio Komunitas Assalam terdiri dari DakwahMenjawab, Assalam News Dunia Islam, Salampedia, Salampedia Arabic, Jofisa, dan Jum'at Mubaraq.
2. Materi siaran yang berisi pesan-pesan dakwah yang disampaikan Radio Komunitas Assalam berupa kajian-kajian Islami, seperti berkaitan dengan nasihat-nasihat yang dianjurkan Rasulullah, hikmah-hikmah, dan juga keutamaan-keutamaan yang berkaitan dengan Islam. Selain itu kajian fiqih yaitu membahas persoalan hukum yang mengatur berbagai aspek kehidupan, terutama pengetahuan tentang cara beribadah, hak dan kewajiban seorang muslim yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Radio Komunitas Assalam dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah sudah efektif. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme pendengar dan keikutsertaan pendengar dalam program interaktif yang ada.

B. Saran

1. Mengadakan program siaran dakwah yang lebih padat lagi agar kuantitas penyampaian pesan dakwah lebih baik.
2. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak agar kualitas SDM, khususnya kebutuhan akan narasumber dari luar terpenuhi, sehingga program bias berjalan lebih baik dan kualitas penyampaian dakwah lebih efektif.
3. Melakukan evaluasi kerja secara rutin agar kualitas program dan penyiar semakin meningkat lebih baik.
4. Melakukan *facility checking* yang rutin. Sehingga ketika ada sarana atau pun prasarana yang tidak dalam kondisi baik segera diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013)
- Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Bahasa Arab Indonesia edisi Kedua*.Surabaya.Pustaka Progressif.2002
- Alwisral Imam Zaidallah.*Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'I dan hatib Profesional*.Jakarta.Kalam Mulia.2002
- Amin, S., M., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009
- Andi Prastowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*,Yogyakarta: Diva Press, 2010
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*.Bandung: ARMICO, 1984
- Arifin, A, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*.Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Asep Syamsul dan M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa, 2009
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Jakarta:Kencana, 2006
- Atie Rachmiatie, *Radio Komunitas*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media. 2007
- Aziz, M.A., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2004
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2004
- Depertemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta:Balai Pustaka,1996
- Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. 2007

- Fraser, dkk. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Penerjemah: Tim Jaring Line. Jakarta: Penyentung Komunitas UNESCO, 2001
- Gazali, Efendi, *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak; Sebuah Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas*, Jakarta: Penerbit Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2003
- Georgopolous dan Tannembaum. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga, 1988
- Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2008
- H.A. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000. cet. Ke-2
- Hamzah B. Uno. *Orientasi Baru dalam Psikologi Pembelajaran*. Jakarta. Bumi Aksara. 2001
- Handayaniingrat, Soewarno. *Pengantar Studi Ilmu Administasi dan Manajemen. Edisi Revisi Cetakan 8.* (Jakarta: CV. Haji Masagung, 1988)
- Harjani Hefni dkk, *Metode Dakwah*. Jakarta Timur: Prenada Media, 2003
- Hasanudin, *Radio Komunitas : Kebijakan Format dan Program MBS Sebagai Radio Komunitas, Workshop Pengelolaan Radio Komunitas, Jurusan KPI Fakultas Dakwah IAIN Walisongo*. 2010
- Hidayat. 1986. *Teori Efektivitas dalam kinerja karyawan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1986
- Howard Goug, *Perencanaan Penyajian Produksi Program Radio*, Jakarta: Pengurus Pusat Himpunan Praktisi Penyiaran Indonesia (HPPI), 1999
- Idris A. Somad, *Diktat Ilmu Dakwah*, Th. 1425 H/2004
- Illahi, W., *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010
- Indah Rahmawati dan Dodoy Rusnandi, *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi dan Radio*. Bekasi: Laskar Aksara, 2011

- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan, 2005
- Liliweri, A., *Strategi Komunikasi Masyarakat*, LKIS, Yogyakarta; 2010
- Lubis dan Martani. 1987. *Teori Organisasi*. Bandung: Ghalia Indonesia. 1987
- Mafri Amir. *Etika Komunikasi Massa*. Jakarta: Logos
- Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, Yogyakarta: Jendela, 2003
- Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor. Ghalia Indonesia, 2008
- M. Ridwan, *Kamus Ilmiah Populer*. Jakarta: Pustaka Indonesia, 1999
- Munir, M., dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006
- Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996
- Nuh, S., M., *Dakwah Fardiyah*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011
- Nurudin., *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Mandor Maju, 1992
- Onong U. Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), cet. Ke-8
- Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka. 1979
- Prayudha, H., *Radio ; Suatu Pengantar untuk Wacana, dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing, 2005
- Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- Riswandi. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009
- Samsul M. Amir, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Penerbit AMZAH, 2009

- Shoelhi.,M., *Propaganda dalam Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012
- Siagian, Sondang P.*Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.2007
- Siagian, Sondang P. *Filsafat Administrasi*.Jakarta: Gunung Agung.1981
- Steers, Richard M. *Efektivitas Organisasi*.Jakarta: Erlangga,1985
- Sudibyso, A., *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: LKIS, 2004
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993
- Sulthon, M., *Desain Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003
- Syahputra, I., *Komunikasi Profetik*,. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007
- Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Rajawali Press: 1968
- Theo Stokkink, *Penyiar Radio Profesional*. Yogyakarta: Kanisius, 1997
- Tim Penyusun, Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 009/SK/KPI/8/2004 tentang Pedoman *Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia*, Jakarta
- Toto Asmara, *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987
- Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta : Rineka Cipta, 1996
- W.J.S Poerwadar, *Kamus Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta. Balai Pustaka.2005
- Widjaja, H.A.W., *Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008

JURNAL

Muhammad Rajab, “*Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi*”, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No. 1, Juni 2014: 69-90

Nur Ahmad, “*Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi*”, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabasyir, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2013

Abdul Karim, “*Dakwah melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang*”, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabasyir, Vol. 4, No. 1, Juni 2016

M. Nasor, “*Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah*”, Jurnal Al-Adyan, vol. 12, No. 1, Januari-Juni 2017

Ani Wulandari, *Efektifitas Media Komunikasi M-Radio dalam Meningkatkan Kepedulian Kesehatan Masyarakat terhadap Pencegahan HIV/AIDS di Kota Samarinda*.(eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 1, 2013: 389-410).

Surianor, *Efektifitas Komunikasi Dalwah melalui Radio*. (Jurnal Ilmu Dakwah Aldharah, Volume 14 Nomor 27, edisi Januari-Juni 2015).Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari.

SKRIPSI

Nurul Hayati, *Strategi Radio Komunitas dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,2017).

Khadafi, *Minat Audiens terhadap Siaran Radio Komunitas Assalam (Studi terhadap Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi)* (Banda Aceh : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,2017).

WEBSITE

Tentang komunikasi efektif diambil dari situs <http://repository.unpas.ac.id>, diakses pada Januari 2018

Tim Penyusun Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2006 tentang *Pemerintah Aceh*. Jakarta, diakses melalui www.parlemen.net,

