

**MANAJEMEN RADIO DAKWAH AL-HIKMAH
PONDOK PESANTREN IMAM SYAFI'I
GENTENG BANYUWANGI**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Sosial (M.Sos.)



Oleh

ABDI FAUJI HADIONO
NIM. 0829115001

IAIN JEMBER

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA IAIN JEMBER
JULI 2019**

**MANAJEMEN RADIO DAKWAH AL-HIKMAH
PONDOK PESANTREN IMAM SYAFI'I
GENTENG BANYUWANGI**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Sosial (M.Sos.)



Oleh

ABDI FAUJI HADIONO
NIM. 0829115001

IAIN JEMBER

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA IAIN JEMBER
JULI 2019**

PERSETUJUAN

Tesis dengan judul **“Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi”** yang ditulis oleh **Abdi Fauji Hadiono** ini, telah disetujui untuk di uji dan dipertahankan di depan dewan penguji tesis.

Jember, 18 Juli 2019

Pembimbing I

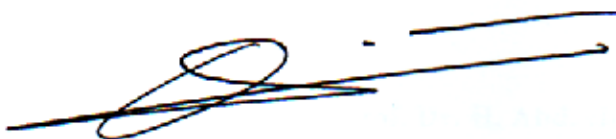


Dr. H. Aminullah Elhady. M.Ag

NIP. 1960116 199203 1 001

Jember, 15 Juli 2019

Pembimbing II



Dr. Sofyan Hadi. M.Pd.

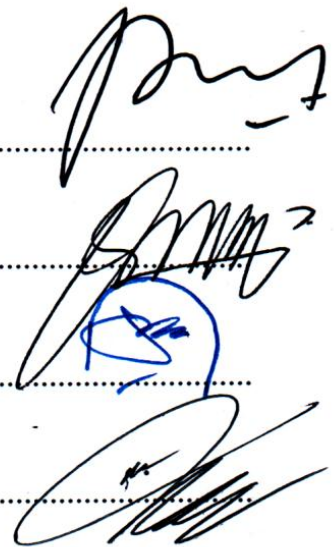
NIP. 19750514 200501 1 002

PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi’I Genteng Banyuwangi)” yang ditulis oleh Abdi Fauji Hadiono ini, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis Pascasarjana IAIN Jember pada hari Senin tanggal lima dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos.)

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Dr. Bambang Irawan, M.Ed.
2. Anggota:
 - a. Penguji Utama : Dr. Ahidul Asror, M.Ag
b. Penguji I : Dr. H. Aminullah, M.Ag
c. Penguji II : Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom



Jember, 05 Agustus 2019

Mengesahkan
Pascasarjana IAIN Jember
Direktur



Prof. Dr. Abdul Halim Soebahar, M.A.
NIP.19610104 198703 1 006

ABSTRAK

Hadiono, Abdi Fauji, 2019. *Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi*. Proposal Tesis. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Jember. Pembimbing I: Dr. H. Aminullah, M.Ag. Pembimbing II: Dr. Sofyan Hadi, M.Pd.

Kata Kunci: Manajemen, Radio Dakwah,

Aktivitas dakwah sangat penting dalam Islam, dakwah dan Islam keduanya tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya, sebagaimana kita ketahui, dakwah adalah suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Radio Al-Hikmah yang ada di Genteng Banyuwangi ini tetap bisa eksis untuk memberikan syiar-syiar Islam, dan berdakwah secara baik.

Fokus penelitian dalam tesis ini yaitu: 1. Apa saja Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?, 2. Bagaimana Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?, 3. Faktor Apa saja Yang Mempengaruhi Pengelolaan Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?, dan Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, Untuk Mengetahui Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, dan Untuk Mengetahui Faktor Apa saja Yang Mempengaruhi Pengelolaan Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi: 1. Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, terbagi menjadi dua jenis: a. Program Harian (Kajian Pagi, Salam Sapa Pendengar, Kajian Jelang Siang, Jeda dan Murottal, Kajian Siang, Kajian Sore, Request Jeda dan Murottal, Kajian Malam, Dzikir Pagi, Sore dan Malam, Jeda & Ceramah Singkat) b. Program Mingguan (Live Kajian Ahad Sore, Live/ Rilae Kajian Dauroh, Live Kajian Bersama Artivisi Senin Malam, Hallo Dokter), 2. Radio dakwah Al-Hikmah dalam pengelolaan program siaran dawah telah memiliki sistem rencana kerja yang bersifat jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek, 3. a. Faktor Pendukung (1.) Radio dakwah Al-Hikmah telah banyak memiliki program dakwahnya. (2.) Persiapan penyiaran yang dilakukan oleh radio dakwah Al-Hikmah telah sesuai dengan metode yang sebaik-baiknya. b. Faktor Penghambat: Kondisi cuaca yang buruk membuat program siaran terganggu, Jangkauan frekuensi hanya di Banyuwangi saja, Dana yang Kurang Memadai.

ABSTRACT

Hadiono, Abdi Fauji, 2019. Management of Da'wah Radio Al-Hikmah Islamic Boarding School Imam Syafi'I Genteng Banyuwangi. Thesis. Postgraduate Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Jember State Islamic Institute. Advisor I: Dr. H. Aminullah, M.Ag. Advisor II: Dr. Sofyan Hadi, M.Pd.

Kata Kunci: Management, Radio *Da'wah*,

Da'wah is very important in Islam, Da'wah and Islam are both inseparable from one another, as we know, da'wah is an attempt to invite, calling for kindness, and influence humans to always adhere to the teachings of Allah in getting happiness in the world and the hereafter. Al-Hikmah Radio, which is located in Genteng Banyuwangi, still exists in broadcasting about Islamic teaching.

The focus of the research is 1. What is the program of Al-Hikmah Radio in Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?. 2 How is the Management of Al-Hikmah Radio in Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi? 3. What are some factors in influencing the Management of Al-Hikmah Radio in Pesantren Imam Syafi'i?

The Significance of this study is firstly to Know the program of Al-Hikmah Radio Program Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi Islamic Boarding School. Secondly is to understand the Management of Al-Hikmah Radio. The last, it signifies in knowing some factors which influence the management of Al-Hikmah Radio.

The results showed that the Management of Da'wah Al-Hikmah Radio Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi Islamic Boarding School: 1. There are two types of program of Al-Hikmah Radio, a. they are Daily Program (Midnight Study, Patient and Murottal, Afternoon Study, Midnight Study, Murder and Murottal Request, Evening Study, Dzikir Pagi, Afternoon and Evening, Pause & Lecture) b. Weekly program (Live Study Sunday Afternoon, Live / Rilae Dive Reviews, Live Review With Artis Monday Night, Hallo Doctor) 2. The broadcast program of Al-Hikmah Radio has a long-term, medium-term, and short-term work plan system, 3. a. The Supporting Factors of Al-Hikmah Radio, it concerns on some Islamic da'wah programs b. In term of broadcasting, Al-Hikmah Radio is also well prepared and using a suitable method. However, this Radio also has some inhibiting factors such as Poor weather conditions which causes the interrupted of some programs, the boundary of the frequency range which is only in Banyuwangi, and the limited Funds in developing Radio.

ملخص البحث

هاديونو، عبيدي فوزي، ٢٠١٩م. إدارة راديو الحكمة الدعوي بمعهد إمام شافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي. مقترح رسالة الماجستير. شعبة قسم الدعوة الإسلامية والاتصال بجامعة جمبر الإسلامية الحكومية. المشرف الأول : الدكتور أمين الله الحاج الماجستير. المشرف الثاني الدكتور سفيان هادي الماجستير.

الكلمات الأساسية : الإدارة ، راديو الدعوي.

أصبحت أنشطة الدعوة حاليا أمرا مهما لدى الإسلام ، فالدعوة والإسلام شيئا لا ينفك بعضهما عن بعض، وكما نعرف، إن الدعوة تعتبر سعيًا ليدعو الناس والتأثير عليهم لمدائمة على التمسك بدين الله تعالى ليتحصلوا على السعادة في الدنيا والآخرة. ولا يزال بإمكان استوديو الحكمة الإذاعية التي تقع بمنطقة جانتيج بانيووانجي نشر الشريعة الإسلامية وإقامة الدعوة بشكل لطيف.

أما تركيز البحث من هذه الرسالة الماجستير فذلك على ما يلي: ١. ما هي برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي؟ ٢ كيف كانت إدارة برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي؟ وما الدواعي التي تتأثر بها إدارة برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي؟، وغرض البحث من هذه الرسالة هو معرفة برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي، ولمعرفة أي الدواعي التي تؤثر على إدارة برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي.

فنتائج البحث من هذه الرسالة تدل على أن إدارة برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي: ١. تنقسم برامج استوديو الحكمة الإذاعية بمعهد إمام الشافعي الإسلامي منطقة جانتيج بانيووانجي إلى نوعين : ١. فالبرامج اليومية (التعليم الصباحي، وتحية المستمعين، والتعليم قرب النهار، والوقفه وقفه مؤقتة واستماع القرآن عبر الشريط، والتعليم عند النهار، والتعليم عند المساء، والوقفه وقفه مؤقتة واستماع القرآن عبر الشريط، والتعليم المغربي، والأذكار الصباحية والوقفه وقفه قصيرة تليها خطبة ملخصة) ٢. والبرامج الأسبوعية (التعليم مساء الأحد مباشرة، التعليم الديني مباشرة، مشاركة دارسة الدينية مباشرة، وبرامج آلو دكتور)، ٢. يحتوي راديو الحكمة الدعوي في إدارة برنامج نشر الدعوة على نظام خطة العمل مدة طويلة ومدة متوسطة ومدة قصيرة ، ٣. والعوامل الداعمة (تملك راديو الحكمة الدعوي على برامج الدعوة. ٢. تم إعداد النشر الذي قام به راديو الحكمة الدعوي وفقًا لأفضل المناهج. والعوامل المثبطة : هي سوء الأحوال الجوية يجعل موسوس برامج النشر، وتحديد مدى التردد حول بانيووانجي ، والمصارف غير كافية.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| COVER | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR/ BAGAN | xii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 10 |
| C. Tujuan Penelitian | 10 |
| D. Manfaat Penelitian | 11 |
| E. Definisi Istilah | 12 |
| F. Sistematik Penulisan | 14 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 16 |
| A. Penelitian Terdahulu | 16 |
| B. Kajian Teori | 19 |
| 1. Manajemen | 19 |
| 2. Pengertian Pengelolaan | 22 |
| 3. Manajemen Media | 30 |
| 4. Radio | 32 |
| 5. Dakwah | 51 |
| C. Kerangka Konseptual | 55 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 59 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 59 |
| B. Lokasi Penelitian | 60 |

| | | |
|--------------|------------------------------------|------------|
| | C. Kehadiran Peneliti..... | 60 |
| | D. Subjek Penelitian | 61 |
| | E. Sumber Data | 64 |
| | F. Teknik Pengumpulan Data..... | 65 |
| | G. Analisis Data..... | 68 |
| | H. Keabsahan Data | 72 |
| | I. Tahapan-Tahapan Penelitian..... | 73 |
| BAB IV | PAPARAN DATA DAN ANALISIS | 76 |
| | A. Paparan Data dan Analisi..... | 83 |
| | B. Temuan Penelitian | 84 |
| BAB V | PEMBAHASAN | 89 |
| BAB VI | KESIMPULAN DAN SARAN | 104 |
| | A. Kesimpulan | 104 |
| | B. Saran | 106 |
| BAGIAN AKHIR | | |
| | DAFTAR RUJUKAN..... | 108 |
| | Pernyataan Keaslian Tulisan | |
| | Lampiran-lampiran | |
| | Riwayat Hidup | |

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

| Tabel | | Hal |
|--------------|--------------------------------|------------|
| 2.1 | Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.2 | Kelebihan dan Kekurangan Radio | 42 |



DAFTAR GAMBAR

| Gambar | | Hal |
|---------------|---|------------|
| 2.1 | Kerangka Berfikir Penelitian | 58 |
| 3.1 | Diagram Alur Analisis Data Menurut Creswell | 69 |
| 5.1 | Struktur Organisasi Yayasan Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi | 94 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dakwah dalam Islam adalah sesuatu yang essential. Sebagaimana yang kita ketahui dakwah adalah menyeru terhadap sesuatu yang baik. Mengajak orang tidak melakukan perbuatan baik kepada berbuat baik. Jika seseorang memiliki kebiasaan buruk, suka mencuri, mencopet, bahkan melakukan dosa besar seperti berzinah dan membunuh, dengan hadirnya dakwah maka perbuatan-perbuatan tadi dengan sedikit demi sedikit akan berubah menjadi perbuatan yang baik.

Dakwah tidak hanya menyeru dan melarang seseorang untuk melakukan perbuatan jelek, melainkan juga mencegah untuk melakukan perbuatan buruk. Mencegah adalah lebih bersifat menanggulangi sebelum seseorang terjerumus terhadap perbuatan tidak baik. Aktivitas seperti inilah yang diharapkan dengan hadirnya dakwah.

Sukriadi Sambas, memberikan makna dakwah adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi, dan transformasi Islam yang melibatkan unsur da'i, pesan, media, metode, mad'u, tujuan dan proses serta dimensi ruang dan waktu untuk mewujudkan kehidupan yang khazanah, salam, dan nur di dunia dan akhirat.¹ Setiap manusia harus menentukan cara yang tepat dalam berdakwah, dan salah satu cara untuk mencapai tujuan dakwah hendaknya menggunakan media dari berbagai alat yang digunakan

¹Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2013), 45.

pada setiap elemen kehidupan masyarakat. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surah Al-Maidah (5): 35,



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan carilah jalan yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah pada jalan-Nya, supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS. Al-Maidah: 35)²

Media (*wasilah*) dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah dengan alat komunikasi kepada seorang *mad'u* melalui para *da'i* untuk menuju jalan Allah SWT,³. Ibaratkan petani dalam mengelola tanahnya membutuhkan cangkul. Petani dengan menggunakan cangkul akan dipermudah dalam segala urusannya yang berhubungan dengan pertanian. Begitupun dalam dakwah media juga menentukan tersampainya pesan-pesan dakwah terhadap *mad'u*.

Dakwah awalnya hanya dilakukan dengan sederhanya yakni menyampaikan pesan dakwah dengan bertatap muka (*face to face*). Salah satu media yang digunakan pada saat itu adalah mimbar di masjid, pasar disaat melakukan transaksi jual beli dan perkumpulan lain yang sifatnya bertemu secara berhadap hadapan. Begitupun saat Rasulullah

²Al-Qur'an, 05:35.

³Muhammad Abul Fath Al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila 'Ilm Al-Dakwah : Dirasah Manhajiyah Syamilah li Tarikh Al-Dakwah wa Ushuliha wa Manahijiha wa Asalibiha wa Wasa'iliha wa Musykilatiha fi Dhaw' al-Naql wa al-'Aql*, (Beirut: Mu'assasah Al-Risalah Cet. Ke-2, 1994), 282.

mendapatkan wahyu, para sahabat sudah siap menunggu firman Allah yang akan disampaikan nabi dengan menulisnya di pelapah kurma.

Namun, seiring dengan berkembangnya zaman, media dakwah juga memiliki modifikasi. Tidak hanya memanfaatkan mimbar, juga memanfaatkan media media yang lainnya. Seperti halnya, dalam dakwah dengan tulisan, sudah memanfaatkan media cetak (koran, buletin dan lain lain). Dakwah bil lisan juga dapat memanfaatkan radio streaming, dan media online lainnya.

Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, tidak hanya melalui lisan, tetapi juga bisa dilakukan melalui media komunikasi. Seperti radio, televisi, film, dan juga media komunikasi lainnya. Jika ditinjau dari komunikasi, dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan (*message*) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif (hikmah) dengan harapan agar komunikan (*mad'u*) dapat bersikap dan berbuat amal shaleh sesuai dengan ajaran Islam.

Bukti radio sangat efektif dan efisien sebagai salah satu media dakwah adalah jangkauan tersmpaiannya pesan dakwah lebih luas.⁴ Jangkauan bisa didengar satu kecamatan bahkan satu kabupaten, bahkan bisa dilakukan secara streaming yang dapat dijangkau secara internasional. Tergantung terjangkaunya fasilitas internet.

Berkembangnya pemanfaatan media dakwah modern sebagaimana yang disebutkan di atas. Maka, jangkauan mad'u juga menjadi tambah luas dan

⁴Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2002), 152.

mempermuda da'i dalam penyampaian pesan pesan dakwah secara persuasif kepada mad'u . Misalnya di televisi, banyak rumah produksi yang memproduksi judul sinetron bertemakan Islam. Meskipun tujuan pertamanya tidak sedetil tujuan dakwah seutuhnya. Semisal mengejar rating atau keuntungan finansial. Namun, semua aktifitas tersebut adalah proses penyampaian pesan dakwah oleh da'i kepada mad'u.

Perkembangan dakwah yang marak melalui media audio visual seperti televisi, ternyata tidak menyurutkan perkembangan dakwah melalui media auditif, salah satunya radio. Dakwah melalui media radio ternyata tidak langsung surut karena tersisih oleh media audio visual. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari sifat masing-masing media yang turut mempengaruhi eksistensi media tersebut.

Radio siaran mendapat julukan “kekuasaan kelima” atau *the fifth estate*, setelah pers dianggap sebagai “kekuasaan keempat” atau *the fourth estate*, dan tiga lembaga lainnya eksekutif, legislative, yudikatif, masing-masing sebagai kekuasaan pertama, kedua, dan ketiga.⁵ Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan.⁶ Waktu dan ruang pun bagi radio tidak merupakan masalah. Bagaimana pun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio dapat dicapainya. Tidak hanya itu, pesawat radio yang berbentuk kecil dan harganya relatif murah, sehingga mudah dijangkau oleh seluruh lapisan

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 107.

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 108.

masyarakat. Oleh karena itu radio sangat tepat digunakan sebagai media dalam berdakwah karena keunikan yang dimiliki media elektronik tersebut.

Radio memiliki daya tarik yang disebabkan oleh ketiga unsur yang melekat padanya, yakni: kata-kata lisan (*spoken word*), music (*music*), dan efek suara (*sound effect*).⁷ Dengan dihiasi musik dan didukung oleh efek suara, suatu acara yang disajikan radio menjadi hidup. Meskipun kemudian muncul di rumah-rumah pesawat televisi, yang selain audial seperti radio, juga visual, pesawat radio tetap tidak bergeser, karena untuk menikmati acara di radio dapat dengan tidur-tiduran, mandi, bekerja atau sambil mengemudikan kendaraan.⁸ Jadi selain harganya murah radio juga memiliki kelebihan yaitu pendengar tidak dituntut untuk selalu berada didepan pesawat radio sehingga pendengar dapat mengikuti program acara siaran dimana saja sesuai dengan keinginan pendengar.

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiennya.⁹ Persaingan antar media massa ini tidak terlepas dari fungsinya yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Dengan banyak memperhatikan sinyalemen mengenai masa depan, serta masyarakat umum yang hendak mempersiapkan diri dalam menghadapi komunikasi

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 108.

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 108-109.

⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2008), 230.

global, maka dalam pemanfaatannya media massa harus mempertimbangkan banyak hal. Salah satunya adalah kemajuan era digital saat ini dan yang akan datang.

Terbuktinya radio dakwah masih bertahan dan dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah adalah masih banyaknya radio yang dimanfaatkan sebagai media dakwah. Seperti halnya ketika dalam perjalanan menggunakan mobil, radio menjadi media yang mudah untuk dimanfaatkan.

Stasiun radio dapat mendeskripsikan program dakwah dengan jelas dan menarik apabila pihak radio menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang professional, karena radio merupakan media yang menuntut daya imajinasi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan media yang lainnya. Sebuah program acara harus dapat dideskripsikan dengan baik agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima sepenuhnya oleh audien. Terlebih lagi program dakwah dalam kondisi *live-performance*.

Menurut Malayu S.P Hasibuan mengungkapkan bahwa: Manajemen merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumberlainnya.¹⁰ Dengan penerapan fungsi-fungsi manajemen yang profesional, dapat dipastikan stasiun radio dalam menyiarkan program dakwah tidak akan ditinggalkan oleh pendengarnya. Bahkan apabila program

¹⁰ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 2-3.

dakwah radio diorganisir secara profesional, maka siaran/ pesan dakwah akan mudah sampai pada pendengar dengan baik, yang selanjutnya akan mulai menjadi program pilihan pendengar dan menjadi program acara unggulan pada stasiun radio tersebut, serta dapat bersaing dengan program dakwah stasiun radio lain yang semakin hari semakin bertambah jumlahnya.

Organisasi dakwah dalam proses pencapaian tujuan diperlukan sebuah manajemen yang baik, untuk dapat menjadi dinamisator dari keseluruhan kegiatan yang dinamis dan terarah, karena hampir dalam setiap sendi kehidupan peranan manajemen sangat vital, dan demikian juga yang terjadi dalam lembaga dakwah. Dalam penyiaran dakwah melalui radio harus memperhatikan aspek-aspek manajemen yang ada, artinya penyiaran dakwah harus memperhatikan fungsi-fungsi manajemen yang salah satunya adalah kepemimpinan. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam sebuah hadis, yaitu:

“Tiap-tiap kamu adalah pemimpin dan kamu dimintai pertanggung jawaban tentang kepemimpinanmu masing-masing”. (HR. Bukhori)¹¹

Hadis yang diriwayatkan oleh Bukhori di atas memberikan pengertian bahwa manusia perlu mengembangkan kemampuan manajemen mereka sebagai bagian dari kepemimpinan masing-masing. Dari pengertian ini juga dapat dikembangkan sebuah konsepsi tentang konsep *khalifah* yang mengimplementasikan bahwa manusia mempunyai tugas atau mengemban

¹¹Muhammad Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), 3.

misi untuk memakmurkan bumi yang membutuhkan sebuah pengelolaan manajerial yang baik, sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-An'am (6): 165.



Artinya: dan Dia lah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu Amat cepat siksaan-Nya dan Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.(QS. Al-An`am: 165)¹²

Ayat al-qur`an ini menjelaskan tentang pentingnya seorang pemimpin yang bertanggung jawab untuk kebaikan bumi ini, begitu pula dalam proses pengelolaan radio dakwah membutuhkan pemimpin yang baik dan bertanggungjawab, serta harus memperhatikan pula unsur-unsur manajemen untuk lancarnya pengelolaan radio, yang terdiri dari: *man, money, methods, materials, machines, and markets*, disingkat dengan 6M.¹³

Radio Al-Hikmah mempunyai peran dan fungsi yang umum seperti media-mediainformasi dan komunikasi lainnya, selain itu radio Al-Hikmah juga memiliki peran dan fungsi spesifik yaitu sebagai radio dakwah di daerah Genteng dan sekitarnya. Semua media informasi dan komunikasi memiliki fungsi yang mirip yaitu mengumpulkan, mengelola dan menyebarkan informasi ke berbagai pihak dan lokasi. Namun yang membedakan dengan

¹² Al-Qur'an, 06:165.

¹³ Hasibuan, *Manajemen Dasar*, 20.

radio-radio lainnya, radio Al-Hikmah mempunyai visi dan misi dakwah secara khusus.

Sebagai radio komunitas radio Al-Hikmah bersifat independen dan tidak komersial dalam melaksanakan program siarannya, artinya bahwa radio komunitas tidak untuk mencari laba atau keuntungan semata, dan hanya untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.

Masalah lembaga penyiaran komunitas ini telah diatur dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran,¹⁴ dalam pasal 13 dijelaskan pembagian jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Keempat jenis stasiun penyiaran ini berlaku baik untuk stasiun penyiaran televisi maupun radio. Keempat jenis stasiun penyiaran itu adalah: 1) stasiun penyiaran swasta, 2) stasiun penyiaran berlangganan, 3) stasiun penyiaran public; dan 4) stasiun penyiaran komunitas.¹⁵ dan diatur pula dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga penyiaran komunitas.¹⁶ Selanjutnya masalah pendirian radio komunitas juga di atur dalam perturan menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2012 tentang Tata Cara Pendirian dan Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas.¹⁷

¹⁴Tambahan Lembaran NegaraRepubil Indonesia Nomor 4252.

¹⁵Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, 88.

¹⁶Tambahan Lembaran NegaraRepubil Indonesia Nomor 4567.

¹⁷Himpunan Peraturan Perundang-undangan dibidang Penyiaran Tahun 2012, 35.

Radio Al-Hikmah merupakan bagian dari sarana Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng ini adalah radio komunitas yang tidak mendapatkan anggaran dari pemerintah namun tetap bisa beroperasi secara baik, tetap bisa eksis dalam syiar-syiar Islam, dan berdakwah. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merasa perlu dan tertarik untuk mengadakan penelitian guna mengetahui bagaimana penerapan manajemen dalam Radio Dakwah Al-Hikmah yang berada di Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi dengan judul "Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi"

B. Fokus Penelitian

1. Apa saja Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?
2. Bagaimana Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?
3. Faktor Apa saja yang Mempengaruhi Pengelolaan Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.
2. Untuk Mengetahui Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

3. Untuk Mengetahui Faktor Apa saja Yang Mempengaruhi Pengelolaan Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah keilmuan tentang manajemen radio dakwah.
- b. Menambah pengetahuan tentang proses pelaksanaan manajemen dakwah melalui radio.
- c. Memperkaya wawasan keilmuan, khususnya manajemen dakwah sebagai disiplin ilmu, terutama melalui manajemen radio dakwah.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi para Dai dalam melakukan dakwah melalui media radio.
- b. Menjadi rujukan bagi para Da'i, mad'u dan masyarakat muslim pada umumnya dalam upaya pelaksanaan dakwah melalui media radio.

Secara umum penelitian ini bisa berguna bagi agama Islam khususnya dunia dakwah, seorang Da'i yang melakukan aktivitas dakwah melalui media radio bisa benar-benar melakukannya dengan baik dan terkonsep, sehingga masyarakat dapat menerima dakwah yang dilakukan melalui media radio. Selain itu, manfaat hasil penelitian ini dapat

digunakan sebagai pembanding bagi peneliti lain dalam pengkajian dakwah melalui media radio.

E. Definisi Istilah

1. Manajemen

Manajemen adalah seni mengelola sesuatu dengan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan oleh seseorang dengan memanfaatkan Sumber Daya Manusia dan sumber-sumber lain untuk mencapai maksud dan tujuan yang telah ditentukan. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu.¹⁸

Secara terminologi, manajemen menurut George R. Terry dalam Melayu S.P. Hasibuan mengandung arti: Manajemen merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.¹⁹

2. Radio

Radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya.²⁰

Sedangkan menurut Asep Syamsul M. Romli, radio – tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass*

¹⁸ Hasibuan, *Manajemen Dasar*, 1.

¹⁹ Hasibuan, *Manajemen Dasar*, 2-3.

²⁰ A. Ius Yudo Triartanto, *Broadcasting Radio, Panduan teori dan Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2010), 30.

media), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi.²¹

Radio sebagai salah satu media massa mempunyai karakteristik yang berbeda dengan media massa ataupun media elektronik lainnya, yang tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan. Dalam penyampaian pesan atau isi pernyataannya yang dikemas dalam dalam suatu program, radio mempunyai cara tersendiri yang disebut dengan gaya radio meliputi bahasa, kata-kata lisan, musik/lagu, dan efek suara, yang menjadi kunci utama identitas sebuah radio dalam menyampaikan programnya untuk memikat pendengarnya.²²

3. Dakwah

Dakwah adalah mengajak dan mengenalkan manusia, agar mentaati ajaran Islam, termasuk (*amar ma'ruf nahi mungkar*) untuk memperoleh kesempurnaan hidup di dunia dan akhirat. Sementara bagi H. Thoha Yahya Omar, dalam Samsul Munir Amin, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat.²³

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a- yad'u-dakwatan*, artinya mengajak, menyeru, memanggil.²⁴ Dakwah adalah ajakan, seruan, panggilan yang dilakukan

²¹Asep SyamsulM. Romli, *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, & Script Writer* (Bandung: Nuansa, 2010), 18.

²²Triartanto, *Broadcasting Radio*, 31-32.

²³Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 3.

²⁴Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah....*, 1.

tanpa paksaan untuk membawa manusia kearah yang lebih baik sesuai dengan keridhaan Allah SWT.

F. Sistematik Penulisan

Dalam sistematik penulisan ini akan dijelaskan mengenai kerangka pemikiran yang digunakan dalam menyusun tesis ini, adapun sistematik penulisan tersebut sebagai berikut:

Bab Pertama, merupakan bab Pendahuluan: berisi tentang tinjauan secara global permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini serta dikemukakan beberapa masalah meliputi; Konteks Penelitian, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah, dan Sistematik Penulisan.

Bab kedua, berisi tentang Kajian Pustaka, yang meliputi, Penelitian Terdahulu, Kajian teori tentang manajemen, radio dan dakwah. Adapun Kerangka Konseptual akan menguraikan tentang pengertian manajemen, fungsi manajemen, dan sarana manajemen. Tentang dakwah akan diuraikan mengenai pengertian dakwah, tujuan dakwah, unsur-unsur dakwah. Kemudian tentang radio yang meliputi pengertian radio, fungsi radio, tujuan radio, program siaran dakwah di radio, radio sebagai media dakwah.

Bab ketiga, membahas tentang Metodologi Penelitian yang meliputi Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Kehadiran Peneliti, Subjek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, Keabsahan Data, dan Tahapan-Tahapan Penelitian.

Bab keempat, merupakan pemaparan tentang hasil penelitian yang berisi Paparan Data dan Analisi data serta temuan penelitian mengenai Manajeme Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'I Genteng Banyuwangi.

Bab kelima, merupakan bab pembahasan hasil temuan penelitian tentang Manajeme Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'I Genteng Banyuwangi.

Bab keenam, merupakan bab terakhir atau penutup yang membahas mengenai kesimpulan, saran-saran dan penutup.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian tentang Manajemen Radio pernah dibahas oleh Budi Prasetyo, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2010, dengan judul Manajemen Siaran Dakwah di Radio (Tinjauan Manajemen Terhadap Pengelolaan Radio Dakwah Dengan Digunakannya Radio Internet di Radio Salma Klaten), dalam penelitian Budi ini bertujuan mengetahui dan mendeskripsikan tentang penerapan fungsi-fungsi manajemen siaran dakwah yang meliputi fungsi *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dengan digunakannya radio internet di radio salma Klaten.²⁵

Terdapat perbedaan antara penelitian Budi dengan penelitian saya. Penelitian saya meneliti Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi. Media radio yang digunakan berbeda. Radio Al-Hikmah adalah radio komunitas dakwah yang menyiarkan program-program Islami. Sedangkan radio Salma Klaten adalah radio yang didirikan oleh yayasan jama'ah haji Kabupaten Klaten sebagai media dakwah dan *entertainment*, akan tetapi dalam perkembangannya radio salma menjadi radio media keluarga yang dikemas dalam gaya siaran Islam.

²⁵ Budi Prasetyo *Dakwah Melalui Radio "Konstruksi Radio Dakwah di Jakarta atas Realitas Problem Keluarga"* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2010)

Armawati Arbi, mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2011, membahas pula tentang Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah di Jakarta atas Realitas Problem Keluarga). Tujuan penelitiannya, adalah untuk memahami konstruksi radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga, dan untuk mengungkapkan format program dalam mengkonstruksi realitas program keluarga. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dan teori konstruksi sosial atas realitas sosial yang ada. Hasil yang dicapai dari penelitian ini adalah konstruksi radio atas realitas sosial problem keluarga berbeda dengan kepentingan industri radio. Konstruksi sosial atas realitas media massa radio melahirkan dua jenis produksi siaran, tiga tipe program dan lima tipe format bahwa penonjolan unsur-unsur komunikasi dakwahnya berbeda.²⁶

Spesifikasi dalam penelitian ini yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu adalah penelitian ini membahas tentang Manajemen Radio Dakwah dan Manajemen Program Dakwah Radio. Berikut adalah matrik analisi studi penelitian terdahulu yang menggambarkan persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah ada sebelumnya:

²⁶Armawati Arbi, *Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah Di Jakarta Atas Realitas Problem Keluarga)* (Surabaya: Disertasi UIN Sunan Ampel, 2011).

Tabel. 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama peneliti, judul dan tahun penelitian | Persamaan | Perbedaan | Orisinalitas penelitian |
|----|---|---|---|--|
| 1 | Budi Prasetyo, Manajemen Siaran Dakwah di Radio (Tinjauan Manajemen Terhadap Pengelolaan Radio Dakwah Dengan Digunakannya Radio Internet di Radio Salma Klaten), 2010 | Membahas Tentang Manajemen di Radio | 1. Mediaradio yang digunakan berbeda 2. penelitian ini bertujuan ingin mengetahui dan mendeskripsikan tentang penerapan fungsi-fungsi manajemen siaran dakwah yang meliputi fungsi <i>planning, organizing, actuating, controlling</i> dan | Fokus penelitian ini Bagaimana penerapan fungsi manajemen siaran dakwah yang meliputi fungsi <i>planning, organizing, actuating, controlling</i> dalam pengelolaan radio dakwah dengan digunakannya radio internet |
| 2 | Armawati Arbi, Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah di Jakarta atas Realitas Problem Keluarga), 2011. | Sama-Sama Membahas Radio Sebagai Media Dakwah | Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dan teori konstruksi sosial atas realitas sosial, yang mempunyai tujuan untuk memahami konstruksi radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga, dan untuk mengungkapkan format program dalam mengkonstruksi realitas program keluarga. | Fokus penelitian ini untuk memahami konstruksi radio dangdut Jakarta atas realitas problem keluarga, dan untuk mengungkapka n format program dalam mengkonstruksi realitas program keluarga. |

B. Kajian Teori

Kajian teori yang digunakan untuk mendasari kegiatan penelitian dengan judul “Manajemen Radio Dakwah Al-Himah Pondok Pesantren Imam Syafi’I Genteng Banyuwangi” ini dipaparkan sebagai berikut:

1. Manajemen

Kata manajemen bersal dari bahasa Inggris, *managemen*, yang dikembangkan dari kata *to manage*, yang artinya mengatur atau mengelola. Kata *manage* itu berasal dari bahasa italia, *maneggio*, yang diadopsi dari bahasa latin *managiare*, yang berasal dari kata *manus*, yang artinya *tangan*.²⁷

Untuk lebih memperjelas tentang pengertian manajemen, berikut ini beberapa definisi manajemen menurut para ahli dalam Burhanudin Yusuf:

- a. S.P. Hasibuan dalam bukunya *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* mengemukakan, manajemen adalah ilmu dan seni mengatur pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.
- b. Harlod Koonts dan Cyril O’Donnel dalam buku *Principles of Manajement and Analyses of Management Finction* mengemukakan bahwa “*Management is getting things done through people. In bringing about this coordinatng of group activity, the manager, as a manager plans, organization, staffs, direct and control the activities*

²⁷Burhanudin Yusuf, *Manajemen Sumberdaya Manusia Di Lembaga Keuangan Syari’ah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2015), 19.

other people". Artinya, manajemen adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain.

- c. Patterson dan E.G. Plowman, dalam bukunya *Business Organization and Management*, mendefinisikan manajemen sebagai berikut:

"Management can be defined as a technique by means of which the purpose and objectives of particular human group are determined, clarified and affected".

- d. G.R Terry dalam bukunya *Principles of Management* mendefinisikan manajemen sebagai berikut; *"Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources"*. Artinya, manajemen adalah

suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya.

- e. Ralph Currie Davis dalam bukunya *Fundamentals of Top Management* mendefinisikan sebagai berikut; *"Management function of executive leadership anywhere"*. Artinya, manajemen adalah fungsi-fungsi dari pimpinan eksekutif di manapun berada.

- f. Peter F. Drucker dalam bukunya *Management Tasks, Responsibility and Practices* menyebutkan bahwa manajemen harus memberikan

arah pada lembaga yang dikelolanya. Ia harus memikirkan misi lembaga itu, menetapkan sasaran-sasaran, dan mengorganisasikan sumber-sumber daya yang ada untuk tujuan yang telah digariskan oleh lembaga tersebut.

g. Lawrence A. Appley, dalam bukunya *Leadership on The Job* mendefinisikan manajemen sebagai berikut; “*Management is the art of getting things done through the effort of other people*”. Artinya, manajemen adalah seni pencapaian tujuan yang dilakukan melalui usaha orang lain.

h. John D. Millet dalam bukunya *Manahgement in the Public Service* menyebutkan, “*Management is the process directing facilitating the work of people organized in formal group to achive a desired and*”.

Artinya, manajemen adalah proses pembimbingan dan pembentukan fasilitas terhadap pekerjaan-pekerjaan yang terorganisir dalam kelompok formal untuk mencapai suatu tujuan yang dikehendaki.

i. H. R. Light dalam bukunya *The Nature of Management* menyebutkan “*Management is the body of knowledge abaout managing. Managing is the process and money so as secure the optimum achievement of objectives*”.

j. Frans Sadikin menyebutkan, bahwa manajemen adalah proses untuk menciptakan, memelihara dan mengoperasikan organisasi perusahaan dengan tujuan tertentu melalui upaya manusia yang sistematis, terkoordinasi, dan kooperatif. Prose penentuan asas-asas

perusahaan yang menjadi batasan, pedoman dan penggerak bagi setiap manusia dalam perusahaan sudah termasuk dalam pengertian manajemen.

- k. Sondang P. Siagian dalam bukunya *Administrasi Pembangunan* menyebutkan, manajemen adalah kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.
- l. Prof. Oey Liang Lee dalam bukunya *Beberapa Aspek dari Personalia, Manajemen pada Perusahaan Bumi Putra* menyebutkan, manajemen adalah seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordinasian, dan pengontrolan atas *human* dan *natural resources* untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu.²⁸

Dari berbagai definisi tentang manajemen di atas, kita dapat melihat bahwa ada pendapat yang menyatakan manajemen sebagai *ilmu* dan ada pula yang berpendapat manajemen sebagai *seni*.

2. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan merupakan terjemah dari kata “*management*”. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa pengelolaan berarti penyelenggaraan, menurut Hersey dan Blanchard didefinisikan sebagai berikut: “*management as working together with or through people, individual or groups, to accomplish organizational goal*” jika

²⁸Burhanudin Yusuf, *Manajemen Sumberdaya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*...., 21-22.

diartikan Manajemen adalah kegiatan bekerja sama atau melalui orang lain, baik perorangan maupun kelompok, untuk mencapai tujuan organisasi²⁹ Di jelaskan pula bahwa pengelolaan meliputi banyak kegiatan dan semuanya itu bersama-sama menghasilkan suatu hasil akhir yang memberikan informasi bagi penyempurnaan perkegiatan.

Manajemen atau *management* dapat mempunyai berbagai arti. Pertama sebagai pengelolaan, pengendalian atau penganan (“managing”). Kedua, perlakuan secara terampil untuk menangani sesuatu berupa *skillful treatment*. Ketiga gabungan dari dua pengertian tersebut, yaitu berhubungan dengan pengelolaan suatu perusahaan, rumah tangga atau sesuatu tujuan tertentu.³⁰

Tiga pengertian itu mendukung kesepakatan anggapan bahwa manajemen dapat dipandang sebagai ilmu dan seni. Manajemen sebagai ilmu dan artinya manajemen memenuhi criteria ilmu dan metode keilmuan kepada konsep-konsep, teori, prinsip dan teknik pengelolaan. Manajemen sebagai seni artinya kemampuan pengelolaan sesuatu itu merupakan seni menciptakan (kreatif). Hal ini merupakan keterampilan dari seseorang.

Dengan kata lain, penerapan ilmu manajemen bersifat seni. Oleh karena itu, manajemen adalah sesuatu yang sangat penting karena ia berkenaan dan berhubungan erat dengan perwujudan dan pencapaian tujuan. Gerge R. Terry (1977) menyatakan, ” manajemen adalah suatu

²⁹ Sudjana, *Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat*, Depdiknas, Jakarta, 2003. Hal.1

³⁰ Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, Grasindo, Bandung. 2001. Hal 1

proses yang berbeda terdiri dari *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditentukan dengan menggunakan manusia dan sumber daya lainnya”. Dengan kata lain, berbagai jenis kegiatan yang berbeda itulah yang membentuk manajemen sebagai suatu proses yang tidak dapat di pisah-pisahkan dan sangat erat hubungannya.³¹

Manajemen (*management*) adalah pencapaian tujuan organisasi dengan dengan cara yang efektif dan efesien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya orgnisasi.³²

a. Perencanaan

Perencanaan (*planning*) berarti menentukan tujuan untuk kinerja organisasi di masa depan serta memutuskan tugas dan penggunaan sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.³³ Perencanaan berisi perumusan dari tidakan-tindakan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan maksud dan tujuan yang ditetapkan. Perencanaan dapat diartikan sebagai keputusan terhadap apa yang akan dilakukan di kemudian hari.

Adapun maksud dan kegunaan perencanaan dapat dinyatakan antara lain sebagai berikut:

³¹ *ibid*

³² Richard L. Daft, *Management Manajemen*, Salemba Empat, Jakarta. 2006. Hal 6.

³³ *ibid*

- 1) Mendorong pimpinan mulai dari eselon atas seperti top manajemen sampai pada eselon bawah untuk berfikir secara sistematis.
- 2) Membantu pemimpin dalam melakukan koordinasi.
- 3) Mendorong pemimpin eselon atas untuk menampilkan garis-garis besar haluan organisasi demi tercapainya tujuan.
- 4) Membantu pelaksanaan pengawasan terhadap perkembangan dari apa yang direncanakan.
- 5) Membantu pemimpin dalam menghadapi perkembangan dimasa yang akan datang.
- 6) Membantu terciptanya gambaran dan hubungan pertanggung jawaban dari masing-masing bagian.³⁴

Langkah-langkah pokok dalam perencanaan adalah sebagai berikut:

- 1) perusahaan mengutarakan masalah secara jelas.
- 2) Berupaya mempunyai informasi secara lengkap yang berhubungan dengan berbagai kegiatan.
- 3) Menganalisis dan mengklafikasi informasi.
- 4) Memantapkan perencanaan dan mempertimbangkan hambatan-hambatan dengan berbagai kegiatan.
- 5) Menentukan rencana-rencana alternative
- 6) Memilih rencana yang diajukan
- 7) Mengatur urutan dan waktu rencana itu secara terperinci

³⁴ ibid

8) Memeriksa rencana yang diajukan itu.³⁵

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian (*organizing*) meliputi penentuan dan pengelompokan tugas kedalam departemen, penentuan otoritas, serta alokasi sumber daya diantara organisasi.³⁶

Langkah-langkah dan masalah-masalah pengorganisasian adalah sebagai berikut:

- 1) Mempelajari rencana, terutama dari segi
 - a) Apa tujuan (opjeknya)
 - b) Apa yang harus dijalankan
 - c) Siapa yang harus menjalankan
 - d) Kapan harus dijalankan
 - e) Di mana harus dijalankan
- 2) Menegaskan siapa yang berkuasa dan bertanggung jawab sepenuhnya atas rencana tersebut, maka dialah yang akan dijadikan pusat pengomandoan (perintah, pengarahan dan pusat disiplin) atau *unity of command*.
- 3) Tujuan (*goal*), seluruh perkerjaan dibagi-bagi dengan setiap objek atau pusat dititik akhir, sehingga terdapat unit-unit kerja atau unitunit tugas.

³⁵ *ibid*

³⁶ Richard L. Daft Op. Cit hal 8

- 4) Setiap unit kerja (unit tugas) dipertanggung jawabkan kepada suatu kelompok dengan pimpinan pusat pada seorang kepala unit masing-masing.
- 5) Setiap kepala unit didelegasikan kewenangan dan pertanggung jawabnya, sesuai dengan bobot beban kerja unit.
- 6) Semua aktifitas tersebut disusun skhema atau bagian organisasi (*organization chart*) dan peraturan-peraturan berserta intruksi-intruksi, sehingga tidak bertentangan dengan struktur organisasi yang berlaku/ yang ada, yang sudah ditetapkan oleh pihak atasan.³⁷

c. Kepemimpinan

Kepemimpinan (*Leading*) adalah penggunaan pengaruh untuk memberikan motivasi kepada karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Memimpin berarti menciptakan budaya dan nilai bersama, mengkomunikasikan tujuan kepada karyawan di seluruh organisasi, dan memberikan masukan kepada karyawan agar memiliki kinerja dengan tingkat yang lebih tinggi. Memimpin juga melibatkan pemberian motivasi kepada seluruh departemen, divisi dan individu yang bekerja langsung dengan manajer . Dalam era yang penuh dengan ketidak pastian, kompetisi internasional, dan keragaman tenaga kerja yang semakin meningkat, kemampuan untuk

³⁷ Sutarno NS, *Manajemen Perpustakaan*, Sagung Seto, Jakarta, 2006. Hal 140-141

membentuk budaya, mengkomunikasikan tujuan, dan memotivasi karyawan merupakan hal yang penting untuk keberhasilan usaha.

Pada umumnya para ahli menggolongkan tipe kepemimpinan menjadi enam tipe yaitu :

1) Otoriter

Kepemimpinan ini menganggap bahwa epemimpinan adalah hak dia. Ia menganggap, adalah dialah yang berhak menentukan segala sesuatu di dalam organisasi atau Perusahaan. Biasanya Pemimpin yang termasuk golongan ini adalah pemilik Perusahaan,

2) Demokrat

Pemimpin yang bersifat demokrat adalah kebalikan dari pemimpin yang otoriter. Seorang pemimpin yang demokratis selalu berunding dengan bawahannya sebelum mengambil keputusan.

3) Paternal

Pemimpin yang bersifat kebapakan pada dasarnya hampir mendekati sifat otorat, walaupun seorang pemimpin berusaha menganggap bawahan seperti seorang ayah terhadap anaknya.

4) Personal

Pemimpin personal atau pribadi biasanya ditemui pada perusahaan kecil ketika kontak antara pucuk pimpinan dan

bawaannya lebih sering terjadi bila dibandingkan dengan perusahaan yang besar. nKontak atau hubungan pribadi antara sang pemimpin dan dipimpin sering sangat menolong dalam kelancaran jalannya perusahaan.

5) Non personal

Suatu pemimpin yang nonpersonal, jika ada kepemimpinan tersebut dilakukan melalui interuksi, sumpah dan janji. Jadi, hubungan antara pemimpin dengan yang dipimpin hanyalah melalui intruksi atau sumpah saja.

6) Interaksi

Pemimpin tipe ini interaksi adalah pemimpin yang terjadi pada kelompok-kelompok yang menuju satu tujuan khusus.

Umpamanya suatu tim sepak bola ketika interaksi antara pemimpin tim dan anggota tim, lebih intensif jika dibandingkan dengan tipe kepemimpinan personal.³⁸

d. Pengendalian

Pengendalian merupakan fungsi keempat dalam proses manajemen. Pengendalian (*controlling*) berarti mengawasi aktifitas karyawan, menentukan apakah organisasi dapat memenuhi target tujuannya, dan melakukan koreksi bila diperlukan³⁹

³⁸ Yayat M. Herujito, Op.Cit hal 186-188

³⁹ Richard L. Daft Op.Cit hal 9

Pengawasan (*controlling*) sebagai elemen atau fungsi keempat manajemen ialah mengamati dan mengalokasikan dengan tepat penyimpangan-penyimpangan yang terjadi⁴⁰

1) Prinsip Pengawasan

- a) Mencerminkan sifat dari apa yang diawasi
- b) Dapat diketahui dengan segera penyimpangan yang terjadi
- c) Luwes
- d) Mencerminkan pola organisasi
- e) Ekonomis
- f) Dapat mudah dipahami
- g) Dapat segera diadakan perbaikan

2) langkah-langkah dasar dalam proses pengendalian

- a) Pengendalian Pra-Tindakan (*pre-action control*)
- b) Pengendalian Kemudi (*steering controls*) atau Pengawasan
- c) Umpan Maju (*feedforward controls*)
- d) Pengendalian secara Skrining atau Pengendalian Ya/Tidak (*screening or yes/no controls*)
- e) Pengendalian Purna-Karya (*post-action controls*).

3. Manajemen Media

Manajemen media bisa diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai

⁴⁰ Yayat M. Herujito, Op.Cit hal 242

industri yang bersifat komersial maupun sosial, media sebagai institusi komersial maupun institusi sosial.⁴¹

a. Manajemen Penyiaran

Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti, manajemen penyiaran sebagai “motor penggerak” organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran.⁴² Manajemen penyiaran dapat diartikan sebagai “kemampuan seseorang untuk mempengaruhi/ memanfaatkan kepandaian/ keterampilan orang lain, untuk merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan siaran, dalam usaha mencapai tujuan bersama.”⁴³

Manajemen dan penyiaran memiliki makna yang jelas dan tegas. Masalahnya sekarang, bagaimana menerapkan prinsip-prinsip manajemen ke dalam organisasi penyiaran, atau dengan kata lain “Bagaimana memadukan prinsip-prinsip penyiaran, di atas landasan tujuan yang hendak di dicapai. Di sini, antara manajemen dan penyiaran, perlu dipadukan dan disesuaikan di atas landasan tujuan yang hendak dicapai. Para pengelola manajemen penyiaran, setidaknya harus menguasai ilmu manajemen dan ilmu komunikasi,

⁴¹Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset* (Yogyakarta: Buku Litera, 2014), 14.

⁴²J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994), 39.

⁴³J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran.....*, 39

termasuk didalamnya penyelenggaraan siaran sebagai salah bentuk komunikasi massa.

4. Radio

a. Sejarah Perkembangan Radio

Radio adalah media elektronik yang bersifat auditif yang dikonsumsi melalui pendengaran. Pengertian radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio ini persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensinya lebih rendah.⁴⁴

Radio merupakan sebuah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara disiarkan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Radio adalah suara, suara adalah modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak.⁴⁵ Melalui radio seseorang dapat mendengarkan siaran musik, siaran tentang berbagai peristiwa, kejadian-kejadian yang aktual dan penting ataupun forum diskusi berbagai masalah dalam kehidupan dan acara-acara tertentu yang dipilih oleh suatu stasiun radio disiarkan kepada seluruh khalayak massa.

⁴⁴ A. Ius Y. Triartanto, *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*, h.30

⁴⁵ Madsuki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: PT. LkiS, 2005), h.16

Radio memiliki sejumlah fungsi diantaranya seperti menyebarkan informasi, mendidik, membujuk dan menghibur. Radio juga dapat menciptakan gambar dalam imajenasi pendengar melalui kata dan suara, musik dan efek lainnya yang mampu menciptakan suatu gambaran, kesemuanya itu dikenal dengan konsep *theater of mind*.

Sebagai medium komunikasi radio memiliki tiga kekuatan. Pertama, mobilitas radio yang tinggi dimana radio dapat membawa pendengarnya kemana-mana, sambil mengerjakan aktivitas lain pun, seorang dapat mendengarkan radio. kedua, realitas radio menggiring pendengar kedalam kenyataan dengan suara-suara dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan. Ketiga, kesegeraan radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat, bahkan secara langsung saat kejadian.

Radio ditemukan oleh Marche Guglielmo Marconi tahun 1894 yang pada awalnya hanya dapat membunyikan bel dalam jarak sekitar sepuluh meter. Sejalan dengan itu perkembangan radio sebagai media komunikasi terus mengalami perkembangan hingga diliputi dengan meningkatnya pendirian stasiun radio. perkembangan radio pun terus menerus terjadi sampai pada tahun 1930-an, dimana pada saat itu Edwin Howard Amstrong berhasil mengembangkan pesawat penerima radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM) menjadi dasar bagi pesawat radio modern saat ini. Radio FM

memiliki kualitas suara lebih bagus, jernih dan bebas dari gangguan siaran.⁴⁶

Era radio sebagai media komunikasi pun merambah sebagai media jurnalisme. Jurnalisme radio adalah proses pengumpulan berita, produksi atau pengolahan fakta menjadi bentuk berita dan penyiaran berita. Pada dasarnya, karya jurnalistik apapun yang dapat ditemukan di media cetak, dapat juga di produksi oleh radio dengan penyajian yang berbeda. Bentuk karya jurnalistik radio dapat berupa berita, *Feature*, opini, reportase dan sebagainya. Hal yang membedakan penyiaran jurnalistik Radio hanyalah sifat medianya, sehingga cara kerjanya pun menjadi spesifik dan khas.⁴⁷ perinsipnya adalah sependek mungkin, yang penting itu sudah memenuhi unsur kelayakan berita dengan mencakup unsur 5W+1H.

Di Indonesia sendiri, keberadaan radio pun telah mengukir sejarah. Sejak kemunculan radio di Indonesia dari awal masa penjajahan belanda, jepang hingga masa priode kemerdekaan yang terlihat jelas saat proklamasi Indonesia diudarkan. Hal ini menunjukkan bahwa radio memiliki peran penting di Indonesia. Penyiaran tentang pembacaan proklamasi kemerdekaan Indonesia tanggal 17 agustus 1945 itu dibacakan langsung oleh penyiar Sakti Alamsyah kepada seluruh pendengar se- Nusantara. Perkembangan

⁴⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), h.4

⁴⁷ Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio Teori dan Praktek* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2008), h. 55

terus berlanjut sampai pada akhirnya radio republik indonesia (RRI) diresmikan pada 11 september 1945. Dengan menggunakan peralatan siaran peninggalan belanda dan jepang. RRI menjadi radio didirikan oleh Adang Kadarisman dan Abdurahman Saleh. Hari berdirinya stasiun tersebut bertepatan dengan pertemuan terakhir dari beberapa pertemuan yang membahas strategi. Visi dan misi RRI selaku lembaga penyiaran negara yang merdeka dan menetapkan semboyan yang terkenal dengan “sekali di udara tetap di udara).⁴⁸

Jurnalisme di indonesia difungsikan oleh RRI sebagai bagian tanggung jawab sosial. RRI menjadi bagian pendidikan massa, pemersatu bangsa dan juga menghibur. RRI merupakan radio yang mempunyai jaringan siaran terbesar di indonesia. Ketika radio swasta bermunculan, beberapa radio pun juga ikut andil dalam dunia jurnalisme. Seiring perkembangan zaman memasuki era globalisasi ini kebutuhan akan informasi memang dirasakan oleh masyarakat. Maka dari itu, setiap radio yang mengudara harus dapat kebutuhan pendengar akan informasi disamping sebagai hiburan saja. Reformasi siaran radio mulai terlihat bersamaan pada saat era reformasi tahun 1998. Reformasi radio artinya perubahan secara mendasar struktur kepemilikan, visi, misi, orientasi dan format siaran radio. Selama rentan waktu tahun 1998-2003 reformasi itu terjadi dalam tiga aras. Pertama, pelepasan kendali sosial- ekonomi dan politik radio dari

⁴⁸ Hidajanto Djamil dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi Operasional, dan Regulasi* (Jakarta: kencana, 2011), h.17

kewenangan penuh pemerintah kepada pihak swasta, kepada mekanisme pasar atau kontrol internal media penyiaran. Perubahan ini ditandai pengurangan kewajiban mengikuti program siaran melalui RRI, yaitu boleh memproduksi paket acara yang sebelumnya dianggap sensitif yaitu informasi jurnalistik. Kedua, pengakuan dan penyediaan akses yang lebih terbuka kepada publik sebagai pemilik frekuensi menjadi pendengar, partisipan interaktif hingga pemilik radio siaran. Hal ini ditandai dengan hadirnya program *talkshow*, siaran jurnalistik, pengalihan kepemilikan radio pemerintah daerah ke swasta, dan radio berjaringan (*networking*). Ketiga, mendorong pertumbuhan gerakan untuk menjadikan radio sebagai medium pemberdayaan sosial melalui pendirian radio-radio alternatif diluar siaran komersial dan RRI, dengan program siaran yang lebih berkarakter, kritis, dan edukatif.⁴⁹

b. Pengertian Radio

Radio is the birth of broadcasting (radio adalah anak pertama dunia penyiaran).⁵⁰ Radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikonekasikan kepadanya oleh khalayak. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemasam auditif. Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi

⁴⁹ Madsuki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta : Pustaka Populer LKiS, 2004), .3

⁵⁰ Madsuki, *Menjadi Broadcaster Profesional*. 15.

dinamis antara molekul itu dan lingkungannya. Suara dalam sebuah radio adalah suatu kombinasi tekanan emosional, perspetual, dan fisikal yang timbul dan berasal dari suara yang termediasi oleh teknologi yang kemudian menimbulkan formasi imajinasi visual teretntu di benak pendengar.⁵¹

Menurut Max Well radio merupakan suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik.⁵²

Sesuatu yang harus ada dalam radio yaitu gelombang magnetis, (suara), dipancarkan stasiun pemancar diterima oleh audio atau pesawat penerima. Dalam pemancaran gelombang radio dikenal dengan pemancar AM dan pemancar FM. Frekuensi pemancar FM jauh lebih tinggi dari pada frekuensi penyiaran AM yaitu dari 88 sampai 108 Mhz. Stasiun penyiaran radio FM dapat didengar sama baiknya dari jarak penerimaan penyiaran frekuensi AM. Pemancar FM memiliki banyak kelebihan daripada penyiaran radio AM. Pada umumnya lebih dinamis, suara lebih jernih, dan *noise* lebih rendah sehingga pengelola media radio lebih banyak memilih frekuensi pemancar FM. Penyiaran radio FM dapat diharapkan jauh lebih baik sebagai pemberi aspirasi politik, kritik dan pendidikan karena konstruksi penyiaran dan biaya operasionalnya lebih rendah dari

⁵¹Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional....*, 16.

⁵²Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1990), 21.

pada stasiun penyiaran radio AM.

Radio merupakan salah satu bentuk media massa. Radio merupakan sebuah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang elektromagnetik di udara. Radio biasanya menyairakan berita, musik, iklan, sampai diskusi dan drama.

Menurut Wahyudi dalam bukunya tentang radio. Radio adalah pemancar gelombang elektromagnetik yang membawa muatan suara, yang terbentuk melalui microphone, kemudian pancaran ini diterima oleh sistem antena untuk diteruskan ke pesawat penerima dan sinyal radio itu diubah menjadi suara atau audio di dalam loudspeaker.⁵³

Jadi, dapat disimpulkan bahwa radio dalam konteks komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang memanfaatkan gelombang elektromagnetis yang dikeluarkan pemancar melalui udara dan diterima oleh antena untuk diubah ke dalam bentuk Suara.

Menurut Onong Uchjana Effendy pengertian siaran radio adalah penyebaran secara elektronik berbagai acara dalam bentuk kata-kata, musik dan lain-lain yang sifatnya audial (untuk didengarkan) kepada khalayak yang tersebar.⁵⁴

Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai

⁵³ J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, (Cet I; Jakarta: Pustaka Utama Grafitti, 1996), h. 59

⁵⁴ Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi* (Bandung : PT. Mandar Maju, 1989), h.301

dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampaian berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga pendongrak politik dan ideologi. Bagi pendengarnya radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, dan pemberi informasi.

c. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media massa lainnya. Dibandingkan dengan media massa lain, media radio memiliki karakteristik khas sebagai berikut:⁵⁵

- 1) **Auditori.** Radio adalah “suara”, untuk didengar, karenanya isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin “menoleh ke belakang” sebagaimana pembaca Koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah di baca atau mengulang bacaan.
- 2) **Transmisi.** Proses penyebar luasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
- 3) **Mengganggu.** 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 bias membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan

⁵⁵Romli, *Broadcast Journalism*, 22.

sosok penyiarinya sendiri.

- 5) **Identik dengan musik.** Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik, radio memiliki daya surprise seketika atau memberi kejutan, karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan, berbeda dengan memutar kaset yang sudah biasa ditebak urutan lagunya.
- 6) **Cepat.** Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio.
- 7) **Menciptakan gambar dalam ruang imajenasi pendengar.** Dengan keunggulan suara radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaan di ruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulan semua kalangan bisa mendengarkannya.
- 8) **Tanpa batas.** Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.
- 9) **Tidak banyak pernik.** Diandingkan media lain, pada peliputan berita radio cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa *microphone* dan sebuah *handphone* untuk melaporkan sesuatu secara langsung.

- 10) Hangat dan dekat. Kendati tidak berhadapa langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dengan akrab.
- 11) Mendidik. Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebagian besar pendengar yang bermukim diwilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.
- 12) Keuntungan dari radio adalah dapat menjangkau hampir seluruh warga negara dalam masyarakat, setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja (bahkan orang buta huruf) serta dimana saja. Pendengar tidak harus tetap berada di depan pesawat radionya. Tidak seperti halnya menonton televisi.

Dengan karakter yang dimiliki, radio juga memiliki kelebihan dan kelemahannya sebagai media massa, yaitu seperti tertera dalam tabel berikut:

IAIN JEMBER

Tabel. 2.2
Kelebihan dan Kelemahan Radio⁵⁶

| Kelebihan | Kelemahan |
|--|---|
| Sarana tercepat penyebar informasi dan hiburan. | Hanya bunyi, tidak ada visualisasi yang tampaknya nyata |
| Dapat diterima di daerah yang belum memiliki sambungan listrik. Produksi siarannya singkat dan berbiaya murah. | Tergantung pada kondisi dan stabilitas udara di suatu lokasi. Tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara mendetail. |
| Merakyat. Buta huruf bukan kendala. Harga pesawat murah, mudah dibawa kemana saja. | Terdengar selintas, sulit diingat, dan tidak bisadiulangi. Hanya bisa didengar, tidak bisadidokumentasikan. |

d. Sifat Radio

1) Auditif

Sifat radio siaran adalah *auditif*, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya sepintas lalu saja, ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah, dan media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali. Pendengar yang tidak mengerti terhadap suatu uraian yang disampaikan melalui radio tidak mungkin untuk meminta ulang kepada penyiar.

2) Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi yang menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal akan memiliki dua faktor gangguan, gangguan pertama adalah apa yang disebut "*samantic noise factor*" dan

⁵⁶Masduki, *Broadcaster Profesional*, 17.

yang kedua adalah “*Channel noise factor*” gangguan teknis dapat berupa “*interfrensi*” yakni dua atau lebih gelombang yang berdempetan, sehingga membuat isi siaran sukar di mengerti, atau gangguan karena pesawat penerima lainnya dan sebagainya.

e. Tipologi Pendengar

Pendengar atau khalayak (*audience*) menurut Onong Uchjana Effendi adalah: Orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat, maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpicat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.⁵⁷

Pendengar adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran, sehingga memahami jenis pendengar sangat penting. Untuk memahami jenis pendengar berdasarkan pada:⁵⁸

1) Kelas Ekonomi

Menurut perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen siaran. Pendengar mengkonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan waktu dan akses yang mudah terhadap pesawat penerima siaran radio. Strata Ekonomi Sosial A (kelas ekonomi atas), B (kelas ekonomi menengah), dan C (kelas ekonomi bawah).

⁵⁷Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi* (Bandung: Mandar Maju, 1989),21.

⁵⁸Masduki, *Broadcaster Profesional*, 18.

2) Kelas Sosial

Pendengar berdasarkan kelas sosial dibagi menjadi dua:

a) Kelas menengah keatas

Pendengar yang memiliki pandangan jauh kedepan, memiliki wawasan yang luas, merasa terikat dengan kejadian yang dialami orang lain, berciri kota urban, berfikir rasional, percaya diri, mau mengambil resiko, dan memiliki selera yang beragam.

b) Kelas menengah kebawah

Pendengar jenis ini, memiliki pandangan terbatas untuk masa depan, wawasan sempit, memiliki ciri pedesaan, cara berfikirnya konkret dan tidak rasional (mistis), lebih terikat pada keamanan fisik dan selernya terbatas.

3) Interaksi/ partisipasi

Ada beberapa jenis pendengar berdasarkan interaksinya pada sebuah radio, yaitu :

a) Pendengar Spontan

Orang yang mendengarkan radio secara tidak sengaja karena tidak berencana mendengarkan radio atau cara tertentu dan perhatiannya mudah beralih pada orang2 tertentu.

b) Pendengar Pasif

Orang yang sering mendengarkan radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri dengan menjadikan radio sebagai teman biasa.

c) Pendengar Selektif

Orang yang mendengarkan radio pada jam dan acara tertentu, fanatik terhadap suatu acara tertentu atau penyiar tertentu dan menyempatkan diri untuk mendengarkan acara itu.

d) Pendengar Aktif

Orang yang selalu mendengarkan radio, acara apapun, dimana pun, dan aktif melakukan interaksi melalui telpon, sms, *twitter*, *facebook*, *yahoo messenger*, dan lain-lain. Pendengar jenis ini menjadikan radio sebagai sahabat utama dan tidak hanya di waktu luang.

4) Berdasarkan Bahasa

a) Heterogen.

Karena jumlah pendengar memiliki latar belakang yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Diantaranya, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kebudayaan, tempat tinggal.

b) Pribadi

Jenis pendengar yang lebih tertarik dengan bahasa yang lembut dan seperti yang disampaikan setiap hari. Pendengar tidak menyukai cara penyampaian yang bersemangat atau berapi-api. Karena pendengar jenis ini lebih cenderung menganggap penyiar adalah sahabat sendiri. Sehingga ia hanya akan mendengarkan penyiar yang menggunakan bahasa seperti yang dilakukan oleh pendengar.⁵⁹

5) Berdasarkan Kegemaran

a) Aktif

Jenis pendengar seperti ini memiliki ketertarikan lebih karena menemukan sesuatu yang menarik dari sebuah radio. Kemudian pendengar melakukan interaksi terhadap yang disampaikan penyair. Misalnya, topik pembahasan, kuis dan lain-lain yang selanjutnya melakukan interaksi baik melalui sms, telpon maupun media jejaring sosial. Namun penelitian menyebutkan, pendengar pasif memiliki jumlah yang lebih banyak dan cenderung lebih menyimpan serta mengolah pernyataan pada dirinya sendiri.

b) Selektif

Jenis pendengar seperti ini hanya mendengarkan

⁵⁹AS Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), 116.

siaran tertentu yang sesuai dengan kegemarannya. Misalnya musik pop, rock, dangdut dan lain sebagainya.

Stasiun penyiaran radio sangat membutuhkan peran pendengar sebagai modal utama bernegosiasi dengan pengiklan radio. Maka dari itu tipologi pendengar menjadi pertimbangan dalam membuat *programming* penyiaran radio.

Stasiun penyiaran radio perlu berhati-hati dalam menentukan *programming* penyiaran radio. Langkah awal yaitu harus menentukan *positioning* yang hendak dicapai. *Positioning* itu sendiri adalah upaya agar pendengar yang akan kita raih sesuai dengan citra yang dikehendaki. Salah satu upayanya adalah membuat format acara yang akan diudarkan kepada pendengar, sehingga antara *positioning* dan format acara akan membentuk citra stasiun penyiaran. Kehati-hatian menyusun format acara harus memperhatikan faktor persaingan penyiaran radio, geografis, demografis, psikografis, perilaku, individu dalam jumlah populasi penduduk dan yang paling penting adalah memahami bagaimana *peluang periklanan* dari *positioning* dan format stasiun untuk usaha penyiaran radio.⁶⁰

f. Radio dakwah dan Dakwah Radio

Berbicara tentang dakwah dan radio kita harus membedakan antara “radio dakwah” dan “dakwah radio”. Radio dakwah adalah

⁶⁰Harley Prayudha, *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran* (Malang: Bayu Media Publishing, 2004), 47.

sebuah stasiun radio yang visi, misi, dan semua program dan materi siarannya tentang dakwah (Siyar Islam). Radio dakwah diformat atau deprogram untuk syiar Islam. Semua programnya bermuatan atau bernuansa syiar Islam. Lagu-lagu yang diputarnya lagu-lagu religi (nasyid dan pop religi), tidak ada lagu lain selain yang bernuansa religious. Semua acara non-lagu pun berisi dan berorientasi dakwah.⁶¹

Dakwah radio adalah aktivitas dakwah di media radio.⁶² Dakwah radio atau dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media paling populer di dunia sebagai *chanel*, sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah.⁶³

1) Pola siaran dakwah

Mengenai hal ini, dalam memproduksi siaran dakwah pada stasiun radio, pada hakekatnya ada 3 jenis pola siaran dakwah Islam yang perlu untuk dilakukan.

- 1) Tujuan agama, yang kadang-kadang bersifat pelajaran, pendidikan ataupun dakwah. Yang penting diperhatikan tujuan pertama siaran ini adalah memberikan tuntunan hidup beragama dalam kehidupan sehari-hari, akhlak pergaulan, kemasarakatan, pembinaan perkawinan dan sebagainya.

⁶¹Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*(Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 156.

⁶²Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio.....*, 157.

⁶³Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio.....*, 160.

- 2) Penyebaran Agama Islam, atau dapat diartikan propaganda untuk menarik perhatian/pengaruh pendengar. Sifat dari kegiatan ini adalah informatif edukatif yaitu dengan menggambarkan kepada para pendengar bahwa ajaran Islam yang dibawakan adalah paling baik dan paling sempurna (tanpa harus menyinggung agama lain) serta menjadi rahmatan lil'alamın.
- 3) Pelajaran agama, seperti halnya pelajaran tadwid, pelajaran bahasa Arab, pelajaran lagu-lagu Al-Qur'an, pelajaran manasik haji dan sebagainya. Tujuan belajar seperti tersebut adalah memberikan pelajaran atau pengetahuan tentang ilmu-ilmu agama Islam kepada semua pendengar radio. Dengan harapan agar lebih memperluas cakrawala pengetahuan yang sudah dimiliki untuk diamalkan dalam kehidupan sehari-hari atau pengetahuan yang dimiliki pendengar.⁶⁴

Pola ini dibuat agar siaran dakwah Islam yang telah diproduksi dapat mencapai sasaran dengan baik. Sebab sasaran dakwah Islam itu sendiri menurut hal ini tidak terlepas daripada sasaran yang diinginkan oleh dakwah Islamiyah yakni seperti yang dinyatakan oleh DR. Abdul Halim Mahmud yaitu mengenalkan ajaran Islam kepada mad'u dan menyerunya agar berpegang teguh dengan hukum-hukum-Nya, akhlak-akhlak-Nya dan adab-adab-Nya

⁶⁴ Proyek Penerangan Agama Islam, *Pembinaan Rohani Pada Radio Siaran*, Penerbit Departemen Agama Pusat, Jakarta, 1984

yang ditempuh dengan cara menyampaikan nasehat, memecahkan kesulitan dalam masalah *tsaqafah* (wawasanwawasan teoritis), *tadrib* (latihan) atau masalah *mutaba'ah* (control) dan *taqwin* (evaluasi).⁶⁵

2) Program siaran dakwah

Berbicara mengenai bentuk-bentuk program yang digunakan pada stasiun radio di Indonesia, telah dibuat pedoman umum mengenai hal itu, dimana produksinya memicu pada apa yang telah ditetapkan oleh UNESCO, yaitu:

- 1) Program pemberitaan dan penerangan (*News proramme*) yang meliputi:
 - a) Warna berita (*Straigth news*)
 - b) Reportase (*Current affair*)
 - c) Penerangan umum (*General information*)
 - d) Pengumuman (*Public service*)
- 2) Program pendidikan (*Educational progamme*) yang meliputi:
 - a) Siaran kanak-kanak (*Chidren's hours*)
 - b) Siaran remaja (*Youth programme*)
 - c) Siaran sekolah (*School broadcasting*)
 - d) Siaran pedesaan (*Rural broadcasting*)
 - e) Siaran agama (*Religious programme*)
 - f) Siaran keluarga berencana
 - g) Ruangan wanita (*Women hours*)

⁶⁵ Abdul Halim Mahmud, *Merajut Benang Ukhuwah Islamiyah*, Penerbit Era Intermedia, Solo. 2000, Hal 495

- h) Pengetahuan umum (*Adult education*)
- 3) Program kebudayaan (*Culture Programme*) yang meliputi;
 - a) Kesastraan
 - b) Kesenian daerah (*tradisional*). Dan
 - c) Apresiasi seni.
- 4) Program hiburan (*Entertainment Programmer*) yang meliputi:
 - a) Musik daerah
 - b) Musik Indonesia, dan
 - c) Musik asing
- 5) Program lain:
 - a) Ruangan iklan (*Commercial spot announcement*)
 - b) Pembukaan dan penutupan siaran (*opening and closing tune*).⁶⁶

5. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a - yad'u - da'watan*, artinya mengajak, menyeru, memanggil.⁶⁷ Menurut Samsul Munir, bahwa dakwah adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to purpose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).⁶⁸

⁶⁶ N. K. Nasution, *Produk Radio Siaran*, Pekanbaru Press, 1996. Hal. 19

⁶⁷ Amin, *Ilmu Dakwah*, 1.

⁶⁸ Amin, *Ilmu Dakwah*, 1.

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan berupa ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, maupun tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman, terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa unsur-unsur paksaan.⁶⁹

Menurut Asmuni Syukir dakwah dapat dilakukan dengan cara: Ceramah, Tanyajawab, Mujadallah, Percakapan antar pribadi, Demonstrasi, Pendidikan dan pengajaran, Kunjungan rumah (silaturahmi).

Cara-cara tersebut digunakan sesuai dengan kondisi obyek dakwah yang dihadapi dan media yang digunakan. Dengan kata lain mengetahui kondisi dan situasi sasaran dakwah menggunakan media yang tepat yang disesuaikan dengan komponen dakwah.

b. Komponen-komponen Dakwah di Radio

Agar dakwah dapat dilaksanakan dan berjalan maka harus mengandung komponen-komponen sebagai berikut:

1) Subyek Dakwah

Subyek dakwah adalah da'i atau yang melaksanakan tugas dakwah baik secara perorangan atau kelompok. Subyek

⁶⁹M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*(Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 6.

dakwah di stasiun penyiaran radio bisa ulama, da'i, atau penyiar. Untuk menjadi penyampai ajaran Islam yang baik dan mampu memberi pengaruh yang besar bagi masyarakat tidaklah mudah. Untuk itu di tuntut untuk belajar, baik secara teoritis maupun pengalaman yang ada. Selain itu juga harus memiliki:

- a) Integritas kepribadian, yaitu kepribadian yang merupakan kesatuan antara ilmu, iman dan amal
- b) Kemampuan intelektualitas yang tinggi, paham tentang masalah-masalah ke masyarakatan, serta kaya akan konsepsi pemecahan masalah.
- c) Keterampilan mewujudkan konsepsi Islam sebagai program dalam kehidupan nyata, menjadikan Islam sebagai program pemecahan masalah-masalah kemasyarakatan dan umat manusia, sehingga masyarakat merasakan secara langsung Islam sebagai rahmatanlil'alamin.⁷⁰

Dengan memiliki kemampuan tersebut diharapkan seorang penyampai dakwah (da'i) bisa menyampaikan ajaran agama Islam dengan berjalan cukup lancar dan segala kendala yang dapat menghambat proses pelaksanaan dakwah dapat dianalisis sedemikian kecil.

2) Obyek Dakwah

Yang menjadi obyek (sasaran) dakwah Islamiyah adalah

⁷⁰Amrulah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: PLP2M Prima Duta), 66.

masyarakat baik muslim maupun non muslim yang ada di seluruh dunia. Masyarakat disini adalah sebagai penerima ajaran-ajaran agama Islam yang disampaikan oleh para da'i, mubaligh atau penyiar. Karena itu masyarakat memegang peranan penting dalam kegiatan dakwah sebab tanpa masyarakat yang mendengarkan tidak dapat dikatakan sebagai dakwah. Pada dasarnya obyek dakwah stasiun penyiaran radio merupakan individu (personal) dan jarang yang berupa kelompok meskipun dalam segi kuantitas relatif banyak melibatkan massa pendengar.

3) Materi Dakwah

Materi dakwah radio yaitu pesan yang akan disampaikan dari subyek kepada obyek dakwah yang isi pesannya merupakan seluruh dari ajaran-ajaran agama Islam yang bersumber dari Al-qur'an dan Al-Hadist yang menyangkut bidang-bidang:

- a) Aqidah Islam yang meliputi rukun iman dan rukun Islam
- b) Ibadah, akhlak, dan mua'malah yang meliputi hukum niaga, *munakahat, warisan, jinayat, khalifiyah*, jihad dan sosial ekonomi.⁷¹

4) Metode Dakwah

Menurut Toto Tasmara dalam buku "*Komunikasi Dakwah*" metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh

⁷¹M. Margono Poespo Soewarno, *Pendidikan Agama Islam di Perguruan Tinggi* (Yogyakarta: U. P. Karyono, 1991), 28.

seorang mubaligh (komunikator) untuk mencapai tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang.⁷²

Metode dakwah radio yaitu cara yang ditempuh oleh subyek dakwah dalam melaksanakan kegiatan dakwah yang berupa dialog interaktif, ceramah monolog, *talk show* dan sebagainya.

5) Media Dakwah

Media dakwah yaitu alat yang menjadi saluran untuk menghubungkan ide dengan obyek sasaran. Media dakwah yang digunakan disini adalah radio. Media radio digunakan untuk menghubungkan ide melalui frekuensi modulator (FM) yang diterima di pesawat radio pada umumnya. Media dakwah diradio dapat berupa segala peralatan yang ada di radio seperti mikrofon, komputer, tape player, mixer, headset, pemancar dan sebagainya.

6) Logistik Dakwah

Logistik dakwah di radio yaitu dana yang diperlukan dalam rangka dakwah. Dana ini prosentase terbesar diperoleh dari pemasang iklan melalui pensponsoran program siaran.

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengungkap makna dibalik manajemen radio yang memiliki visi dan misi dakwah. Radio adalah alat

⁷²Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, cet. Ke-2, 1997), 43.

komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya.⁷³ Sedangkan menurut Asep Syamsul M. Romli, radio – tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi.⁷⁴

Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi merupakan salah satu radio yang mampu mempertahankan visi dan misi dakwah dan mengembangkan kegiatan dakwah dengan jumlah pendengar yang terus meningkat, padahal banyak radio yang semakin sepi ditinggal pendengarnya. Oleh karena itu langkah yang dilakukan untuk memberi gambaran tentang manajemen radio dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi secara mendalam yaitu dengan menjawab fokus penelitian: 1) Bagaimana Pola Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi. 2) Bagaimana Pola Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi. 3) Apasajakah yang menjadi kendala dalam pengelolaan Radio dan Program Dakwah Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi dan bagaimana menyelesaikan kendala tersebut?

Setelah data diperoleh dari informan yang memiliki kriteria yang sudah ditetapkan, kemudian melakukan reduksi data dan verifikasi,

⁷³Triartanto, *Broadcasting Radio*, 30.

⁷⁴Romli, *Broadcast Journalism*, 18.

selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data menggunakan rekomendasi dari Creswell⁷⁵, yakni menggunakan analisis data studi kasus, yang terdiri dari enam langkah umum, yakni:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis dari data mentah.
2. Membaca keseluruhan data, untuk mengetahui gagasan umum, nada gagasan tersebut, dan kesan dari kedalaman, kredibilitas, serta penuturan informasi.
3. Memulai *coding* semua data.
4. Menerapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting* (ranah), orang (partisipan), kategori, dan tema yang akan di analisis.
5. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif.
6. Langkah terakhir dalam analisis data adalah pembuatan interpretasi dalam penelitian kualitatif atau memaknai data secara mendalam dari Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dalam rangka memudahkan dan memahami pengalaman yang berhubungan dengan tema Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

Manajemen merupakan suatu proses serangkaian tindakan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian, yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran-sasaran serta tujuan yang

⁷⁵John W. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (New Delhi: SAGE Publications, Inc.,2014), 264.

telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya dari pengelola Radio. Adanya visi, misi dan tujuan, semakin menjadikan Radio dakwah dapat bertahan dalam mencapai tujuan, hal ini merupakan keunikan kasus yang menarik untuk diungkap. Terdapat perbedaan konsep antara manajemen radio konvensional dengan manajemen radio dakwah. Selanjutnya dapat digambarkan pola Manajemen Radio Dakwah dalam sebuah konsep sebagai berikut:



Gambar. 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

IAIN JEMBER

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif, yang berusaha untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁷⁶ Serta berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti.⁷⁷ Dalam penelitian kualitatif dikenal satu istilah, yaitu *audit trail*. Arti audit sudah kita ketahui yaitu memeriksa kembali. Dalam kamus, istilah *trail* artinya jalan kecil, jejak atau bekas. Dalam penelitian kualitatif, audit trail berarti melakukan analisis atau penelusuran kembali semua berkas yang terkumpul dari rangkaian kegiatan penelitian, dan penelusuran tersebut dilakukan bersama dalam bentuk diskusi antar sejawat.⁷⁸

Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus, yaitu untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial: individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.⁷⁹ Jenis ini dipilih karena masalah yang dikaji meyangkut keunikan yang sedang terjadi dalam Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, dalam penelitian kualitatif realita yang

⁷⁶ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 4.

⁷⁷ Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, cet. Ke-5, edisi kedua (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 78.

⁷⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), 27.

⁷⁹ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 20.

terjadi di lapangan dapat diinterpretasikan dan dianalisis maknanya lebih mendalam.

Metodologi penelitian secara sederhana adalah ilmu yang digunakan untuk mengetahui kebenaran dengan jalan meneliti terhadap objek yang dihadapi. Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian.⁸⁰

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini adalah di Radio Al-Hikmah 98,8 FM Pondok Pesantren Imam Syafi’I Genteng Banyuwangi Jawa Timur, yang lokasinya berada di Jl. KH. Hasyim Asyari No. 99E, Genteng Wetan, Genteng, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68465, Indonesia.

Radio Al-Hikmah 98,8 FM merupakan radio komunitas pesantren yang dimiliki pondok pesantren Imam Syafi’I yang berada di bawah naungan yayasan Darun Najah Genteng Banyuwangi Jawa Timur yang memiliki slogan “Menebar Sunnah, Menggalang Ukhuwah”

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri.⁸¹ Dalam penelitian ini peneliti sebagai instrumen utama pengumpulan data berperan serta dalam penelitian, namun

⁸⁰Usman & Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, 41.

⁸¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016), 59.

sebagai partisipasi pasif. Maksudnya peneliti hadir langsung di lokasi penelitian atau tempat kegiatan subjek yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Peneliti hanya mengamati dan bersifat netral terhadap semua kejadian atau peristiwa yang sudah berlangsung di lokasi penelitian.

Peneliti juga aktif mengikuti aktivitas siaran radio al-Hikmah dalam rangka penelitian. Karena radio tersebut bisa didengarkan secara online. Hanya menggunakan android yang tersambung dengan internet. Maka peneliti sudah dapat mendengarkan siaran radio tersebut.

Kehadiran peneliti inilah sebagai penentu, untuk memperdalam data penelitian pada objek penelitian yang ditentukan yakni radio al-Hikmah yang terletak di Genteng. Meskipun, tidak semua data dapat diperoleh dengan baik. Terutama menyangkut tentang donatur yang dipolehnya.

D. Subjek Penelitian

Proses penentuan informan atau subyek penelitian dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.⁸² Atau dengan kata lain pengambilan sampel diambil berdasarkan kebutuhan penelitian.

⁸²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif....*, 53.

Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.⁸³ Sebagaimana secara harfiah artinya sample bula salju. Dengan kata lain apabila informan yang telah ditentukan tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka harus mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data. Jadi, penentuan informan dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung (*emergent sampling design*). Caranya yaitu peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan; selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya itu, peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap.⁸⁴

Pertama peneliti, menentukan satu orang yang banyak tahu terhadap Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng. Setelah itu, baru menanyakan rekomendasi narasumber selanjutnya, sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Dalam hal ini, peneliti menemui Pak Bastomi yang dijadikan informan pertama, sampai akhirnya banyak orang yang dijadikan informan sesuai dengan arahnya.

Alasan kenapa peneliti dalam penentuan informan atau subyek menggunakan teknik; *purposive sampling* dan *snowball sampling*, karena peneliti belum memahami dan mengerti sepenuhnya tempat penelitian. Dalam

⁸³Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*...., 54.

⁸⁴Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*...., 54.

penelitian ini yang direncanakan akan dijadikan sebagai informan atau subjek penelitian diantaranya:

1. Ketua Yayasan

Alasan ketua yayasan menjadi informan dalam penelitian ini adalah Police Maker pengambil kebijakan. Pengambilan kebijakan yang dimaksud yakni tentang proram radio dakwah al-Hikmah Genteng. Bahkan, ketua yayasan juga ikut bertanggung jawab tentang manajemen yang dikelolanya. Baik mulai perencanaan, pelaksanaan, kontroling sampai dengan evaluasi.

2. Guru

Guru dalam penelitian ini menjadi sangat penting dijadikan informan. Karena pada perinsipnya yang menjadi konsumen radio dakwah al-Hikmah salah satunya adalah guru. Dan guru juga termasuk bagian dari pondok pesantren al-Hikmah Genteng yang secara aktif terlibat dalam kelangsungan program-program dakwah tersebut.

Tidak semua guru yang dapat dijadikan informan. Hanya beberapa saja, dengan kriteria layak dan dianggap banyak tahu tentang program dakwah radio al hikmah. Kemudian, atas persetujuan atau rekomendasi yayasan juga.

3. Pengelola Radio

Pengelola Radio adalah informan penting yang harus ada dalam penelitian ini. Karena titik pusat penelitiannya pada manajemen , tentunya manajemen apapun harus ada pengelolanya. Pengelola radio ini

yang mengatur dan melaksanakan secara praktis kebijakan yayasan yang tertuang dalam tata tertib (aturan) radio al_hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng.

4. Siswa/ Santri

Sama halnya dengan guru, santri juga konsumen radio dakwah al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i. Santri mengikuti program acara dakwah radio tersebut. Paling tidak, secara jarak santri termasuk orang terdekat yang berada di sekitaran tempat siar radio.

E. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber subyek dari mana data dapat diperoleh. Sedangkan menurut Lexy J. Moeloeng, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumberdata tertulis, foto, dan statistik.⁸⁵ Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁸⁶

⁸⁵Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 157.

⁸⁶Sugiyono, *Penelitian Kualitatif*, 62.

Sumber data penelitian tentang Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi ini, dibedakan menjadi dua jenis sumber data :

1. Sumber data primer, yaitu orang-orang yang dijadikan sebagai subyek penelitian sebagaimana disebutkan pada bagian sebelumnya. Mereka yang hadir langsung pada saat peneliti melakukan wawancara ataupun observasi. Dalam hal ini sebagaimana yang dijelaskan diatas tentang informan dan alasannya. Seperti ketua Yayasan, Guru, Pengelola dan santri.
2. Sumber data sekunder, yaitu buku-buku, dan dokumentasi lembaga, yang mendukung dari data primer dan relevan dengan pokok permasalahan serta masih ada korelasinya dengan penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁸⁷ Untuk memperoleh data yang valid dan relevan dengan objek penelitian, maka peneliti menggunakan beberapa metode antara lain adalah sebagai berikut:

⁸⁷Sugiyono, *Penelitian Kualitatif*, 62.

1. Observasi

Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses psikologis dan biologis.⁸⁸ Pengumpulan data melalui observasi (pengamatan langsung) dibantu dengan alat instrumen. Peneliti secara langsung melihat dengan mata kepala sendiri apa yang terjadi, mendengarkan dengan telinga sendiri. Lihat dan dengar, catat apa yang dilihat, didengar termasuk apa yang ia katakan, pikirkan dan rasakan.

Observasi adalah merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif atau nonpartisipatif. Dalam observasi partisipatif (*participatory observation*), pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Sedangkan dalam observasi nonpartisipatif (*nonparticipatory observation*), pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis observasi langsung. Pengamatan dilakukan terhadap peristiwa yang ada untuk mengetahui manajemen radio dan program radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'I Genteng Banyuwangi, yaitu berupa perilaku karyawan dalam bekerja, bagaimana semangat kerjanya, bagaimana hubungan karyawan satu dengan yang lain, hubungan karyawan dengan pimpinan, kendala pengelolaan radio.

⁸⁸Usman & Akbar, *Penelitian Sosial*, 52.

2. Interview/wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁸⁹ Interview dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.⁹⁰

Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk menggali data tentang sejarah atau latar belakang berdirinya radio, letak geografis obyek penelitian, dan efektifitas penerapan manajaemen radio. Adapun instrumen pengumpulan datannya berupa pedoman wawancara terstruktur dengan mewawancarai penghuni Pondok Pesntren Imam Syafi'i, yaitu ketua yayasan, pengasuh, guru/ustadz, pengelola radio, dan santri/siswa.

3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain, adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.⁹¹ Metode ini digunakan untuk memperoleh data gambaran umum Manajemen Radio dan Program Dakwah, Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, yang berupa data tertulis seperti dokumen-dokumen radio,

⁸⁹Sugiyono, *Penelitian Kualitatif*, 72.

⁹⁰Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 218.

⁹¹Arikunto, *Prosedur Pnelitian*, 275.

misalnya: visi dan misi, struktur organisasi, keadaan pengelola radio, inventarisasi sarana dan prasarana, serta setandar kerja.

G. Analisis Data

Analisis data pada umumnya dimaksudkan untuk memaknai data yang berupa teks atau gambar. Usaha ini melibatkan segmentasi dan memilah-milah data (misalnya menguliti lapisan bawang) serta menyusun kembali.⁹² Analisis data dalam penelitian kualitatif akan berlangsung bersamaan dengan bagian-bagian lain dari pengembangan penelitian kualitatif, yaitu pengumpulan data dan penulisan temuan.⁹³

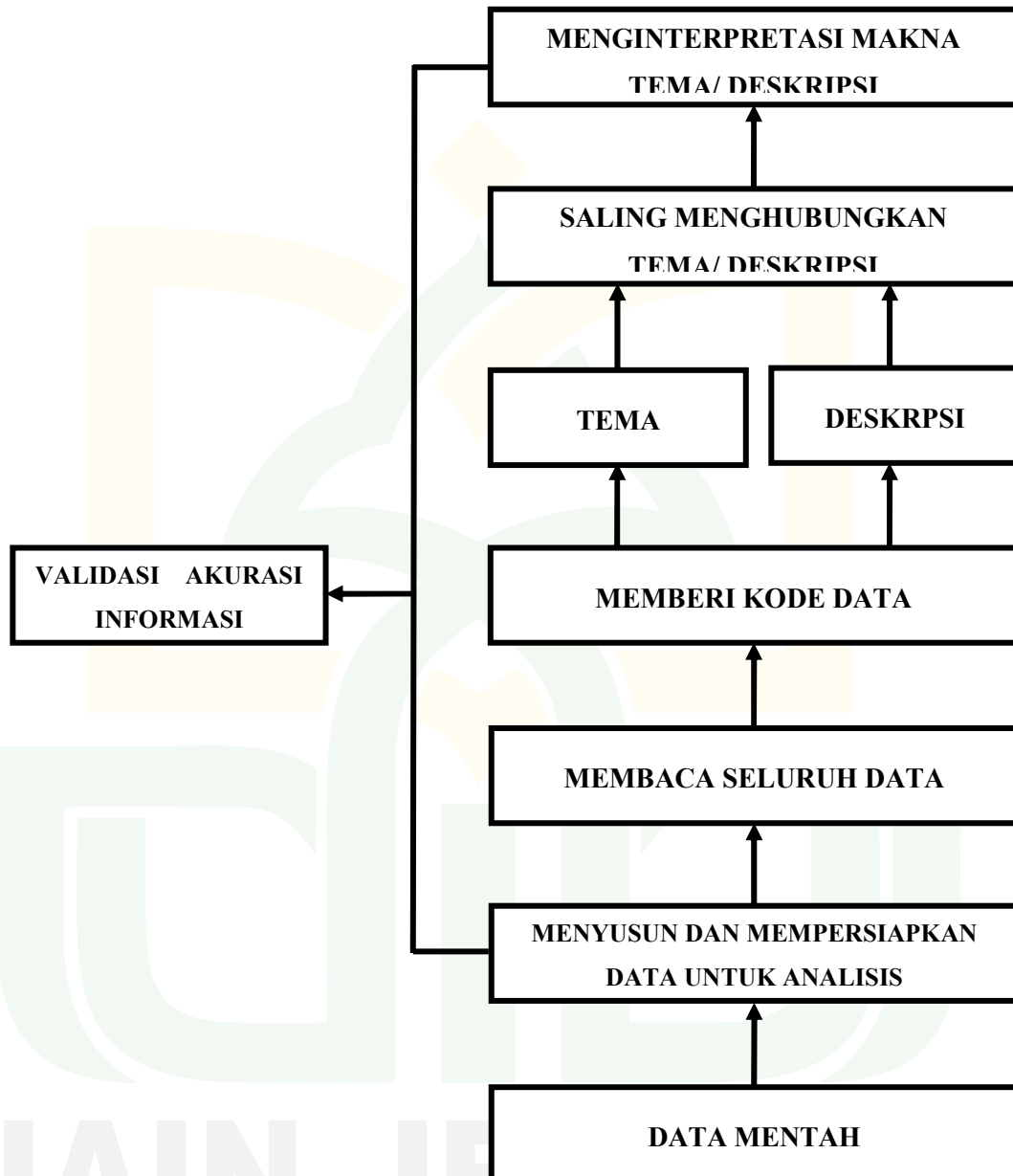
Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, untuk menganalisis data dalam rangka memudahkan memahami pengalaman yang berhubungan dengan Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Di Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi. Yakni untuk studi kasus seperti halnya etnografi analisisnya terdiri dari "deskripsi terinci" tentang kasus beserta settingnya. Apabila suatu kasus menampilkan kronologis suatu peristiwa maka menganalisisnya memerlukan banyak sumber data untuk menentukan bukti pada setiap fase dalam evolusi kasusnya. Terlebih lagi untuk setting kasus yang "unik", kita hendaknya menganalisa informasi untuk menentukan bagaimana peristiwa itu terjadi sesuai dengan setingnya.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Creswell, seperti digamabrakan pada gambar diagram alur berikut ini:

⁹²Creswell, *Research Design Qualitative*, 260.

⁹³Creswell, *Research Design Qualitative*, 260.

Gambar 3.1
Diagram alur analisis data menurut Creswell.⁹⁴



Gambar 2 diatas Mengilustrasikan pendekatan linier dan hierarkis yang dibangun dari bawah ke atas, tetapi dalam praktiknya saya melihat pendekatan ini lebih interaktif; beragam tahap saling berhubungan dan tidak

⁹⁴Creswell, *Research Design Qualitative*, 263

harus selalu sesuai dengan susunan yang telah disajikan. Pendekatan di atas dapat dijabarkan lebih detail dalam langkah-langkah analisis berikut ini:

Langkah 1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, men-*scanning* materi, menetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

Langkah 2. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan. Gagasan umum apa yang terkandung dalam perkataan partisipan? Bagaimana nada gagasan-gagasan tersebut? Bagaimana kesan dari kedalaman, kredibilitas, dan penuturan informasi itu? Pada tahap ini, para peneliti kualitatif terkadang menulis catatan-catatan khusus atau gagasan-gagasan umum tentang data yang diperoleh.

Langkah 3. Memulai *coding* semua data. *Coding* merupakan proses mengorganisasikan data dengan mengumpulkan potongan (atau bagian teks atau bagian gambar) dan menuliskan kategori dalam batas-batas. Langkah ini melibatkan pengambilan data tulisan atau gambar yang telah dikumpulkan selama proses pengumpulan, mensegmentasi kalimat (atau paragraf) atau gambar tersebut ke dalam kategori, kemudian melabeli kategori ini dengan istilah khusus, yang sering kali didasarkan pada istilah/bahasa yang benar-benar berasal dari partisipan (disebut istilah *in vivo*).

Langkah 4. Terapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting* (ranah), orang (partisipan), kategori, dan tema yang akan dianalisis.

Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai orang, lokasi, atau peristiwa dalam *setting* (ranah) tertentu. Peneliti dapat membuat kode-kode untuk mendeskripsikan semua informasi ini, lalu menganalisisnya untuk proyek studi kasus, etnografi, atau penelitian naratif.

Langkah 5. Tunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/ laporan kualitatif. Pendekatan yang paling populer adalah dengan menerapkan pendekatan naratif dalam menyampaikan hasil analisis. Pendekatan ini bisa meliputi pembahasan tentang kronologi peristiwa, tema tertentu (lengkap dengan beberapa subtema, ilustrasi khusus, perspektif, dan kutipan), atau tentang keterhubungan antartema.

Langkah 6. Langkah terakhir dalam analisis data adalah pembuatan interpretasi dalam penelitian kualitatif (*interpretation in qualitative research*) atau memaknai data. Mengajukan pertanyaan seperti “Pelajaran apa yang bisa diambil dari semua ini?” akan membantu peneliti mengungkap esensi dari suatu gagasan. Pelajaran ini dapat berupa interpretasi pribadi peneliti, dengan berpijak pada kenyataan bahwa peneliti membawa kebudayaan, sejarah, dan pengalaman pribadinya ke dalam penelitian. Interpretasi juga bisa berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literature atau teori. Dalam hal ini, peneliti menegaskan apakah hasil penelitiannya membenarkan atau justru menyangkal informasi sebelumnya. Interpretasi/ pemaknaan ini juga bisa berupa pertanyaan baru yang perlu dijawab selanjutnya: pertanyaan yang muncul dari data dan analisis, serta bukan dari hasil ramalan peneliti.

H. Keabsahan Data

Langkah selanjutnya adalah pemeriksaan keabsahan data. Untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).⁹⁵

Usaha peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan dalam penelitian ini, yaitu dengan melakukan pemeriksaan keabsahan data menggunakan kriteria teknik derajat kepercayaan (*credibility*). Penerapan kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) pada dasarnya menggantikan validitas internal dari nonkualitatif. Kriteria ini berfungsi: pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; kedua, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.⁹⁶ Dalam kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) ada tujuh teknik pemeriksaan: 1). Perpanjangan keikut-sertaan, 2). Ketekunan pengamatan, 3). Triangulasi, 4). Pengecekan sejawat, 5). Kecukupan referensi, 6). Kajian kasus negatif, dan 7). Pengecekan anggota.

Selanjutnya teknik pemeriksaan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data

⁹⁵Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 324.

⁹⁶Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 324.

yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data itu.⁹⁷ Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber, metode, penyidik, dan teori*.⁹⁸ Penelitian ini hanya menggunakan dua metode triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, dengan upaya yang dilakukan yaitu membandingkan hasil observasi dan wawancara.
2. Triangulasi teori yaitu berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.⁹⁹ Dengan upaya yang dilakukan yaitu membandingkan dengan teori-teori yang ada.

I. Tahap-Tahap Penelitian

Berdasarkan pendapat Stake (1995, 2005, dan 2006) dalam Creswell¹⁰⁰ menjelaskan proses penelitian studi kasus secara lebih sederhana dan praktis, adalah sebagai berikut:

1. Tahapan pertama yang harus dilakukan oleh peneliti adalah **menentukan apakah pendekatan penelitian kasus yang dipergunakan telah sesuai dengan masalah penelitiannya**. Penelitian studi kasus menjadi pendekatan yang baik adalah penelitian ini mampu menentukan secara jelas batasan-batasan kasusnya, dan memiliki pemahaman yang mendalam

⁹⁷Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 330.

⁹⁸Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 330.

⁹⁹Moleong, *Penelitian Kualitatif*, 331.

¹⁰⁰Creswell, *Research Design Qualitative*, 278.

terhadap kasus yang terjadi terhadap Manajemen Dakwah Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi

2. Peneliti **mengidentifikasi kasus atau kasus-kasus yang akan ditelitinya**. Kasus pada penelitian ini dapat diungkap melalui informan penelitian yang telah ditetapkan, beberapa individu. Untuk melakukan penelitian studi kasus, Creswell¹⁰¹ menyarankan peneliti untuk mempertimbangkan kasus-kasus yang berpotensi sangat baik dan bermanfaat. Kasus tersebut dapat berjenis tunggal atau kolektif; banyak lokasi atau lokasi tunggal, terfokus pada kasusnya itu sendiri atau pada isu yang ingin diteliti (*intrinsic* atau *instrumental*).
3. **Melakukan analisis terhadap kasus**. Analisis kasus dapat dilakukan dalam 2 (dua) jenis, yaitu analisis holistik (*holistic*) terhadap kasus, atau analisis terhadap aspek tertentu atau khusus dari kasus (*embedded*) (Yin, 2009).¹⁰² Melalui pengumpulan data, suatu penggambaran yang terperinci akan muncul dari kajian peneliti terhadap sejarah, kronologi terjadinya kasus, atau gambaran tentang kegiatan dari hari-ke hari dari kasus tersebut. Setelah menggambarkan secara holistik, kajian dilakukan lebih terperinci pada beberapa kunci atau kategori yang terdapat di balik kasus, yang dilakukan dengan maksud tidak untuk melakukan generalisasi, tetapi lebih banyak untuk mengungkapkan kompleksitas kasus. Caranya dapat dilakukan dengan mengkaji isu-isu yang membentuk kasus, yang diikuti dengan menggali kategori-kategori yang berada di balik isu tersebut.

¹⁰¹Creswell, *Research Design Qualitative*, 278.

¹⁰²Robert. K. Yin, *Case Study Research: Design and Methods* Fourth Edition. (London: SagePublication, 2009), 116.

4. Sebagai tahapan akhir analisis interpretif, peneliti **melaporkan makna-makna yang dapat dipelajari**, baik pembelajaran terhadap isu yang berada di balik kasus yang dilakukan melalui penelitian kasus instrumental (*instrumental case research*), maupun pembelajaran dari kondisi yang unik atau jarang yang dilakukan melalui penelitian studi kasus mendalam (*intrinsic case study research*). Penelitian ini akan mengungkap makna dalam proses wawancara mendalam, observasi dan dokumen yang menunjang. Menurut Lincoln dan Guba¹⁰³, tahapan ini disebut sebagai tahapan untuk menggali pembelajaran terbaik yang dapat diambil dari kasus yang diteliti. Penelitian dengan menggunakan pendekatan studi kasus, mengingat penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, memahami dan mendiskripsikan Manajemen Dakwah Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi digunakan pula orientasi teoritis dengan pendekatan teori.

Tujuan strategi atau pendekatan penelitian studi kasus adalah menggambarkan apa yang dialami oleh informan terkait dengan pengalaman-pengalaman yang mereka miliki terhadap kasus (Creswell)¹⁰⁴ dalam hal ini terutama pengalaman dalam mengelola Manajemen Program Dakwah Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

¹⁰³ Lincoln, Y.S. and Guba, E.G., *Naturalistic Inquiry*. (Baverly Hills, CA: Sage Publication, 1985), 203.

¹⁰⁴ Creswell, *Research Design Qualitative*, 58.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN ANALISIS

A. Paparan Data dan Analisis Data

1. Gambaran Umum Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi

Genteng adalah sebuah kecamatan yang memiliki komponen pelayanan publik yang lengkap. Mulai pelayan kesehatan, ibadah sampai keamanan masyarakat. Masyarakatnya pun beragam, meskipun Islam mayoritas. Namun paham dan organisasinya juga beragam. Ada organisasi Nahdlatul Ulama' dan juga salafi.

Di sana juga ada pondok pesantren yang menganut paham salafi. Pondok itu bernama Pondok Pesantren Imam Syafi'i. Gambaran aktivitas warga yang mengikat diri sebagai jemaah Salafi atau Salaf al-Shalih (para pendahulu yang saleh), yang mempraktikkan paham Hanbali, mazhab paling ketat dari empat mazhab hukum dalam Islam Sunni. Pengikutnya menjalankan contoh-contoh teladan Nabi Muhammad dan generasi pertama umat Islam. Ajaran Salafi dikembangkan oleh tiga pemikir klasik terkemuka di kalangan Wahabi. Mereka adalah Ibnu Taimiyah (1263-1328), Muhammad Ibnu Qayyim Al-Jauziyah (1292-1350), dan Muhammad bin Abdul Wahhab (1703-1792).

Satu siang awal Maret lalu, menjelang jam pulang sekolah, orang-orang lalu lalang di jalan disekitaran pondok pesantren. Beberapa kaum perempuan mengenakan nikab, pakaian terusan berwarna hitam hingga

pinggang dengan kain cadar menutupi wajah kecuali mata. Sedang kaum pria berjenggot dan bercelana cingkrang.

Pertimbangannya, radio merupakan media paling efisien dari sisi biaya sekaligus cocok untuk menysasar warga sekitar. Bermodal uang sekitar Rp3,5 juta, Radio Al-Hikmah mengudara untuk kali pertama, Maret 2005. Ketika itu semua masih serba sederhana. Alat pemancar dirakit sendiri. Studio siaran memanfaatkan salah satu ruangan Pesantren. Radius jangkauan siarannya pun hanya sekitar 5 kilometer. Rupanya kehadiran Radio Al-Hikmah mendapat respons positif masyarakat, demikian kata Bastomi. Warga yang semula antipati mulai datang mengikuti pengajian. “Dari yang tadinya benci, setelah ada radio, banyak yang tersadarkan bahwa dugaan mereka ini salah,” katanya.

Radio Al-Hikmah 98,8 FM merupakan radio komunitas pesantren yang dimiliki Pondok Pesanten Imam Syafi’I yang berada di bawah naungan yayasan Darun Najah Genteng Banyunwagi memiliki slogan “Menebar Sunnah, Menggalang Ukhuwah” yang tercermin pada karakter sebagai berikut :

- a. Memahami makna belajar sebagai proses yang tidak pernah berakhir dan menjunjung tinggi integritas intelektual.
- b. Memiliki semangat kemandirian.
- c. Membiasakan diri hidup dalam kesederhanaan.
- d. Memberikan manfaat bagi umat manusia.

- e. Mendorong dan memberdayakan masyarakat untuk mencapai kehidupan yang terbaik dengan dakwah.

2. Perkembangan Radio Al-Hikmah

Segmen Radio Al-Hikmah 98,8 FM adalah: seluruh lapisan masyarakat yang ada di bumi Banyuwangi, tidak mengenal usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan faktor ekonomi. Yang terpenting mampu membuat audiens terhibur, senang, suka dengan program dan mata acara yang disuguhkan atau disajikannya. Selain menjalankan aktifitas sehari-hari, orang biasa butuh informasi, dan ilmu pengetahuan. Radio Al-Hikmah 98,8 FM dengan program atau acara yang disajikan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan audiens, sehingga audiens tetapakan setiap ada jalur/gelombang radio Al-Hikmah 98,8 FM sebagai radio favoritnya. Target sebagai radio siaran komunitas yang dalam hal ini sudah tentu punya target khususnya dalam sapa audien mereka, dalam memilih target ini, Al-Hikmah 98,8 FM mempunyai target adalah orang dewasa dan orang tua, Program acara, Al-Hikmah 98,8 FM mencoba menyajikan program yang mampu mencapai target mereka, seperti program acara “kajian Ahlak”, acara ini mencoba untuk mencapai target yang diinginkan, sesuai dengan pesan-pesan dakwah yang disampaikan dengan gaya siaran penyiar yang khas, pemaparan yang jelas dan terarah.

3. Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi’i

Kajian-kajian keagamaannya di Masjid Nabawi, Madinah, selalu disiarkan langsung oleh Al-Hikmah setiap Minggu sore. “Kami live dari

Madinah. Ada yang terjemahkan ustaz kita.¹⁰⁵ Bastomi melihat salah satu kunci keberhasilan Al-Hikmah adalah konsistensi mereka berdakwah dengan pijakan Al-Quran dan Hadits. Mereka juga membuka sesi interaktif bagi para pendengar dengan para pembicara kompeten. Kebanyakan pembicara adalah para sarjana lulusan Madinah.

Aturan Ketat Siaran Sebagai radio dakwah, Al-Hikmah menerapkan aturan ketat dalam siarannya. Konten siaran hanya boleh berisi kajian agama, murotal (membaca) Quran, dan pembacaan Hadits. Pengelola melarang keras pemutaran lagu dan bunyi musik. Mereka meyakini musik haram dalam Islam. "Dosa memainkan alat musik," kata Bastomi, "setara dengan dosa berzina." Pengelola juga melarang perempuan ambil bagian dalam siaran. "Perempuan itu gambar setan. Membelakangi setan, menghadap setan."¹⁰⁶ Tak cuma itu, Al-Hikmah juga selektif menentukan narasumber. Bastomi mengatakan, dari sekitar 10 narasumber yang dimiliki Al-Hikmah pada awal siaran, delapan di antaranya pernah menimba ilmu di Madinah. Mereka dipilih berdasarkan hasil rekomendasi sesama narasumber. "Kami harus sepakat ustaz itu harus bagus. Ente kalau benerin komputer saja ke ahlinya, masak urusan agama asal-asalan," ujar Bastomi. Dituduh Corong Wahabi Sikap saklek pengelola Al-Hikmah dalam menerapkan aturan siaran membuat mereka kerap mendapat pelbagai label. Salah satunya dilabeli "radio corong Wahabi" yang didanai Arab Saudi. Menurut Bastomi, tuduhan ini tidak

¹⁰⁵ Bastomi, *Wawancara, Genteng*, 17 Juni 2017

¹⁰⁶ Bastomi, *Wawancara, Genteng*, 17 Juni 2017

berdasar. Ia mengatakan, hingga sekarang tidak ada sepeser pun dana asing yang masuk melalui Al-Hikmah, termasuk dana dari Saudi. Siaran-siaran Al-Hikmah, kata Bastomi, bisa bertahan berkat sumbangan pendengar. Ajakan menyumbang diumumkan melalui radio maupun teks berjalan di stasiun Al-Hikmah. Sumbangan dibagi dalam empat kategori: Rp50 ribu, Rp100 ribu, Rp200 ribu, dan suka rela. Bastomi mengatakan, dalam sebulan, Al-Hikmah bisa menerima uang sekitar Rp150 juta.

Dari sumbangan inilah mereka menjalankan operasional harian tanpa iklan. “Itu yang bikin saya sakit hati. Al-Hikmah dibilang radio corong Wahabi. Dana Al-Hikmah dibiayai oleh Arab. Tulis: tidak ada bantuan dari luar negeri.¹⁰⁷ Tuduhan sebagai radio kaum Wahabi juga datang karena pengurus Al-Hikmah menolak Maulid Nabi Muhammad, Isra Mikraj, dan tahlilan bagi orang meninggal. Bastomi mengaku heran dengan tuduhan tersebut dan baginya itu tidak masuk akal. Sebab, ujarnya, penolakan terhadap maulid dan Isra Mikraj juga dilakukan sejumlah ormas Islam besar lain di Indonesia. “Tidak boleh maulid Nabi dan Isra Mikraj bukan kami saja. Muhammadiyah dan Persis juga begitu,” katanya, merujuk dua organisasi Islam di Indonesia yang berdiri pada awal abad 20. (Baca: Cap Wahabi dan Dinamika yang Tidak Hitam-Putih) Kendati begitu, Bastomi membagi sedikit pandangannya mengenai gerakan Wahabi dan Salafi. Menurutnya, jika yang dimaksud sebagai Wahabi adalah gerakan Islam yang berpedoman pada Al quran dan

¹⁰⁷ Bastomi, *Wawancara, Genteng*, 17 Juni 2017

Sunah sebagaimana diinisiasi oleh Muhammad bin Abdul Wahhab, Al-Hikmah tidak keberatan dengan tuduhan itu. “Muhammad bin Abdul Wahhab pendiri di zaman Raja Saud. Itu yang berjuang untuk tauhid. Itu benar. Kalau kami dinisbatkan ke itu, saya bangga karena dia tauhidnya bagus,” ujarnya. Abdul Wahhab meletakkan paham Wahabisme, doktrin keagamaan resmi Saudi, saat beraliansi dengan Muhammad bin Saud (1710-1765), pangeran lokal di Najd, yang mendirikan negara Saudi pertama pada 1744. Wahabisme menekankan kemurnian ajaran Islam dan melarang praktik atau tradisi masyarakat setempat.

Bastomi tidak keberatan jika Al-Hikmah dianggap kelompok Salafi, yang berarti mengikuti sahabat generasi pertama Rasulullah. “Kalau menisbatkan agama ke mereka kan bagus. Orang-orang terdahulu. Salafi kan bukan organisasi. Itu mah cuma penisbatan saja,” katanya. Pengelola Al-Hikmah tak ambil pusing atas pelbagai tuduhan terhadap mereka. Bastomi mengatakan, Al-Hikmah hanya bertugas menyampaikan "apa Islam yang menurut mereka benar." Dari situ, katanya, masyarakat bisa menilai apakah siaran yang dilakukan Al-Hikmah sesat atau tidak. Menurut Bastomi, penolakan terhadap dakwah Al-Hikmah tidak melulu dilandasi alasan teologis. Kadang ada juga faktor ekonomi. Ia mencontohkan dakwah Al-Hikmah menentang Maulid Nabi Muhammad, Isra Mikraj, tahlilan yang berpotensi mengganggu para ustaz yang biasa mendapat bayaran dari acara tersebut. “Marah kan mereka. Bisa enggak ngebul dapur. Nah, bagi mereka, radio itu seperti

monster,” ujarnya. Al-Hikmah menentang kekerasan atas nama Islam. Menurut Bastomi, bom bunuh diri itu haram hukumnya karena tidak sesuai dengan tuntunan Alquran dan sunah. Pandangan ini juga disampaikan Al-Hikmah dalam program mutiara hadis. “Bahwa bom bunuh diri bukan jihad,” ujarnya. Saat ini sinisme masyarakat sekitar terhadap aktifitas dakwah Al-Hikmah sudah semakin berkurang. Dalam radius 1 kilometer, Bastomi memperkirakan, tak banyak lagi masyarakat yang memandang Al-Hikmah sebagai aliran sesat.

Bahkan kantor polisi terdekat kerap mengundang salah seorang ustaz dari Al-Hikmah untuk mengisi materi keagamaan. “Ada yang semakin benci. Ada yang semakin jatuh cinta. Tujuan kami hanya untuk dakwah yang berdasarkan Alquran dan hadis,” katanya. Alif, 40 tahun, Ia mengatakan masyarakat tidak mempersoalkan dakwah Al-Hikmah. Sebaliknya, masyarakat justru merasa terbantu dengan kehadiran Al-Hikmah. “Alhamdulillah adanya Masjid Al-Hikmah masyarakat merasakan manfaatnya. Misalnya ada sumbangan bansos,” ujarnya. Perbedaan pandangan (khalafiyah) mengenai ibadah seperti merayakan maulid, Isra Mikraj, dan tahlilan tidak membuat masyarakat antipati. Ini karena, menurut Alif, meski pihak Al-Hikmah tidak sepakat dengan tradisi keagamaan tersebut lazim dilakukan oleh mayoritas muslim Sunni dari kalangan Nahdlatul Ulama, mereka tidak mempersoalkannya.

Programnya ngaji mulai dari fikih, tauhid, tajwid, bahasa Arab, dan baca Alquran. Semua diminati pendengar. Kalau dari pertanyaan,

yang banyak soal permasalahan keluarga. Biasanya hari Selasa. Bersama ustaz Kholid Samhudi lulusan Madinah,” ujar Bastomi,¹⁰⁸ direktur utama Radio Al-Hikmah. Muhammad Ikhwanudin, penyiar Radio Al-Hikmah, mengatakan program favorit di Al-Hikmah adalah pembahasan kitab yang disebut kajian subuh. Kitab yang dibahas di antaranya Sahih Bukhari (kitab koleksi hadis yang disusun Imam Bukhari), silsilah hadis sahih, Matan Abu Syuja (kitab fikih ringkas karya Abu Syuja, ahli fikih dari mazhab Syafi'i).

Saat kali pertama Al-Hikmah mengudara, ujar Ikhwanudin, tak ada penyiar maupun narasumber yang dibayar. “Malah masing-masing mengeluarkan kemampuan dari harta maupun skill. Kita perlu profesional baru bikin pengkajian.¹⁰⁹ Tidak semua mereka yang bekerja di Al-Hikmah mengandalkan pemasukan dari siaran. Ada sebagian orang Al-Hikmah yang bekerja sebagai karyawan, pedagang, dan guru. “Saya pedagang baju busana Muslim.¹¹⁰ Terlepas dari bermacam tuduhan yang dialamatkan kepada pihak Al-Hikmah, Ikhwanudin mengatakan tidak ada yang salah dalam dakwah. Menurutnya, kalau pun ada kesalahan, itu datang dari pendakwah bukan dari apa yang didakwahkan. “Namanya dakwah, ada yang suka dan tidak. Itu sudah lumrah,” ujarnya.

B. Temuan Penelitian

Radio adalah media paling tepat untuk berdakwah karena radio mudah dibawa kemana saja dan bisa didengar oleh setiap kalangan, adapun

¹⁰⁸ Bastomi, *Wawancara, Genteng*, 17 Juni 2017

¹⁰⁹ Bastomi, *Wawancara, Genteng*, 17 Juni 2017

¹¹⁰ Bastomi, *Wawancara, Genteng*, 17 Juni 2017

keunggulan berdakwah melalui radio yaitu dapat mengembangkan dakwah bermacam-macam cara, yang pertama berdakwah melalui kata-kata mutiara, yang kedua berdakwah dengan menggunakan murotal alquran, santapan rohani dan masih banyak yang lainnya. Dan kelebihan yang lainnya radio dapat didengar dimana saja bisa di rumah, kebun, kantor, perjalanan, dan lain-lain. Di radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai motto “menebar sunnah menjalik ukhuwah, radio Dakwah Al-Hikmah mengikuti kemajuan jaman untuk itu menyajikan konten konten yang terbaru, yang diminati oleh khalayak khususnya, kalangan tua, dan menyajikan program-program dakwah dengan menggunakan tata bahasa yang khas, serta memberikan nuansa dakwah yang berbeda dari radio lainnya.

Radio di Banyuwangi sudah banyak tetapi saya melihat dari radio-radio yang bernuansa Islam sangat sedikit, kebanyakan hanya menyajikan hiburan dan informasi, yang membedakan radio Dakwah Al-Hikmah dengan radio lainnya yaitu Dakwah Al-Hikmah menyajikan program siaran dakwah radio dakwah Al-Hikmah mewajibkan kepada penyiarinya agar menyisipkan unsur dakwah disetiap melakukan siaran.

Radio Dakwah Al-Hikmah memiliki agenda kerja, jika radio ini tidak memiliki agenda kerja maka akan sulit untuk mencapai target, untuk kemajuan perusahaan harus mempunyai agenda kerja yang dimana agenda kerja ini menentukan maju-mundurnya perusahaan.

Agenda kerja yang telah disusun untuk 5 tahun kedepan yaitu, yang tahun pertama berusaha dikenal, dengan sajian-sajian program yang diramu

semenarik mungkin radio Dakwah Al-Hikmah mencoba merebut hati pendengar dikota Banyuwangi dan sekitarnya. Pada tahun pertama juga diberikan pembinaan tenaga penyiaran, tenaga pemasaran serta staf lainnya. Tahun kedua dan tahu ke tiga, berusaha untuk dikenal dan terkenal, hal ini diupayakan dengan memperbaiki serta terus mengevaluasi berbagai program yang telah berjalan ditahun pertama dan tahun kedua. Tahun keempat, dengan menerapkan konsep dikenal dan terkenal. Tahun kelima, evaluasi program dan pengelolaan pemasaran untuk meningkatkan daya saing ditengah radio lokal.

Radio Dakwah Al-Hikmah tentang pengelolaan yang diterapkan dalam mewujudkan program siaran dakwah terlebih dahulu harus direncanakan dengan baik. Pengelolaan yang diterapkan oleh radio Dakwah Al-Hikmah adalah dari segi teknis atau peralatan semaksimal mungkin, memperluas jangkauan siaran, meninggikan tower, serta melengkapi sarana studio, semaksimal mungkin menggunakan SDM yang berkualitas. Perencanaan dalam sebuah pengelolaan sangat dibutuhkan. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah berusaha dikenal, dengan memberikan program-program semenarik mungkin, berusaha merebut hati pendengar. Langkah selanjutnya menjadikan radio Dakwah Al-Hikmah terkenal dikalangan masyarakat khususnya masyarakat Banyuwangi.

Hubungan dengan karyawan berlangsung baik, antara pimpinan dengan bawahan saling memberikan motivasi, saling menghargai, saling mendukung, memberikan contoh sesuai visi dan misi. dan melakukan kerja

sama dimana setiap satu bulan diadakan *brifing* yang bertujuan mengevaluasi kerja, dari karyawan memberikan ide-ide cemerlang untuk perencanaan kerja kedepan.

Perkembangan sebuah perusahaan maka radio Dakwah Al-Hikmah harus memiliki SDM yang memadai, demi kemajuan perusahaan untuk kedepannya maka dari itu, radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai kriteria khusus untuk menjadi penyiar di radio Dakwah Al-Hikmah, setelah memenuhi kriteria radio Dakwah Al-Hikmah juga.

Untuk menjadi penyiar Dakwah Al-Hikmah harus memenuhi kriteria khusus yaitu:

1. Beragama Islam
2. Mempunyai sifat dan hati muslim
3. Mempunyai pengetahuan luas tentang agama Islam

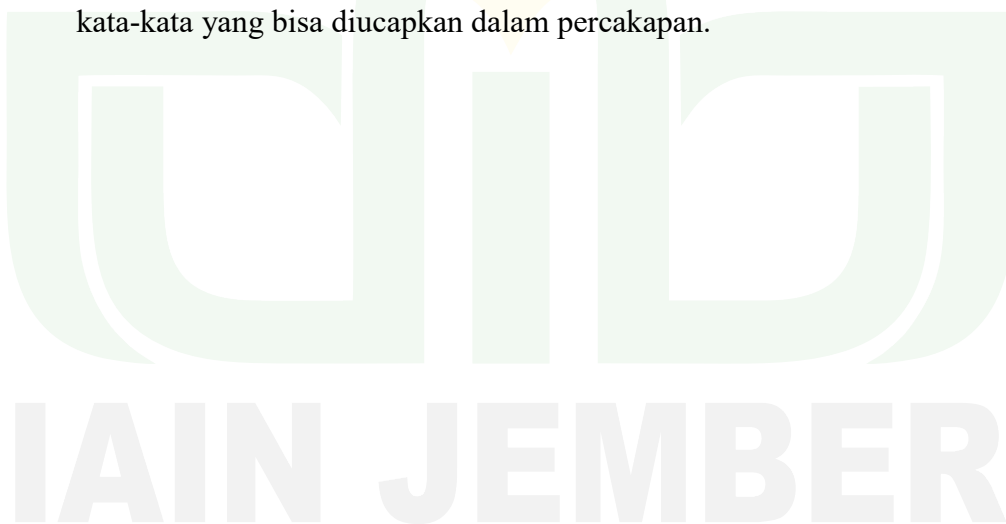
Program yang disajikan oleh radio Dakwah Al-Hikmah yang disajikan masih diseleksi untuk diputar, supaya tidak melanggar syariat Islam, maka sebelum melakukan pemutaran lagu harus menyeleksi lagu-lagu yang pantas untuk diputar Hasil wawancara penulis dengan Pak Alif, pengelolaan lebih mendidik para anak muda Islami, karena radio Dakwah Al-Hikmah berorientasi kedakwah dan kependidikan, program dikemas secara apik, ringan dan bersahabat agar yang mendengarkan tidak mudah bosan dan monoton. Program siaran bersifat permanen, dengan program siaran yang bersifat permanen, dan banyaknya audiens yang memberikan masukan. Alif,

mengatakan alhamdulillah sejauh ini lancar. Pengelolaan yang diterapkan oleh radio dakwah Al-Hikmah telah sesuai dengan program yang di susun

Pengelolaan untuk menjadi penyiar yang baik:

1. Memahami bahan yang akan disiarkan
2. Memahami tujuan siaran
3. Latihan fokal dan artikulasi yang baik.
4. Fokus (memfokuskn diri dalm penyiaran)
5. Memilih lagu yang tepat, yang akan di putar saat siaran.

Pengelolaan untuk menjadi penyiar yang baik yaitu harus lancar berbicara, didepan *microphone* atau didalam ruang siaran, kemampuan spoken reading yakni membaca naskah siaran seperti bertutur atau tidak membaca naskah. Kemampuan menulis naskah siaran dengan menggunakan kata-kata yang bisa diucapkan dalam percakapan.



BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang telah penulis lakukan terkait dengan rumusan masalah Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, dan telah terurai pada bab sebelumnya, maka dapat penulis simpulkan:

1. Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, terbagi menjadi dua jenis: 1. Program Harian (Kajian Pagi, Salam Sapa Pendengar, Kajian Jelang Siang, Jeda dan Murottal, Kajian Siang, Kajian Sore, Request Jeda dan Murottal, Kajian Malam, Dzikir Pagi, Sore dan Malam, Jeda & Ceramah Singkat) 2. Program Mingguan (Live Kajian Ahad Sore, Live/ Rilae Kajian Dauroh, Live Kajian Bersama Artivisi Senin Malam, Hallo Dokter)
2. Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, penulis menganalisis berdasarkan data yang telah penulis dapatkan bahwa Radio dakwah Al-Hikmah sudah memiliki pengelolaan yang baik. Sedangkan berdasarkan teori serta konsep operasional yang telah penulis paparkan dalam Bab I dan Bab V bahwa pengelolaan adalah penyelenggaraan atau perumusan agar sesuatu yang dikelola dapat berjalan lancar, efektif dan efisien dimana pengelolaan program siaran dakwah di Radio dakwah al hikmah, berdasarkan indikator-indikator dalam konsep operasional. Berdasarkan teori tersebut

maka penulis menyimpulkan bahwa pengelolaan program siaran dakwah di Radio dakwah Al-Hikmah Banyuwangi sudah memiliki pengelolaan yang baik. Radio dakwah Al-Hikmah dalam pengelolaan program siaran dawah telah memiliki sistem rencana kerja yang bersifat jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek. Kemudian pengelolaan yang digunakan perlu dilihat dari teknis atau peralatan dan pelaksanaan yaitu kalau diperalatan dengan memberi jangkauan siaran dan menambah frekuensi, dan pengelolaan selanjutnya yaitu memberikan pendidikan pada anak-anak muda, dan program yang akan disiarkan dikemas secara apik supaya audien tidak mudah bosan dan monoton. Penyiar radio Radio dakwah Al-Hikmah memiliki pengelolaan untuk menjadi penyiar yang baik yaitu memahami makna penyiaran, lancer berbicara dengan kualitas vokal yang baik, memahai naskah, memiliki kemampuan membaca naskah sehingga terdengar seperti bertutur kata atau tidak membaca naskah, memiliki kemampuan menulis naskah dengan menggunakan kata-kata yang biasa diucapkan/bahasa sehari-hari, dan berusaha menarik hati audiens dengan cara intonasi,

- a. Radio dakwah Al-Hikmah telah menggunakan peralatan yang memadai dalam melakukan penyiaran dakwah yaitu dengan menambah jangkauan siaran dengan cara penambahan frekuensi.
- b. Radio dakwah Al-Hikmah dalam mengkomunikasikan pesan-pesan dakwahnya telah menggunakan metode-metode dakwah yang baik

dengan tidak mengabaikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman berdakwahnya.

- c. Radio dakwah Al-Hikmah juga telah menghasilkan program-program siaran dengan format 100% Islami dan tidak mencampur baurkan antara hak dengan yang bathil tetapi sebaliknya, radio dakwah Al-Hikmah selalu tetap pada visi dan misi dakwahnya
3. Sedangkan faktor yang mempengaruhi pengelolaan program dakwah diradio dakwah Al-Hikmah ada 2 faktor yaitu :
 - a. Faktor Pendukung.
 - 1) Radio dakwah Al-Hikmah telah banyak memiliki program dakwahnya.
 - 2) Persiapan penyiaran yang dilakukan oleh radio dakwah Al-Hikmah telah sesuai dengan metode yang sebaik-baiknya.
 - b. Faktor Penghambat Yang menjadi faktor penghambatnya adalah :
 - 1) Kondisi cuaca yang buruk membuat program siaran terganggu
 - 2) Jangkauan frekuensi hanya sampai pada Banyuwangi saja
 - 3) Dana yang kurang memadai.

B. Saran-saran

1. Adanya penelitian ini diharapkan radio dakwah Al-Hikmah mampu menciptakan hubungan kerja sama dengan pihak yang lain
2. Radio radio dakwah Al-Hikmah perlu lebih meningkatkan kualitas penyiaran melalui pendidikan dan pelatihan dan jika memungkinkan adanya penambahan karyawan yang lebih profesional

3. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan kualitas radio dakwah Al-Hikmah sehingga mencapai prestasi dengan menambahnya jumlah khalayak atau pendengarnya dari sebelumnya sedikit menjadi lebih banyak.
4. Radio Al-Hikmah perlu lebih memperhatikan pentingnya struktur.



BAB V

PEMBAHASAN

A. Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

Pada pembahasan bab sebelumnya telah dipaparkan tentang bagaimana pengelolaan program siaran dakwah di Dakwah Al-Hikmah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Untuk langkah selanjutnya adalah memberikan suatu analisis berkaitan dengan data yang sudah disajikan.

Harold Koontz dan Cyril O'Donnel membagi lima fungsi manajemen, mencakup : (1) *planning* (perencanaan); (2) *Organizing* (pengorganisasian); (3) *staffing* (penentuan staf); (4) *directing* (pengarahan) dan (5) *controlling* (pengawasan).¹¹¹

1. *Planning* (Perencanaan)

Berdasarkan data yang penulis dapatkan bahwa radio Dakwah Al-Hikmah adalah radio yang dibawah naungan pondok pesantren, dengan tujuan memberikan wawasan pada masyarakat tentang agama Islam, bukan hanya itu saja radio Dakwah Al-Hikmah juga mengajak berpikir kreatif dan berwawasan global. Sebuah media yang paling tepat untuk berdakwah adalah media radio, karena radio adalah media yang mempunyai kelebihan, yaitu radio bisa dibawa kemana saja, bisa didengar dimana saja.

¹¹¹ Rusman, Manajemen Kurikulum, Cet.1 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 122.

Radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai ciri khas tersendiri yang membedakan radio Dakwah Al-Hikmah dengan radio lainnya. Namun pada dasarnya radio-radio yang ada di Banyuwangi itu sama sebagai media hiburan dan informasi. Radio Dakwah Al-Hikmah lebih menitik beratkan pada segi program siaran dakwah sedangkan dalam penyajian program penyiar Dakwah Al-Hikmah diwajibkan menyelipkan unsur dakwah dalam penyiarannya.

Melihat pengelolaan radio Dakwah Al-Hikmah sebagaimana telah dipaparkan pada bab sebelumnya penyajian data maka radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai pengelolaan khusus, dari segi teknis memperluas jangkauan siaran, memperluas frekuensi, dan bukan hanya dari segi teknis, adapun pengelolaan yang lainnya yaitu radio Dakwah Al-Hikmah lebih dikenal, memberikan program-program semenarik mungkin dan berusaha merebut hati audiens. Radio Dakwah Al-Hikmah memang merupakan radio dakwah, yang mana memiliki pengelolaan tersebut disebabkan oleh militansi para Insan dakwah agar bisa mempertahankan identitas komunitas umat Islam. Jadi yang dilakukan oleh radio Dakwah Al-Hikmah adalah suatu upaya yang dilakukan untuk menampilkan identitas Islam. Tentunya dengan melalui media massa, khususnya radio.

Berdasarkan hasil wawancara sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, adapun upaya atau pengelolaan yang dilakukan oleh radio Dakwah Al-Hikmah adalah pengelolaan program siaran dakwah dengan melalui tahapan perencanaan dimana langkah-langkah

yang dilakukan antaranya dengan menetapkan target dan membuat standar program.

Dilihat dari agenda kerja yang dilakukan oleh Dakwah Al-Hikmah dalam merencanakan pengelolaan memang mempunyai agenda kerja yang bersifat jangka panjang, menengah dan jangka pendek yaitu mengenalkan radio Dakwah Al-Hikmah ketengah masyarakat dan mendapat tempat hati khalayak, kemusiaan itu semua sesuai dengan visi dan misi yang menjadi radio terpercaya dimata masyarakat, dunia usaha dan pemerintah selain menyajikan hiburan efektif. Mengajak orang berfikir kreatif, ikut membentuk bangsa berperilaku lokal, berpikiran nasional serta paling utama yang ingin dicapai yaitu mengantarkan misi dakwah. Agenda kerja radio Dakwah Al-Hikmah sesuai dengan teori pengelolaan. Untuk menghasilkan pengelolaan atau rencana-rencana dapat dilihat dari beberapa sisi penting, yaitu dari segi pengelolan dan oprasional.

a. Perencanaan jangka panjang

Perencanaan jangka panjang ini membutuhkan waktu yang sangat lama yaitu 25 tahun, masih jarang sekali radio komunitas yang berani menempatkan arahnya untuk 25 tahun kedepan.

b. Perencanaan jangka menengah

Perencanaan jangka menengah ini memiliki jangkauan waktu sekita 3-5 tahun kedepan.

c. Perencanaan jangka pendek

Perencanaan jangka pendek ini biasanya memiliki jangkauan waktu satu tahun, bahkan jangkauan ini dapat dibuat dalam jangkauan waktu bulanan, kwartalan atau tengah tahunan.

Radio Dakwah Al-Hikmah dalam melakukan pengelolaan yang paling diutamakan dari segi teknik atau peralatan dimana mereka berusaha maksimal mungkin memperluas jangkauan siaran dengan menambah daya atau watt, setelah itu perlu dilihat dari segi pelaksanaan semaksimal mungkin menggunakan SDM yang berkualitas, karena hal ini sangat penting dalam melakukan strategi yang baik dari sebuah radio komunitas. Untuk mendukung program-program acara yang digelar. Kemudian perlu juga mengadakan kerja sama dengan radio komunitas lain.

Dengan berpedoman kedua belah pihak saling menguntungkan. pengelolaan yang dilakukan bukan hanya meningkatkan teknisi tetapi juga memberikan pendidikan pada anak-anak muda tentang Islam, radio Dakwah Al-Hikmah menyediakan program-program dakwah yang bertujuan untuk menambah wawasan tentang agama Islam kepada audiens. Dan setiap program yang disiarkan terlebih dahulu dikemas dengan apik agar tidak monoton. Penyiar Dakwah Al-Hikmah juga memiliki pengelolaan untuk menjadi penyiar yang baik, adapun pengelolaan yang dilakukan yaitu, memahami makna penyiaran, lancar berbicara dengan kualitas vokal yang baik, memahami naskah, memiliki

kemampuan membaca naskah sehingga terdengar seperti bertutur kata atau tidak membaca naskah, memiliki kemampuan menulis naskah dengan menggunakan kata-kata yang biasa diucapkan/bahasa sehari-hari, dan berusaha menarik hati audiens dengan cara intonasi adalah nada suara, irama bicara cepat dan lambat atau alunan nada dalam melafalkan kata-kata.

Radio Dakwah Al-Hikmah juga menjalin hubungan baik sesama rekan kerja, dimana setiap bulannya diadakan brifing guna mengevaluasi kerja dari masing-masing karyawan dan membicarakan rencana-rencana kerja selanjutnya untuk kedepan, dan untuk menyampaikan pesan yang harus dilancarkan secara efektif, agar apa yang ingin disampaikan dengan baik dan dimengerti oleh komunikan agar tidak terjadi kesalah pahaman.

Radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai kriteri khusus untuk menambah SDM, radio komunitas yang bisa berkembang karena mempunyai SDM yang sesuai, maka radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai criteria khusus untuk menjadi penyiar semua itu untuk perkembangan sebuah radio komunitas. Untuk menjadi penyiar Dakwah Al-Hikmah harus memenuhi kriteria khusus yaitu:

- a. Beragama Islam
- b. Mempunyai sifat dan hati muslim
- c. Mempunyai pengetahuan luas tentang agama Islam Berdasarkan penjian data yang telah di sajikan program-program yang disiarkan radio Dakwah Al-Hikmah menyeluruh bernunasa dakwah.

2. *Organizing* (pengorganisasian)

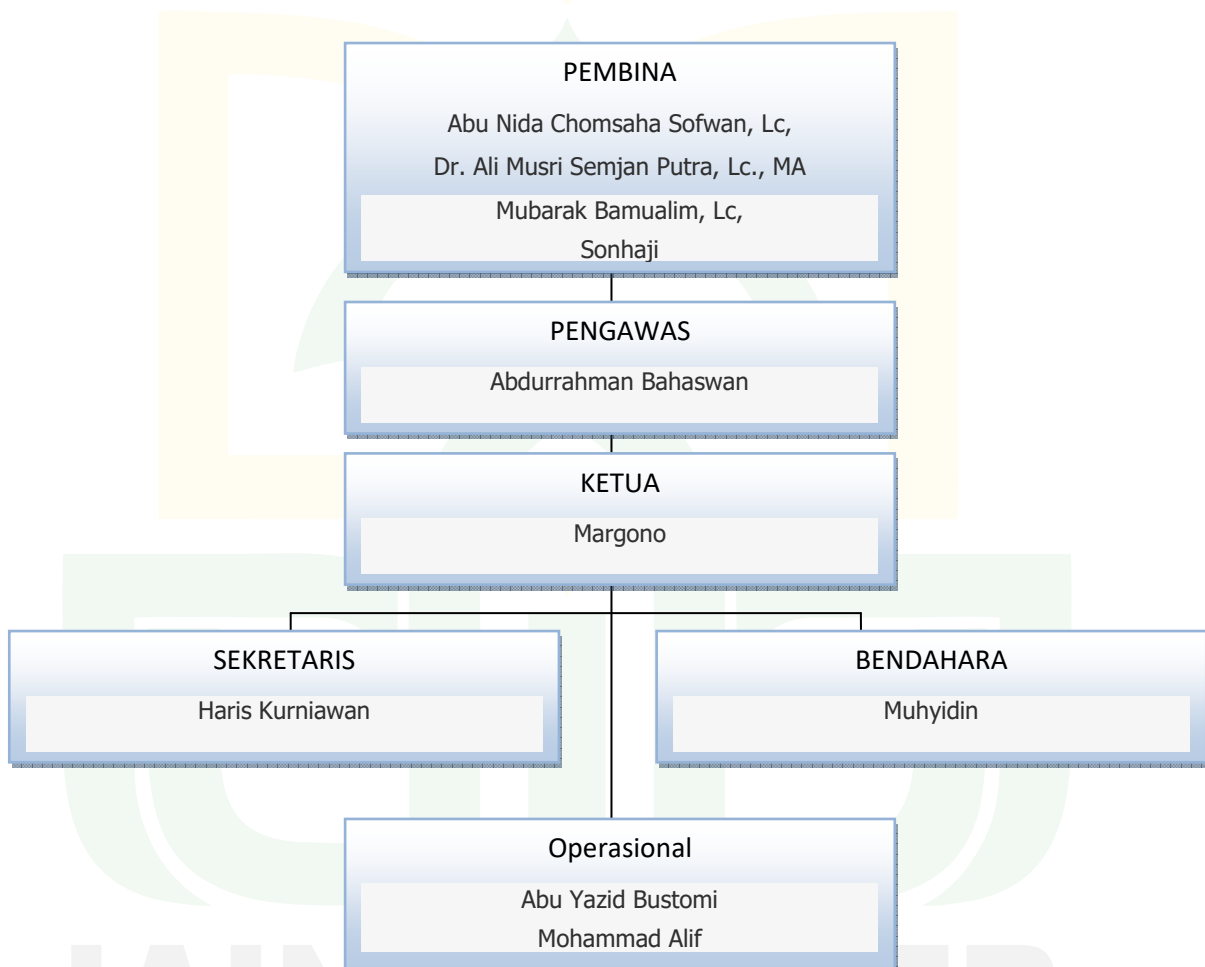
Fungsi *organizing* (pengorganisasian) pada radio dakwah al-hikmah pondok pesantren Imam Syafi'i yaitu untuk mengatur cara kerjanya pembagiannya. Sebagaimana yang disebut oleh Morisson bahwa Pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggungjawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.¹¹² Dalam hal ini, Pondok pesantren Imam Syafi'i tidak hanya memiliki Radio namun juga ada beberapa lembaga yang harus dibina. Sehingga fungsi pengorganisasian sangat esensial.

Struktur organisasi Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i, secara khas memiliki struktur tersendiri dan sederhana. Karena memang tidak ada aturan yang mengikat dalam bentuk struktur harus seperti apa. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda beda satu dengan lainnya, bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyiarannya tidak memiliki struktur organisasi persis sama. Perbedaan ini disebabkan oleh perbedaan skala usaha atau besar kecilnya stasiun penyiaran. Radio Al-Hikmah dengan tingkat jangkauannya sampai dengan 50 KM ditambah dengan streaming online dimana para pendengar dapat mendengarkan dari manapun, yang terpenting memiliki jaringan internet.

¹¹² Morisson. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi (Media Grafika 77.2008) Hal. 151

Skala ini juga termasuk skala sedang dalam produksinya. Jika dilihat dari jarak jangkauannya.

Setiap bagian dari struktur organisasi itu harus memiliki paparan kerja atau job description yang jelas. Sebagaimana struktur organisasi yang telah disusun oleh radio al-Hikmah, diantaranya



Pimpinan tertinggi suatu stasiun penyiaran biasanya disebut general manager (manajer umum), pada stasiun besar berskala nasional, pimpinan tertinggi ini juga direktur utama. Pada Radio al-Hikmah dipimpin oleh pemilik radio tersebut. Ini menjadi kelebihan radio al-

Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i. Hal ini dimungkinkan karena ia tidak harus berembuk dengan siapa pun. Namun demikian, dalam mengelola stasiun penyiaran yang baik, maka pembicaraan atau rembukan yang melibatkan berbagai bagian atau unit lain sangat dibutuhkan dalam menunjang perkembangan perusahaan.

3. *Staffing* (Penentuan Staff)

Menurut R. Duane dan J. Clifton (1989;p. 239) staffing merupakan proses formal dari memastikan bahwa organisasi mempunyai sumber daya berijazah atau memenuhi syarat untuk mendekati tujuan, dan mewakili sumber hidup dari setiap perusahaan. Proses ini juga dilakukan oleh Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i. Mulai dari penyeleksian rekrutmen tenaga dan pengelola radio sampai penyiar.

Adapun rincian dari proses staffing sebagaimana berikut :

a. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Menurut hasil¹¹³ wawancara rencana sumber daya manusia (SDM) dalam perekrutan pengurus maupun anggota dengan cara dipilih langsung oleh ketua yayasan pondok pesantren Imam Syafi'i

Genteng. Ada dua perencanaan dalam rekrutmen SDM :

1) Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kebutuhan SDM terhadap pengolahan radio al-Hikamah. Agar dalam merekrut SDM sesuai dengan kemampuan keuangan

¹¹³ Wawancara salah satu pengelola Alif radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Genteng

manajemen radio. Selain itu juga agar menghindari dari overloud pemakaian SDM.

2) Pengembangan tawaran sumberdaya personalia

Setelah dianalisis tentang kebutuhan personalia kemudian dikembangkan dengan menawarkan hasil musyawarah kepada ketua yayasan Pondok Pesantren Imam Syafi'i Gneteng. Tawaran tersebut tidak langsung diajukan kepada ketua yayasan namun dirembuk dulu sesama pengurus, jika memang benar benar terdesak dibutuhkan pengembangan personalia.

b. Penarikan (*recruitment*)

Berkenaan dengan pencarian dan penarikan tenaga kerja potensial dalam jumlah yang tepat dan dengan kemampuan untuk mengisi suatu jabatan tertentu yang akan diseleksi untuk memenuhi kebutuhan organisasi. Penarikan menyangkut usaha untuk memperoleh karyawan dalam jumlah yang tepat dengan kemampuan-kemampuan yang dibutuhkan untuk mengisi jabatan-jabatan yang tersedia.

Metode yang digunakan untuk penarikan tenaga kerja bisa dilakukan dengan melalui iklan, leasing (penggunaan tenaga honorer), rekomendasi dari karyawan yang sedang bekerja, lamaran pribadi, lembaga-lembaga pendidikan, kantor penempatan tenaga kerja, serikat buruh dan penggunaan komputer.

c. Seleksi

Seleksi adalah atas kebijakan ketua yayasan sifatnya mengikat dengan langkah sebagai berikut :

- 1) Wawancara pendahuluan
- 2) Pengumpulan data-data pribadi
- 3) Testing
- 4) Wawancara lebih mendalam
- 5) Pemeriksaan refrensi prestasi
- 6) Orientasi jabatan

4. *Directing* (Pengarahan)

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau mempengaruhi (*influencing*) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggungjawab mereka merasa afektif. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali awahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya .

Motivasi. Keberhasilan stasiun penyiaran dalam menggapai dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkatan atau derajat keputusankaryawan dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, manajer umum harus menyadari kebutuhan masing masing individu karyawan serta mampu menciptakan iklim agar setiap karyawan dapat memberikan kontribusinya secara produktif.

Komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Manajer harus berkomunikasi kepada bawahannya mengenai informasi yang mereka butuhkan. Karyawan membutuhkan informasi mengenai apa yang diharapkan atas mereka sendiri.

Pelatihan. Pelatihan adalah pengarahan untuk mengembangkan kemampuan pengurus dan pengelola (SDM) Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng.

5. *Controlling*

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Misalnya, jumlah dan komposisi audien yang menonton atau mendengarkan program stasiun penyiaran bersangkutan dapat diukur dan diketahui melalui laporan riset rating. Radio al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i dalam menjalankan program juga melaksanakan

pengawasan dan evaluasi. Dari manajemen produksi dan program. Jika jumlah audien yang tertarik dan mengikuti program stasiun penyiaran lebih rendah dari yang ditargetkan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan pengenalan terhadap masalah dan memberikan pengarahannya untuk dilakukan diskusi agar mendapatkan solusi. Hasil diskusi dapat berupa perubahan rencana misalnya revisi yang lebih rendah dari ekspektasi sebelumnya atau tindakan lain yang akan dilakukan untuk dapat mencapai target semula.

Tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran juga dapat diukur. Suatu analisis dapat mengungkapkan bahwa target pendapatan yang diproyeksikan sebelumnya adalah tidak realitas dan karenanya penyesuaian perlu dilakukan. Sebaliknya, jika hasil analisis mengungkapkan bahwa proyeksi pendapatan itu dapat direalisasikan, maka diskusi harus diarahkan pada upaya untuk menambah jumlah tenaga pemasaran, atau menyesuaikan tarif iklan (rate card) atau perubahan tingkat komisi stasiun penyiaran kepada biro iklan. Menurut program harus melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- b. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku.
- c. Memelihara catatan (records) program yang disiarkan
- d. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.
- e. Mengarahkan dan mengawasi staf departemen program.

- f. Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat.
- g. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Pengelolaan Program Dakwah Radio Al-Hikmah

Sudah dapat dimaklumi bahwa sebuah organisasi kerja selalu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan program siaran dakwah di radio Radio Dakwah Al-Hikmah. Faktor itu terbagi menjadi dua yaitu faktor pendukung faktor penghambat:

1. Faktor Pendukung

a. Kelengkapan sarana

Sarana merupakan faktor yang sangat sangat mendukung dalam melakukan setiap kegiatan, termasuk kegiatan penyiaran. Di Radio Dakwah Al-Hikmah, hal itu telah dilakukan. Sarana yang telah disediakan dalam pelaksanaan program siaran dakwah telah lengkap yang meliputi, mixer, microphone, computer, 1 buah mesin diesel, amplifier, telephone, processor, speaker monitor, ruangan hampa udara. Hal ini merupakan faktor yang akan mendukung terhadap pelaksanaan program siaran dakwah, yang memiliki fungsi yang bervariasi-bervariasi.

b. Persiapan Penyiar.

Penyiar radio Dakwah Al-Hikmah melakukan persiapan sebelum mengudara. Persiapan sebelum siaran sangat mendukung

untuk memperlancar program siaran dakwah. Ada pepatah mengatakan, siapa yang tidak melakukan persiapan berarti ia siap-siap untuk gagal, *He who fails to prepare, prepare to fail*. Atau *If we fail to prepare we prepare to fail*.

Berbicara mengenai persiapan prapelaksanaan ini, telah dilakukan oleh penyiar radio Dakwah Al-Hikmah meliputi:

- 1) Siaran dengan bantuan naskah dengan cara membaca naskah, yang sudah disiapkan oleh penyiar sendiri maupun naskah dari Radio Dakwah Al-Hikmah.
- 2) Membuat catatan oleh penyiar berkenaan dengan topik masalah dalam mata acara program siaran.
- 3) Meyiapkan naskah dari internet untuk program acara yang akan di bawakan.
- 4) Melatih vokal, pengendalian irama atau nada supaya merdu dan enak didengar.
- 5) Memahami dan menghayati isi naskah secara menyeluruh.
- 6) Datang ke studio 15 menit sebelum mengudara Dengan melakukan persiapan pra-pelaksanaan ini maka kendala-kendala dilapangan akan segera dapat di atasi dan pelaksanaan program siaran dakwah akan dapat dilakukan dengan lancar.

2. Faktor Penghambat

a. Kondisi cuaca

Pelaksanaan program siaran dakwah ini juga sangat berpengaruh terhadap cuaca salah satunya jika cuaca sedang tidak memungkinkan (petir, badai, hujan lebat) maka tidak melakukan siarannya. Timbulnya gemuruh dan angin mengakibatkan gelombang yang dipancarkan menjadi hilang-hilang timbul (*modulacion*). Jika penyiaran tetap dilaksanakan khawatir akan terjadi kerusakan pada sarana yang ada, dan demi keselamatan penyiar. Untuk menjaga keselamatan karyawan maka Direktur radio Dakwah Al-Hikmah memutuskan agar tidak melakukan siaran sewaktu cuaca buruk.

b. Jangkauan Frekuensi

Memang radio Dakwah Al-Hikmah masih mengalami kendala, yang aman frekuensi modulation (FM) radio Dakwah Al-Hikmah belum bisa dijangkau oleh pendengar radio Dakwah Al-Hikmah secara jelas, radio Dakwah Al-Hikmah hanya dapat didengar dalam kota pekanbaru saja, didaerah-daerah lain belum dapat didengar karena keterbatasan frekuensi, untuk mengatasi kendala ini radio Dakwah Al-Hikmah sudah berusaha mengumpulkan dana untuk memperluas jangkauan frekuensi.

c. Dana

Masalah dana ini yang menjadi kendala karena radio Dakwah Al-Hikmah membutuhkan dana yang cukup banyak untuk

memperluas jangkauan siaran, meninggikan tower, serta peralatan studio, supaya tetap bisa mengudara diseluruh perkotaan dan perkampungan.



DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, Amrulah. 1983. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: PLP2M Prima Duta.
- Al-Bayanuni, Muhammad Abul Fath. 1994. *Al-Madkhal ila 'Ilm Al-Da'wah : Dirasah Manhajiyyah Syamilah li Tarikh Al-Da'wah wa Ushuliha wa Manahijiha wa Asalibiha wa Wasa'iliha wa Musykilatiha fi Dhaw' al-Naql wa al-'Aql*, Beirut: Mu'assasah Al-Risalah Cet. Ke-2.
- Arbi, Armawati. *Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah Di Jakarta Atas Realitas Problem Keluarga*. 2011. Disertasi--UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Arifin, M. 2004. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aziz, Moh. Ali. 2002. *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design Qualitative, Quantitativ, and Mixed Methods Approaches*. New Delhi: SAGE Publications, Inc.
- Effendi, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendi, Onong Uchjana. 1990. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni.
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yagyakarta: Andi Offet.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2005. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Himpunan Peraturan Perundang-undangan dibidang Penyiaran Tahun 2012.
- Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Lincoln, Y.S. and Guba, E.G. 1985. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publication

- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS.
- Moleong, Lexi J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Munir, M. & Wahyu Ilaihi. 2009. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Prasetyo, Budi. 2010. *Dakwah Melalui Radio “Konstruksi Radio Dakwah di Jakarta atas Realitas Problem Keluarga”* UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Prayudha, Harley. 2004. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang : Bayu Media Publshing.
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli, M. Asep Syamsul. 2010. *Broadcast Journalism, Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, dan Script Writer*. Bandung: Nuansa.
- Sadiyah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soewarno, M. Margono Poespo. 1991. *Pendidikan Agama Islam di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: U. P. Karyono.
- Sugiyono, 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, AS Haris. 2006. *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tambahan Lembaran NegaraRepubil Indonesia Nomor 4252.
- Tambahan Lembaran NegaraRepubil Indonesia Nomor 4567.
- Tasmara, Toto. 1997. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, cet. Ke-2.
- Triartanto, A. Ius Yudo. 2010. *Broadcasting Radio, Panduan teori dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Usman, Husaini dan Purnomo S. Akbar. 2014. *Metodologi Penelitian Sosial*, cet. Ke-5. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yin, Robert K, 2009. *Case Study Research: Design and Methods Fourth Edition*. Sage Publication, London, UK.

Yusuf, Burhanudin. 2015. *Manajemen Sumberdaya Manusia di lembaga keuangan syari'ah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Abdi Fauji Hadiono

NIM : 0829115001

Program : Magister

Institusi : Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 24 Juli 2019

Saya yang menyatakan,



ABDI FAUJI HADIONO
NIM. 0829115001

IAIN JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.iainjbr@gmail.com

No : B. 370/In.20/PP.00.9/ Ps/2017 Jember, 16 Mei 2017
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian
untuk Penyusunan Tesis

Kepada Yth.
Pengurus PP.Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi

di- **Genteng Banyuwangi**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama : **ABDI FAUJI HADIONO**
Tempat/Tgl lahir : Banyuwangi, 04 Oktober 1982
NIM : 082 911 5001
Semester / Program Studi : IV /Empat / KPI
Jenjang : S2
Alamat : Sumberejo Rt.05/Rw. 01
Wringinagung Gambiran
Banyuwangi

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan tesis, agar diizinkan untuk mengadakan penelitian/riset selama kurang lebih 3 Bulan di lingkungan daerah / lembaga wewenang saudara. Penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai :

Manajemen Radio Dakwah Al- Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafii Genteng Banyuwangi. Demikian Atas Perhatian dan Kerjasamanya di sampaikan

Terimakasih,

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dr. H. Miftah Arifin, M.Ag
NIP. 19750103 199903 1 001



RADIO AL-HIKMAH

(Menebar Sunnah Menggalang Ukhuwah)

Jl KH. Hasyim Asyari 99 E Genteng Banyuwangi HP: 087857330005

SURAT KETERANGAN

Nomor: 77/R.Al-Hikmah/VII/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini Manajer Operasional Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwang, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Abdi Fauji Hadiono**
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 04 Oktober 1982
NIM : 0829115001
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Pascasarjana IAIN
Jember
Alamat : Sumberjo Rt. 05/ Rw. 01 Wringinagung Gambiran Banyuwangi

Telah melakukan penelitian di Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, dengan judul penelitian:

"MANAJEMEN RADIO DAKWAH AL-HIKMAH PONDOK PESANTREN IMAM SYAFI'I GENTENG BANYUWANGI"

Demikian surat ini di buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana sebagai mestinya.

Banyuwangi, 17 Juli 2019

Manajer Operasional




IKHWANUDIN

RADIO AL HIKMAH adalah

Media Radio yang mampu memberikan informasi Dakwah Islam dan informasi umum demi terwujudnya Kota Banyuwangi yang berpendidikan.

Menjadi media radio yang didengarkan oleh semua anggota keluarga Islam dalam semua lini.

Menciptakan Masyarakat Kota Banyuwangi yang bisa berinteraksi dengan semua pihak dengan tetap memegang teguh keimanan dan keislaman.

Membantu masyarakat dalam penyebaran berita terkini, peristiwa dan informasi lainnya melalui berita terkini.



**MENEBAR SUNNAH
MENGGalANG UKHUWAH**

PROFIL RADIO

- Perusahaan: PT Radio Mega Alhikmah Frekwensi Modulasi
- Nama Radio: Radio Alhikmah
- Tanda Panggil: PM6FHT
- Frekuensi: 98,80 MHz
- Area Jangkauan: Genteng, Sempu, Gambiran, Kab Bwi
- Kantor & Studio: Jl KH. Hasyim Asyari 99 E Genteng Banyuwangi
- Telephone: 087857330005

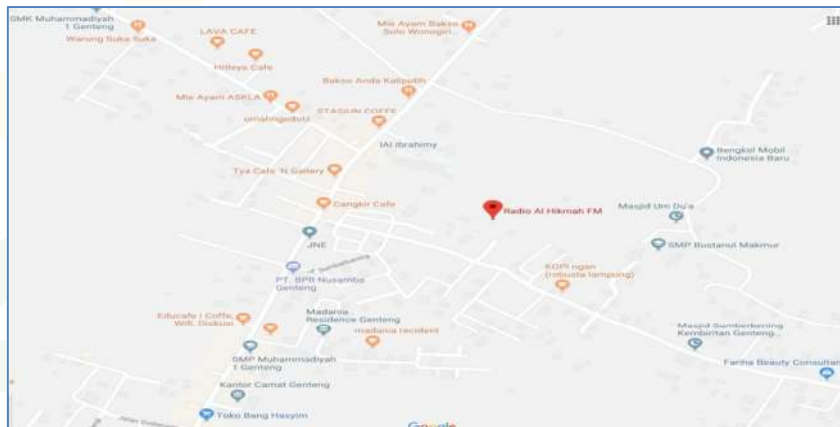
PROFIL RADIO

Motto: Menebar
Sunnah
Menggalang
Ukhuwah
Pendengar Sasaran:
Muslim

Format radio:
Radio Dakwah

PROFIL PENDENGAR

- Panggilan Pendengar:
Sahabat Alhikmah
- Jenis Kelamin:
 - ✓ Laki-laki: 49 %
 - ✓ Perempuan: 51 %
- Pekerjaan:
 - ✓ Karyawan : 15 %
 - ✓ Swasta : 35 %
 - ✓ Ibu rumah tangga : 40 %
 - ✓ Pelajar : 10 %
- Tingkat Pendidikan:
 - ✓ SD : 5 %
 - ✓ SMP : 15 %
 - ✓ SMA : 50 %
 - ✓ PT : 30 %
- Usia:
 - ✓ 10-19 th: 17 %
 - ✓ 20-29 th: 23 %
 - ✓ 30-39 th: 33 %
 - ✓ 40 th < : 27 %



KONTAK PERSONAL

- Pemasaran:
Nama : Wahyu Pradana
Hape : 081332110262
email
- Kepala Operasional:
Nama : Ikhwannudin
Hape : 08137775353
Email :

PROGRAM HARIAN

Kajian Pagi
Salam Sapa Pendengar
Kajian Jelang Siang
Jeda dan Murottal
Kajian Siang
Kajian Sore
Request Jeda dan Murottal
Kajian Malam
Dzikir Pagi, Sore dan Malam
Jeda & Ceramah Singkat

PROGRAM MINGGUAN

Live Kajian Ahad Sore
Live/Relay Kajian Dauroh
Live Kajian Bersama Artivisi Senin Malam
Halo Dokter

**DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN
DI RADIO AL-HIKMAH PONDOK PESANTREN IMAM SYAFI'I
GENTENG BANYUWANGI**



OBSERVASI AWAL DENGAN MANAJEMEN RADIO (16 Mei 2017)



TOWER ANTENA RADIO AL-HIKMAH (20 Februari 2019)



WAWANCARA DENGAN PAK ALIF (20 Februari 2019)



PAK ALIF SEDANG MENYIAPKAN BAHAN SIARAN (20 Februari 2019)



MENCOBA SIARAN DI RADIO AL-HIKMAH (20 Februari 2019)



PERALATAN SIARAN RADIO AL-HIKMAH (20 Februari 2019)



OBSERVASI PARTISIPAN DENGAN IKUT KEGIATAN DI PONDOK PESANTREN IMAM SYAFI'I GENTENG BANYUWANGI (20 Februari 2019)



MASJID MENJADI SALAH SATU TEMPAT MELAKUKAN SIARAN LANGSUNG DI LUAR STUDIO RADIO AL-HIKMAH (20 Februari 2019)

MANAJEMEN RADIO DAKWAH AL-HIKMAH PONDOK PESANTREN

IMAM SYAFI'I GENTENG BANYUWANGI

Oleh: Abdi Fauji Hadiono¹

Abstrac

Da'wah is very important in Islam, Da'wah and Islam are both inseparable from one another, as we know, da'wah is an attempt to invite, calling for kindness, and influence humans to always adhere to the teachings of Allah in getting happiness in the world and the hereafter. Al-Hikmah Radio, which is located in Genteng Banyuwangi, still exists in broadcasting about Islamic teaching.

The focus of the research is 1. What is the program of Al-Hikmah Radio in Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi?. 2 How is the Management of Al-Hikmah Radio in Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi? 3. What are some factors in influencing the Management of Al-Hikmah Radio in Pesantren Imam Syafi'i?

The Significance of this study is firstly to Know the program of Al-Hikmah Radio Program Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi Islamic Boarding School. Secondly is to understand the Management of Al-Hikmah Radio. The last, it signifies in knowing some factors which influence the management of Al-Hikmah Radio.

The results showed that the Management of Da'wah Al-Hikmah Radio Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi Islamic Boarding School: 1. There are two types of program of Al-Hikmah Radio, a. they are Daily Program (Midnight Study, Patient and Murottal, Afternoon Study, Midnight Study, Murder and Murottal Request, Evening Study, Dzikir Pagi, Afternoon and Evening, Pause & Lecture) b. Weekly program (Live Study Sunday Afternoon, Live / Rilae Dive Reviews, Live Review With Artis Monday Night, Hallo Doctor) 2. The broadcast program of Al-Hikmah Radio has a long-term, medium-term, and short-term work plan system, 3. a. The Supporting Factors of Al-Hikmah Radio, it concerns on some Islamic da'wah programs b. In term of broadcasting, Al-Hikmah Radio is also well prepared and using a suitable method. However, this Radio also has some inhibiting factors such as Poor weather conditions which causes the interrupted of some programs, the boundary of the frequency range which is only in Banyuwangi, and the limited Funds in developing Radio.

Keywords: Management, Radio *Da'wah*,

¹ Mahasiswa Pascasarjana IAIN Jember Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

A. Pendahuluan

Aktivitas dakwah sangat penting dalam Islam. Dakwah dan Islam keduanya tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Sebagaimana di ketahui, dakwah adalah suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.

Sukriadi Sambas, memberikan makna dakwah adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi, dan transformasi Islam yang melibatkan unsur da'i, pesan, media, metode, mad'u, tujuan dan proses serta dimensi ruang dan waktu untuk mewujudkan kehidupan yang khazanah, salam, dan nur di dunia dan akhirat.² Setiap manusia harus menentukan cara yang tepat dalam berdakwah, dan salah satu cara untuk mencapai tujuan dakwah hendaknya menggunakan media dari berbagai alat yang digunakan pada setiap elemen kehidupan masyarakat. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surah Al-Maidah (5): 35,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ وَجَاهِدُوا فِي سَبِيلِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٣٥﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan carilah jalan yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah pada

²Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2013), 45.

jalan-Nya, supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS. Al-Maidah: 35)³

Media (*wasilah*) dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah dengan alat komunikasi kepada seorang *mad'u* melalui para *da'i* untuk menuju jalan Allah SWT,⁴ sehingga keberhasilan dakwah dalam kehidupan manusia ditandai dengan lengkapnya materi yang disampaikan, kebenaran yang disampaikan, dan media yang tepat. Media menjadi bagian penting untuk keberhasilan penyampaian pesan dakwah dalam kehidupan umat manusia, sebab ruh atau kekuatan media mampu mengalihkan perhatian manusia dalam kehidupannya.

Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, tidak hanya melalui lisan, tetapi juga bisa dilakukan melalui media komunikasi. Seperti radio, televisi, film, dan juga media komunikasi lainnya. Jika ditinjau dari komunikasi, dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan (*message*) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif (hikmah) dengan harapan agar komunikan (*mad'u*) dapat bersikap dan berbuat amal shaleh sesuai dengan ajaran Islam.

Dakwah menggunakan radio sangat efektif dan efisien, dapat dikatakan pula bahwa dakwah melalui siaran radio juga mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar, di samping itu radio mempunyai daya tarik yang kuat, daya

³Al-Qur'an, 05:35.

⁴Muhammad Abul Fath Al-Bayanuni, *Al-Madkhal ila 'Ilm Al-Da'wah : Dirasah Manhajiyah Syamilah li Tarikh Al-Da'wah wa Ushuliha wa Manahijiha wa Asalibiha wa Wasa'iliha wa Musykilatiha fi Dhaw' al-Naql wa al-'Aql*, (Beirut: Mu'assasah Al-Risalah Cet. Ke-2, 1994), 282.

tarik ini adalah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata dan efek suara.⁵

Radio siaran mendapat julukan “kekuasaan kelima” atau *the fifth estate*, setelah pers dianggap sebagai “kekuasaan keempat” atau *the fourth estate*, dan tiga lembaga lainnya eksekutif, legislative, yudikatif, masing-masing sebagai kekuasaan pertama, kedua, dan ketiga.⁶ Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan.⁷ Waktu dan ruang pun bagi radio tidak merupakan masalah. Bagaimana pun jauhnya sasaran yang dituju, dengan radio dapat dicapainya. Tidak hanya itu, pesawat radio yang berbentuk kecil dan harganya relatif murah, sehingga mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu radio sangat tepat digunakan sebagai media dalam berdakwah karena keunikan yang dimiliki media elektronik tersebut.

Stasiun radio dapat mendeskripsikan program dakwah dengan jelas dan menarik apabila pihak radio menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang professional, karena radio merupakan media yang menuntut daya imajinasi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan media yang lainnya. Sebuah program acara harus dapat dideskripsikan dengan baik agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima sepenuhnya oleh audien. Terlebih lagi program dakwah dalam kondisi *live-performance*.

Organisasi dakwah dalam proses pencapaian tujuan diperlukan sebuah manajemen yang baik, untuk dapat menjadi dinamisator dari keseluruhan

⁵Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2002), 152.

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 107.

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 108.

kegiatan yang dinamis dan terarah, karena hampir dalam setiap sendi kehidupan peranan manajemen sangat vital, dan demikian juga yang terjadi dalam lembaga dakwah. Dalam penyiaran dakwah melalui radio harus memperhatikan aspek-aspek manajemen yang ada, artinya penyiaran dakwah harus memperhatikan fungsi-fungsi manajemen yang salah satunya adalah kepemimpinan. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam sebuah hadis, yaitu:

“Tiap-tiap kamu adalah pemimpin dan kamu dimintai pertanggung jawaban tentang kepemimpinanmu masing-masing”. (HR. Bukhori)⁸

Hadis yang diriwayatkan oleh Bukhori di atas memberikan pengertian bahwa manusia perlu mengembangkan kemampuan manajemen mereka sebagai bagian dari kepemimpinan masing-masing. Dari pengertian ini juga dapat dikembangkan sebuah konsepsi tentang konsep *khalifah* yang mengimplementasikan bahwa manusia mempunyai tugas atau mengemban misi untuk memakmurkan bumi yang membutuhkan sebuah pengelolaan manajerial yang baik

Radio Al-Hikmah mempunyai peran dan fungsi yang umum seperti media-media informasi dan komunikasi lainnya, selain itu radio Al-Hikmah juga memiliki peran dan fungsi spesifik yaitu sebagai radio dakwah di daerah Genteng dan sekitarnya. Semua media informasi dan komunikasi memiliki fungsi yang mirip yaitu mengumpulkan, mengelola dan menyebarkan informasi ke berbagai pihak dan lokasi. Namun yang membedakan dengan radio-radio lainnya, radio Al-Hikmah mempunyai visi dan misi dakwah secara khusus.

⁸Muhammad Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), 3.

Sebagai radio komunitas radio Al-Hikmah bersifat independen dan tidak komersial dalam melaksanakan program siarannya, artinya bahwa radio komunitas tidak untuk mencari laba atau keuntungan semata, dan hanya untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.

Radio Al-Hikmah merupakan bagian dari sarana Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng ini adalah radio komunitas yang tidak mendapatkan anggaran dari pemerintah namun tetap bisa beroperasi secara baik, tetap bisa eksis dalam syiar-syiar Islam, dan berdakwah. Berdasarkan di atas, penulis merasa perlu dan tertarik untuk mengadakan penelitian guna mengetahui bagaimana penerapan manajemen dalam Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi”

B. Pembahasan

A. Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi.

Pada pembahasan bab sebelumnya telah dipaparkan tentang bagaimana pengelolaan program siaran dakwah di Dakwah Al-Hikmah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Untuk langkah selanjutnya

dalah memberikan suatu analisis berkaitan dengan data yang sudah disajikan.

Harold Koontz dan Cyril O'Donnel membagi lima fungsi manajemen, mencakup : (1) planning (perencanaan); (2) Organizing (pengorganisasian); (3) staffing (penentuan staf); (4) directing (pengarahan) dan (5) controlling (pengawasan).⁹

1. *Planning* (Perencanaan)

Berdasarkan data yang penulis dapatkan bahwa radio Dakwah Al-Hikmah adalah radio yang dibawah naungan pondok pesantren, dengan tujuan memberikan wawasan pada masyarakat tentang agama Islam, bukan hanya itu saja radio Dakwah Al-Hikmah juga mengajak berpikir kreatif dan berwawasan global. Sebuah media yang paling tepat untuk berdakwah adalah media radio, karena radio adalah media yang mempunyai kelebihan, yaitu radio bisa dibawa kemana saja, bisa didengar dimana saja.

Radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai ciri khas tersendiri yang membedakan radio Dakwah Al-Hikmah dengan radio lainnya. Namun pada dasarnya radio-radio yang ada di Banyuwangi itu sama sebagai media hiburan dan informasi. Radio Dakwah Al-Hikmah lebih menitik beratkan pada segi program siaran dakwah sedangkan dalam panyajian program penyiar Dakwah Al-Hikmah diwajibkan menyelipkan unsur dakwah dalam penyiarannya.

⁹ Rusman, Manajemen Kurikulum, Cet.1 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 122.

Melihat pengelolaan radio Dakwah Al-Hikmah sebagaimana telah dipaparkan pada bab sebelumnya penyajian data maka radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai pengelolaan khusus, dari segi teknis memperluas jangkauan siaran, memperluas frekuensi, dan bukan hanya dari segi teknis, adapun pengelolaan yang lainnya yaitu radio Dakwah Al-Hikmah lebih dikenal, memberikan program-program semenarik mungkin dan berusaha merebut hati audiens. Radio Dakwah Al-Hikmah memang merupakan radio dakwah, yang mana memiliki pengelolaan tersebut disebabkan oleh militansi para Insan dakwah agar bisa mempertahankan identitas komunikasi umat Islam. Jadi yang dilakukan oleh radio Dakwah Al-Hikmah adalah suatu upaya yang dilakukan untuk menampilkan identitas Islam. Tentunya dengan melalui media massa, khususnya radio.

Berdasarkan hasil wawancara sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, adapun upaya atau pengelolaan yang dilakukan oleh radio Dakwah Al-Hikmah adalah pengelolaan program siaran dakwah dengan melalui tahapan perencanaan dimana langkah-langkah yang dilakukan antaranya dengan menetapkan target dan membuat standar program.

Dilihat dari agenda kerja yang dilakukan oleh Dakwah Al-Hikmah dalam merencanakan pengelolaan memang mempunyai agenda kerja yang bersifat jangka panjang, menengah dan jangka pendek yaitu mengenalkan radio Dakwah Al-Hikmah ketengah

masyarakat dan mendapat tempat hati khalayak, kemusian itu semua sesuai dengan visi dan misi yang menjadi radio terpercaya dimata masyarakat, dunia usaha dan pemerintah selain menyajikan hiburan efektif. Mengajak orang berfikir kreatif, ikut membentuk bangsa berperilaku lokal, berpikir nasional serta paling utama yang ingin dicapai yaitu mengantarkan misi dakwah. Agenda kerja radio Dakwah Al-Hikmah sesuai dengan teori pengelolaan. Untuk menghasilkan pengelolaan atau rencana-rencana dapat dilihat dari beberapa sisi penting, yaitu dari segi pengelolan dan oprasional.

a. Perencanaan jangka panjang

Perencanaan jangka panjang ini membutuhkan waktu yang sangat lama yaitu 25 tahun, masih jarang sekali radio komunitas yang berani menempatkan arahnya untuk 25 tahun kedepan.

b. Perencanaan jangka menengah

Perencanaan jangka menengah ini memiliki jangkauan waktu sekita 3-5 tahun kedepan.

c. Perencanaan jangka pendek

Perencanaan jangka pendek ini biasanya memiliki jangkauan waktu satu tahun, bahkan jangkauan ini dapat dibuat dalam jangkauan waktu bulanan, kwartalan atau tengah tahunan.

Radio Dakwah Al-Hikmah dalam melakukan pengelolaan yang paling diutamakan dari segi teknik atau peralatan dimana mereka berusaha maksimal mungkin memperluas jangkauan siaran dengan menambah daya atau watt, setelah itu perlu dilihat dari segi pelaksanaan semaksimal mungkin menggunakan SDM yang berkualitas, karena hal ini sangat penting dalam melakukan strategi yang baik dari sebuah radio komunitas. Untuk mendukung program-program acara yang digelar. Kemudian perlu juga mengadakan kerja sama dengan radio komunitas lain.

Dengan berpedoman kedua belah pihak saling menguntungkan. pengelolaan yang dilakukan bukan hanya meningkatkan teknisi tetapi juga memberikan pendidikan pada anak-anak muda tentang Islam, radio Dakwah Al-Hikmah menyediakan program-program dakwah yang bertujuan untuk menambah wawasan tentang agama Islam kepada audiens. Dan setiap program yang disiarkan terlebih dahulu dikemas dengan apik agar tidak monoton. Penyiar Dakwah Al-Hikmah juga memiliki pengelolaan untuk menjadi penyiar yang baik, adapun pengelolaan yang dilakukan yaitu, memahami makna penyiaran, lancar berbicara dengan kualitas vokal yang baik, memahami naskah, memiliki kemampuan membaca naskah sehingga terdengar seperti bertutur kata atau tidak membaca naskah, memiliki kemampuan menulis naskah dengan menggunakan kata-kata yang biasa

diucapkan/bahasa sehari-hari, dan berusaha menarik hati audiens dengan cara intonasi adalah nada suara, irama bicara cepat dan lambat atau alunan nada dalam melafalkan kata-kata.

Radio Dakwah Al-Hikmah juga menjalin hubungan baik sesama rekan kerja, dimana setiap bulannya diadakan brifing guna mengevaluasi kerja dari masing-masing karyawan dan membicarakan rencana-rencana kerja selanjutnya untuk kedepan, dan untuk menyampaikan pesan yang harus dilancarkan secara efektif, agar apa yang ingin disampaikan dengan baik dan dimengerti oleh komunikan agar tidak terjadi kesalah pahaman. Radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai kriteri khusus untuk menambah SDM, radio komunitas yang bisa berkembang karena mempunyai SDM yang sesuai, maka radio Dakwah Al-Hikmah mempunyai criteria khusus untuk menjadi penyiar semua itu untuk perkembangan sebuah radio komunitas. Untuk menjadi penyiar Dakwah Al-Hikmah harus memenuhi kriteria khusus yaitu:

1. Beragama Islam
2. Mempunyai sifat dan hati muslim
3. Mempunyai pengetahuan luas tentang agama Islam Berdasarkan penjian data yang telelah di sajikan program-program yang disiarkan radio Dakwah Al-Hikmah menyeluruh bernunasa dakwah.

2. *Organizing* (pengorganisasian)

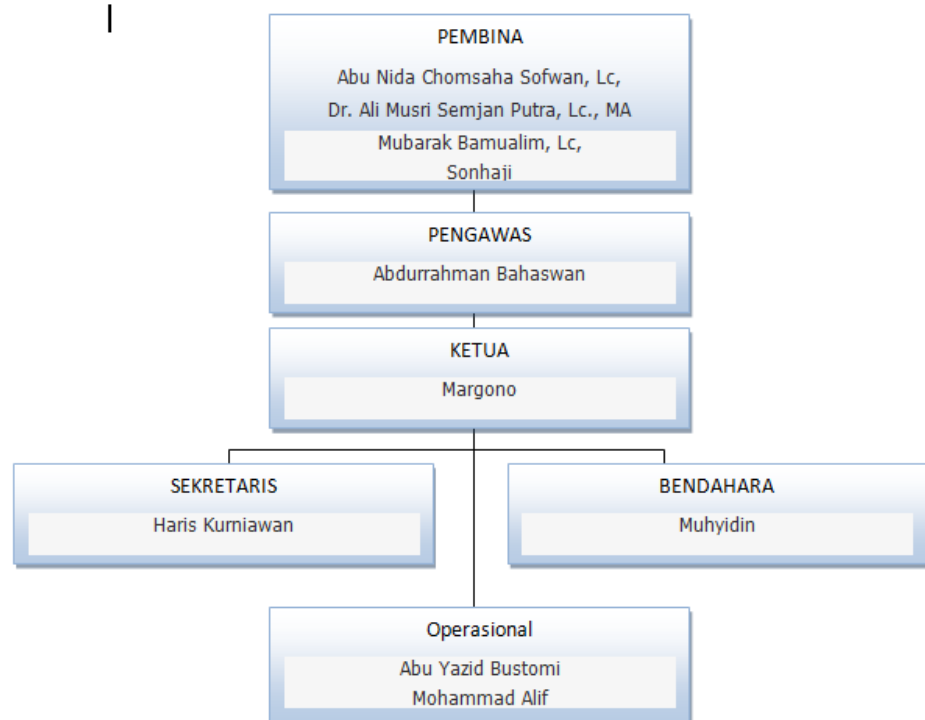
Fungsi organizing (pengorganisasian) pada radio dakwah al-hikmah pondok pesantren Imam Syafi'i yaitu untuk mengatur cara kerjadan pembagiannya. Sebagaimana yang disebut oleh Morisson bahwa Pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggungjawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.¹⁰ Dalam hal ini, Pondok pesantren Imam Syafi'i tidak hanya memiliki Radio namun juga ada beberapa lembaga yang harus dibina. Sehingga fungsi pengorganisasian sangat essensial.

Struktur organisasi Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i, secara khas memiliki struktur tersendiri dan sederhana. Karena memang tidak ada aturan yang mengikat dalam bentuk struktur harus seperti apa. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda beda satu dengan lainnya, bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyiarannya tidak memiliki struktur organisasi persis sama. Perbedaan ini disebabkan oleh perbedaan skala usaha atau besar kecilnya stasiun penyiaran. Radio Al-Hikmah dengan tingkat jangkauannya sampai dengan 50 KM ditambah dengan streaming online dimana para pendengar dapat mendengarkan dari manapun, yang terpenting memiliki jaringan internet. Skala ini juga

¹⁰ Morisson. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi(Media Grafika77.2008) Hal. 151

termasuk skala sedang dalam produksinya. Jika dilihat dari jarak jangkauannya.

Setiap bagian dari struktur organisasi itu harus memiliki paparan kerja atau job description yang jelas. Sebagaimana struktur organisasi yang telah disusun oleh radio al-Hikmah, diantaranya:



Pimpinan tertinggi suatu stasiun penyiaran biasanya disebut general manager (manajer umum), pada stasiun besar berskala nasional, pimpinan tertinggi ini juga direktur utama. Pada Radio al-Hikmah dipimpin oleh pemilik radio tersebut. Ini menjadi kelebihan radio al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i. Hal ini dimungkinkan karena ia tidak harus berembuk dengan siapa pun. Namun demikian, dalam mengelola stasiun penyiaran yang baik,

maka pembicaraan atau rembukan yang melibatkan berbagai bagian atau unit lain sangat dibutuhkan dalam menunjang perkembangan perusahaan.

3. *Staffing* (Penentuan Staff)

Menurut R. Duane dan J. Clifton (1989;p. 239) staffing merupakan proses formal dari memastikan bahwa organisasi mempunyai sumber daya berijazah atau memenuhi syarat untuk mendekati tujuan, dan mewakili sumber hidup dari setiap perusahaan. Proses ini juga dilakukan oleh Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i. Mulai dari penyeleksian rekrutmen tenaga dan pengelola radio sampai penyiar. Adapun rincian dari proses staffing sabagaimana berikut :

a. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Menurut hasil¹¹ wawancara rencana sumber daya manusia (SDM) dalam perekrutan pengurus maupun anggota dengan cara dipilih langsung oleh ketua yayasan pondok pesantren Imam Syafi'i Genteng. Ada dua perencanaan dalam rekrutmen SDM :

1) Analisis Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kebutuhan SDM terhadap pengelolaan radio al-Hikmah. Agar dalam merekrut SDM sesuai dengan

¹¹ Wawancara salah satu pengelola Alif radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Genteng

kemampuan keuangan manajemen radio. Selain itu juga agar menghindari dari overload pemakaian SDM.

2) Pengembangan tawaran sumberdaya personalia

Setelah dianalisis tentang kebutuhan personalia kemudian dikembangkan dengan menawarkan hasil musyawarah kepada ketua yayasan Pondok Pesantren Imam Syafi'i Gneteng. Tawaran tersebut tidak langsung diajukan kepada ketua yayasan namun dirembuk dulu sesama pengurus, jika memang benar benar terdesak dibutuhkan pengembangan personalia.

b. Penarikan (*recruitment*)

Berkenaan dengan pencarian dan penarikan tenaga kerja potensial dalam jumlah yang tepat dan dengan kemampuan untuk mengisi suatu jabatan tertentu yang akan diseleksi untuk memenuhi kebutuhan organisasi. Penarikan menyangkut usaha untuk memperoleh karyawan dalam jumlah yang tepat dengan kemampuan-kemampuan yang dibutuhkan untuk mengisi jabatan-jabatan yang tersedia.

Metode yang digunakan untuk penarikan tenaga kerja bisa dilakukan dengan melalui iklan, leasing (penggunaan tenaga honorer), rekomendasi dari karyawan yang sedang bekerja, lamaran pribadi, lembaga-lembaga pendidikan, kantor

penempatan tenaga kerja, serikat buruh dan penggunaan komputer.

c. Seleksi

Seleksi adalah atas kebijakan ketua yayasan sifatnya mengikat dengan langkah sebagai berikut :

- 1) Wawancara pendahuluan
- 2) Pengumpulan data-data pribadi
- 3) Testing
- 4) Wawancara lebih mendalam
- 5) Pemeriksaan referensi prestasi
- 6) Orientasi jabatan

4. *Directing* (Pengarahan)

Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau mempengaruhi (*influencing*) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggungjawab mereka merasa afektif. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali awahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya .

Motivasi. Keberhasilan stasiun penyiaran dalam menggapai dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkatan atau derajat keputusankaryawan dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, manajer umum harus menyadari kebutuhan masing

masing individu karyawan serta mampu menciptakan iklim agar setiap karyawan dapat memberikan kontribusinya secara produktif.

Komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Manajer harus berkomunikasi kepada bawahannya mengenai informasi yang mereka butuhkan. Karyawan membutuhkan informasi mengenai apa yang diharapkan atas mereka sendiri.

Pelatihan. Pelatihan adalah pengarahannya untuk mengembangkan kemampuan pengurus dan pengelola (SDM) Radio Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng.

5. *Controlling*

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Misalnya, jumlah dan komposisi audien yang menonton atau mendengarkan program stasiun penyiaran

bersangkutan dapat diukur dan diketahui melalui laporan riset rating. Radio al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i dalam menjalankan program juga melaksanakan pengawasan dan evaluasi. Dari manajemen produksi dan program. Jika jumlah audien yang tertarik dan mengikuti program stasiun penyiaran lebih rendah dari yang ditargetkan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan pengenalan terhadap masalah dan memberikan pengarahan untuk dilakukan diskusi agar mendapatkan solusi. Hasil diskusi dapat berupa perubahan rencana misalnya revisi yang lebih rendah dari ekspektasi sebelumnya atau tindakan lain yang akan dilakukan untuk dapat mencapai target semula.

Tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran juga dapat diukur.

Suatu analisis dapat mengungkapkan bahwa target pendapatan yang diproyeksikan sebelumnya adalah tidak realistis dan karenanya penyesuaian perlu dilakukan. Sebaliknya, jika hasil analisis mengungkapkan bahwa proyeksi pendapatan itu dapat direalisasikan, maka diskusi harus diarahkan pada upaya untuk menambah jumlah tenaga pemasaran, atau menyesuaikan tarif iklan (rate card) atau perubahan tingkat komisi stasiun penyiaran kepada biro iklan. Menurut program harus melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- b. Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku.

- c. Memelihara catatan (records) program yang disiarkan
- d. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.
- e. Mengarahkan dan mengawasi staf departemen program.
- f. Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat.
- g. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Pengelolaan Program Dakwah Radio Al-Hikmah

Sudah dapat dimaklumi bahwa sebuah organisasi kerja selalu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan program siaran dakwah di radio Radio Dakwah Al-Hikmah. Faktor itu terbagi menjadi dua yaitu faktor pendukung faktor penghambat:

1. Faktor Pendukung

a. Kelengkapan sarana

Sarana merupakan faktor yang sangat sangat mendukung dalam melakukan setiap kegiatan, termasuk kegiatan penyiaran.

Di Radio Dakwah Al-Hikmah, hal itu telah dilakukan. Sarana yang telah disediakan dalam pelaksanaan program siaran dakwah telah lengkap yang meliputi, mixer, microphone, computer, 1 buah mesin diesel, amplifier, telephone, processor, speaker monitor, ruangan hampa udara. Hal ini merupakan

faktor yang akan mendukung terhadap pelaksanaan program siaran dakwah, yang memiliki fungsi yang bervariasi-bervariasi.

b. Persiapan Penyiar.

Penyiar radio Dakwah Al-Hikmah melakukan persiapan sebelum mengudara. Persiapan sebelum siaran sangat mendukung untuk memperlancar program siaran dakwah. Ada pepatah mengatakan, siapa yang tidak melakukan persiapan berarti ia siap-siap untuk gagal, *He who fails to prepare, prepare to fail*. Atau *If we fail to prepare we prepare to fail*.

Berbicara mengenai persiapan prapelaksanaan ini, telah dilakukan oleh penyiar radio Dakwah Al-Hikmah meliputi:

- 1) Siaran dengan bantuan naskah dengan cara membaca naskah, yang sudah disiapkan oleh penyiar sendiri maupun naskah dari Radio Dakwah Al-Hikmah.
- 2) Membuat catatan oleh penyiar berkenaan dengan topik masalah dalam mata acara program siaran.
- 3) Meyiapkan naskah dari internet untuk program acara yang akan di bawakan.
- 4) Melatih vokal, pengendalian irama atau nada supaya merdu dan enak didengar.
- 5) Memahami dan menghayati isi naskah secara menyeluruh.
- 6) Datang ke studio 15 menit sebelum mengudara Dengan melakukan persiapan pra-pelaksanaan ini maka kendala-

kendala dilapangan akan segera dapat di atasi dan pelaksanaan program siaran dakwah akan dapat dilakukan dengan lancar.

2. Faktor Penghambat

a. Kondisi cuaca

Pelaksanaan program siaran dakwah ini juga sangat berpengaruh terhadap cuaca salah satunya jika cuaca sedang tidak memungkinkan (petir, badai, hujan lebat) maka tidak melakukan siarannya. Timbulnya gemuruh dan angin mengakibatkan gelombang yang dipancarkan menjadi hilang-hilang timbul (*modulacion*). Jika penyiaran tetap dilaksanakan khawatir akan terjadi kerusakan pada sarana yang ada, dan demi keselamatan penyiar. Untuk menjaga keselamatan karyawan maka Direktur radio Dakwah Al-Hikmah memutuskan agar tidak melakukan siaran sewaktu cuaca buruk.

b. Jangkauan Frekuensi

Memang radio Dakwah Al-Hikmah masih mengalami kendala, yang aman frekuensi modulation (FM) radio Dakwah Al-Hikmah belum bisa dijangkau oleh pendengar radio Dakwah Al-Hikmah secara jelas, radio Dakwah Al-Hikmah hanya dapat didengar dalam kota pekanbaru saja, didaerah-daerah lain belum dapat didengar karena keterbatasan frekuensi, untuk mengatasi

kendala ini radio Dakwah Al-Hikmah sudah berusaha mengumpulkan dana untuk memperluas jangkauan frekuensi.

c. Dana

Masalah dana ini yang menjadi kendala karena radio Dakwah Al-Hikmah membutuhkan dana yang cukup banyak untuk memperluas jangkauan siaran, meninggikan tower, serta peralatan studio, supaya tetap bisa mengudara diseluruh perkotaan dan perkampungan.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang telah penulis lakukan terkait dengan rumusan masalah Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, dan telah terurai pada bab sebelumnya, maka dapat penulis simpulkan:

1. Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, terbagi menjadi dua jenis: 1. Program Harian (Kajian Pagi, Salam Sapa Pendengar, Kajian Jelang Siang, Jeda dan Murottal, Kajian Siang, Kajian Sore, Request Jeda dan Murottal, Kajian Malam, Dzikir Pagi, Sore dan Malam, Jeda & Ceramah Singkat) 2. Program Mingguan (Live Kajian Ahad Sore, Live/ Rilae Kajian Dauroh, Live Kajian Bersama Artivisi Senin Malam, Hallo Dokter)
2. Manajemen Program Radio Dakwah Al-Hikmah Pondok Pesantren Imam Syafi'i Genteng Banyuwangi, penulis menganalisis berdasarkan data yang telah penulis dapatkan bahwa Radio dakwah Al-Hikmah sudah

memiliki pengelolaan yang baik. Sedangkan berdasarkan teori serta konsep operasional yang telah penulis paparkan dalam Bab I dan Bab V bahwa pengelolaan adalah penyelenggaraan atau perumusan agar sesuatu yang dikelola dapat berjalan lancar, efektif dan efisien dimana pengelolaan program siaran dakwah di Radio dakwah al hikmah, berdasarkan indikator-indikator dalam konsep operasional. Berdasarkan teori tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa pengelolaan program siaran dakwah di Radio dakwah Al-Hikmah Banyuwangi sudah memiliki pengelolaan yang baik. Radio dakwah Al-Hikmah dalam pengelolaan program siaran dawah telah memiliki sistem rencana kerja yang bersifat jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek. Kemudian pengelolaan yang digunakan perlu dilihat dari teknis atau peralatan dan pelaksanaan yaitu kalau diperalatan dengan memberi jangkauan siaran dan menambah frekuensi, dan pengelolaan selanjutnya yaitu memberikan pendidikan pada anak-anak muda, dan program yang akan disiarkan dikemas secara apik supaya audien tidak mudah bosan dan monoton. Penyiar radio Radio dakwah Al-Hikmah memiliki pengelolaan untuk menjadi penyiar yang baik yaitu memahami makna penyiaran, lancar berbicara dengan kualitas vokal yang baik, memahai naskah, memiliki kemampuan membaca naskah sehingga terdengar seperti bertutur kata atau tidak membaca naskah, memiliki kemampuan menulis naskah dengan menggunakan kata-kata yang biasa diucapkan/bahasa sehari-hari, dan berusaha menarik hati audiens dengan cara intonasi,

- a. Radio dakwah Al-Hikmah telah menggunakan peralatan yang memadai dalam melakukan penyiaran dakwah yaitu dengan menambah jangkauan siaran dengan cara penambahan frekuensi.
 - b. Radio dakwah Al-Hikmah dalam mengkomunikasikan pesan-pesan dakwahnya telah menggunakan metode-metode dakwah yang baik dengan tidak mengabaikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman berdakwahnya.
 - c. Radio dakwah Al-Hikmah juga telah menghasilkan program-program siaran dengan format 100% Islami dan tidak mencampur baurkan antara hak dengan yang bathil tetapi sebaliknya, radio dakwah Al-Hikmah selalu tetap pada visi dan misi dakwahnya
3. Sedangkan faktor yang mempengaruhi pengelolaan program dakwah diradio dakwah Al-Hikmah ada 2 faktor yaitu :
- a. Faktor Pendukung.
 - 1) Radio dakwah Al-Hikmah telah banyak memiliki program dakwahnya.
 - 2) Persiapan penyiaran yang dilakukan oleh radio dakwah Al-Hikmah telah sesuai dengan metode yang sebaik-baiknya.
 - b. Faktor Penghambat Yang menjadi faktor penghambatnya adalah :
 - 1) Kondisi cuaca yang buruk membuat program siaran terganggu
 - 2) Jangkauan frekuensi hanya sampai pada Banyuwangi saja
 - 3) Dana yang kurang memadai.

D. Daftar Pustaka

- Ahmad, Amrulah. 1983. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: PLP2M Prima Duta.
- Al-Bayanuni, Muhammad Abul Fath. 1994. *Al-Madkhal ila 'Ilm Al-Da'wah : Dirasah Manhajiyyah Syamilah li Tarikh Al-Da'wah wa Ushuliha wa Manahijiha wa Asalibiha wa Wasa'iliha wa Musykilatiha fi Dhaw' al-Naql wa al-'Aql*, Beirut: Mu'assasah Al-Risalah Cet. Ke-2.
- Arbi, Armawati. *Dakwah Melalui Radio (Konstruksi Radio Dakwah Di Jakarta Atas Realitas Problem Keluarga*. 2011. Disertasi--UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Arifin, M. 2004. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aziz, Moh. Ali. 2002. *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design Qualitative, Quantitativ, and Mixed Methods Approaches*. New Delhi: SAGE Publications, Inc.
- Effendi, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Jakarta: Balai Pustaka
- Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Prayudha, Harley. 2004. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang : Bayu Media Publshing.
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.

IAIN JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website:www.iain-jember.ac.id Email: pps.iainjbr@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-1246/In.20/2/PP.00.9/07/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dengan ini menerangkan bahwa telah dilakukan cek similaritas terhadap naskah tesis:

Nama : ABDI FAUJI HADIONO
NIM : 0829115001
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Jenjang : Magister (S2)

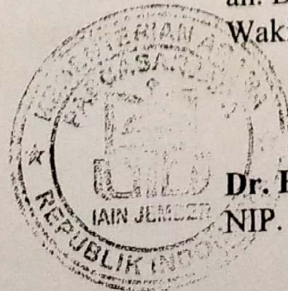
dengan hasil sebagai berikut:

| BAB | ORIGINAL | MINIMAL ORIGINAL |
|-----------------------------|----------|------------------|
| Bab I (Pendahuluan) | 81 % | 70 % |
| Bab II (Kajian Pustaka) | 70 % | 70 % |
| Bab III (Metode Penelitian) | 70 % | 70 % |
| Bab IV (Paparan Data) | 88 % | 85 % |
| Bab V (Pembahasan) | 92 % | 80 % |
| Bab VI (Penutup) | 90 % | 90 % |

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian tesis.

Jember, 25 Juli 2019

an. Direktur,
Wakil Direktur



Dr. H. Aminullah, M.Ag.
NIP. 196011161992031001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
 Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.stam@iainjember.ac.id

KARTU KONSULTASI TESIS

Nama
 Nomor Induk Mahasiswa
 Jurusan
 Program Studi
 Judul Tesis
 Dosen Pembimbing

ABDI PAUSI HADJONO
 082 911 5001
 Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Manajemen Radio Dakwah Al-Hikmah
 Pondok Pesantren Imami Syafii Genteng
 Banyuwangi
 1. Dr. H. Aminullah, M.Ag
 2. Dr. Sopyan Hadi, M.Pd.

| NO | Masalah | Tanggal | Tanda Tangan | |
|----|---|------------|--------------|---------------|
| | | | Pembimbing I | Pembimbing II |
| 1 | Konsultasi Judul | 08-03-2017 | | |
| 2 | Konsultasi Latar Belakang dan Rumusan Masalah | 10-03-2017 | | |
| 3 | Kajian Teori - Teori | 17-03-2017 | | |
| 4 | Proposal Disetujui | 27-03-2017 | | |
| 5 | Metodologi Penelitian dan Analisis Data. | 8/4/2017 | | |
| 6 | Konsultasi Tesis BAB - 1, 2, dan 3 | 8/5/2019 | | |
| 7 | Acc Bab 1, 2, dan 3 | 15/5/2019 | | |
| 8 | Konsultasi Tesis Bab 4, 5 | 26/6/2019 | | |
| 9 | Acc Tesis Bab 4, 5 dan Konsultasi Bab 6 | 3/7/2019 | | |
| 10 | Acc Tesis Bab 6 | 15/7/2019 | | |
| 11 | Tesis Disetujui untuk uji Kwalifikasi | 19-7-2019 | | |
| 12 | | | | |