

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO MAHARDHIKA FM  
BONDOWOSO DALAM MENYAMPAIKAN PESAN-PESAN  
DAKWAH MELALUI PROGRAM PELITA IMAN**

**S K R I P S I**



Oleh :

**ROHMATUL HIDAYAH**

NIM : D20181026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
JUNI 2022

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO MAHARDHIKA FM  
BONDOWOSO DALAM MENYAMPAIKAN PESAN-PESAN  
DAKWAH MELALUI PROGRAM PELITA IMAN**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh :

Rohmatul Hidayah  
NIM : D20181026

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
JUNI 2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO MAHARDHIKA FM BONDOWOSO  
DALAM MENYAMPAIKAN PESAN-PESAN DAKWAH MELALUI  
PROGRAM PELITA IMAN**

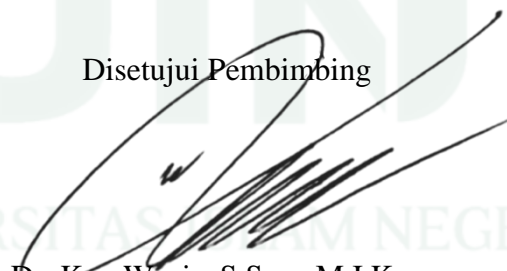
**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

Rohmatul Hidayah  
NIM : D20181026

Disetujui Pembimbing

  
Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom.  
NIP. 1974100320071010002

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO MAHARDHIKA FM BONDOWOSO  
DALAM MENYAMPAIKAN PESAN-PESAN DAKWAH MELALUI  
PROGRAM PELITA IMAN**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Senin

Tanggal : 27 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua



Mochammad Dawud, S.Sos, M.Sos.  
NIP. 197907212014111002

Sekretaris



Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.  
NIP. 198710182019031004

Anggota

1. Dr. Siti Raudlatul Jannah, M.Med.Kom. (  )
2. Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom. (  )

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah



Prof. Dr. Ahmad Asror, M.Ag.  
NIP. 197406062000031003

## MOTTO

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

"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (QS. Ali 'Imran 3: Ayat 104).\*



---

\* Menteri Agama Republik Indonesia, Mushaf Aisyah; Al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita (Bandung: Penerbit Jabal, 2010) , 63.

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada *Rabbku* Allah ﷻ dan Rasul-Nya *Sayyidina* Muhammad ﷺ sebagai kontribusi kecil untuk dakwah Islam. Dan dipersembahkan pula kepada orang-orang yang mencintaiku dan akupun mencintai mereka karena Allah.

Keluarga besar terkasih

Bapak Ibuku tercinta, Abdul Rahman dan Siti Maryam

Kakak adikku tersayang, Siti Rohmatius Solihah dan Fatimatus Zahro

Para guruku yang menjadi teladan; dosen, guru sekolah, guru ngaji, dan orang-orang yang pernah mengajarkanku walau sehuruf

Dan sahabat-sahabatku yang menjadi kekuatan, KPI O1 2018

serta kepada pembaca yang kini membaca tulisan ini....

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Segenap puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah ﷻ, karena dengan rahmat dan karunia-Nya akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan tepat waktu. Tak lupa pula shalawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad ﷺ sang panutan.

Penulis menyadari rampungnya skripsi ini karena dukungan banyak pihak. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang terdalam kepada bapak/ibu:

1. Prof. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember;
2. Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah
3. Mochammad Dawud, S.Sos., M.Sos. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam;
4. Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Para Dosen di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember;
6. Moh. Hasan Suryadi, S.E., M.Si. selaku Direktur Utama Radio Mahardhika FM Bondowoso;
7. Rudy Hardianto, S.H. selaku Direktur Pelaksana Radio Mahardhika FM Bondowoso
8. Dewi Karya S., S.Sos. Selaku Kepala Bagian Siaran Radio Mahardhika FM Bondowoso;
9. Ruslan Hasim selaku Penyiar pada program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso;
10. Dr. K.H. Madzkur Damiri, S.Pd.I., M.Si. selaku *Da'i* atau Narasumber pada program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso;
11. Warga radio dan pendengar setia Radio Mahardhika FM Bondowoso;

Akhirnya, semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan terbaik dari Allah ﷻ.

Jember, 21 Juni 2022

Penulis

## ABSTRAK

Rohmatul Hidayah, 2022: *Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah melalui Program Pelita Iman.*

**Kata kunci** : strategi komunikasi, kualitatif deskriptif, formula lasswel, *uses and gratifications*

Banyaknya radio di Bondowoso membuat kian pesatnya persaingan radio, sehingga menuntut Radio Mahardhika FM sebagai radio pemerintah di Bondowoso melakukan strategi tertentu agar tetap eksis di masyarakat. Salah satunya dalam program Pelita Iman sebagai program dakwah.

Fokus Penelitian dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep program Pelita Iman? 2) Bagaimana strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman? Adapun tujuan penelitiannya adalah mendeskripsikan strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep program Pelita Iman dan mendeskripsikan strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif-deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah itu data dianalisis dengan penalaran induktif menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. Untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan *member check*.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi yang dilakukan Radio Mahardhika dalam mengkonsep program yaitu dengan merumuskan nama program; menentukan segmentasi pendengar; menentukan bentuk dan waktu siaran di sore hari sebagai keunikan dan pembeda dengan radio lain; menentukan narasumber yang moderat, kompeten, kredibel dan tidak berpolitik; menentukan penyiar yang sesuai program; menentukan kriteria materi siaran, dan menentukan media baik radio analog, radio *streaming*, serta Youtube. Adapun tahapan strategi yang dilakukan dimulai dari formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi. Sedangkan strategi dalam menyampaikan pesan dakwah cenderung kepada upaya pengemasan program baik dari persiapan oleh penyiar, persiapan materi dakwah oleh narasumber, dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami serta pengikutan bahasa Madura bila diperlukan.



## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah .....	7
F. Sistematika Pembahasan .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Kajian Teori.....	21
1. Strategi Komunikasi .....	21
a. Pengertian Strategi Komunikasi .....	21
b. Komponen-Komponen Strategi Komunikasi .....	22
c. Tahapan Strategi Komunikasi.....	26
d. Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	29
2. Dakwah.....	31
a. Pengertian Dakwah .....	31
b. Komponen- Komponen Dakwah .....	32
c. Prinsip-Prinsip Dakwah .....	39

3. Radio Siaran .....	40
a. Pengertian Radio Siaran .....	40
b. Karakteristik Radio .....	41
c. Program Siaran Radio .....	43
d. Penggolongan Jenis Acara Siaran .....	46
e. Program Siaran Dakwah dan Jenisnya .....	47
f. Elemen Siaran Dakwah .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	49
B. Lokasi Penelitian .....	49
C. Subyek Penelitian .....	49
D. Teknik Pengumpulan Data .....	51
E. Analisis Data .....	55
F. Keabsahan Data .....	56
G. Tahapan- Tahapan Penelitian .....	57
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	58
B. Penyajian Data dan Analisis .....	72
C. Pembahasan Temuan .....	94
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>107</b>
A. Simpulan .....	107
B. Saran-Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Hal.</b>
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	15
4.1	Segmentasi Pendengar Radio Mahardhika FM.....	61



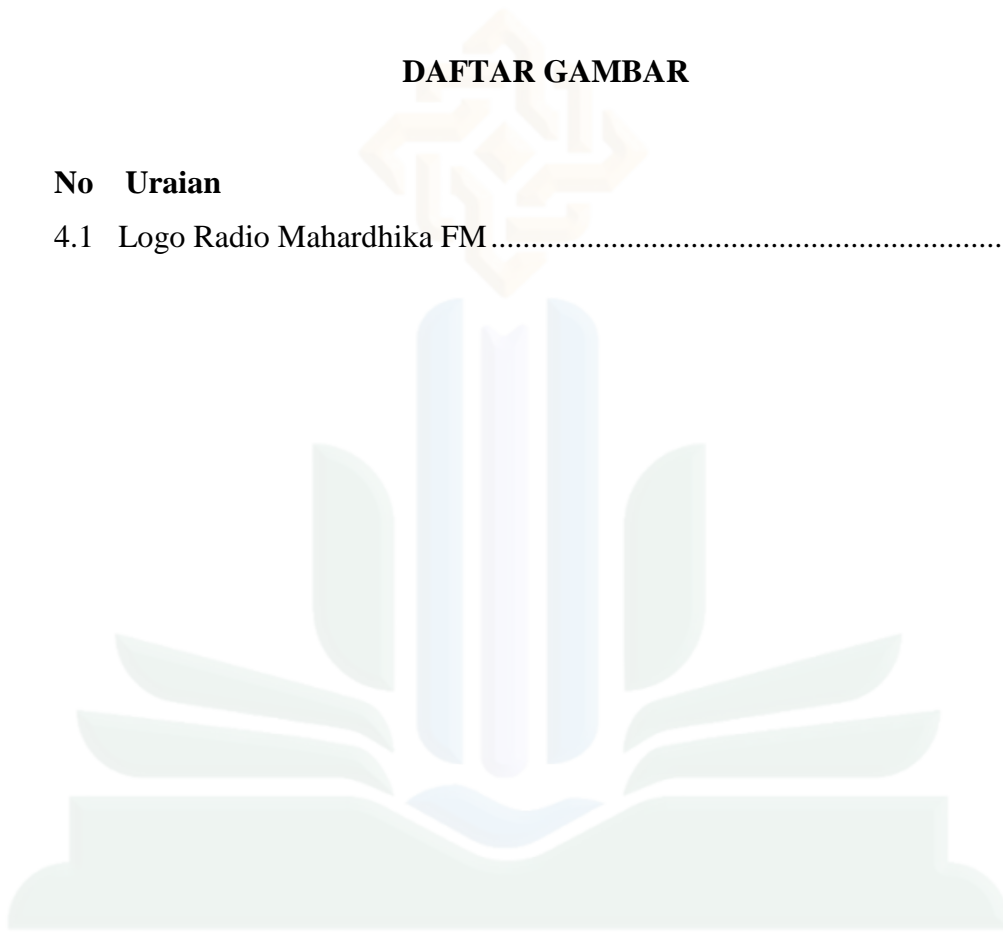
**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**DAFTAR GAMBAR**

<b>No</b>	<b>Uraian</b>	<b>Hal.</b>
4.1	Logo Radio Mahardhika FM.....	60



**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Radio Mahardhika FM Bondowoso merupakan radio tertua di Bondowoso dan kemudian muncul radio-radio lainnya diantaranya Radio Citra 93,5 FM, Radio Passopati 99,4 FM, Radio Romantika 98,6 FM, Radio Swara Bondowoso Ceria (SBC) 107,8 FM, Radio Fiskarama 92,7 FM dan Radio Pratiwi 106,9 FM serta Radio At-Taqwa Bondowoso.<sup>1</sup> Munculnya banyak radio di Bondowoso menjadikan semakin pesatnya persaingan radio. Radio Mahardhika FM sebagai radio pemerintah, yang meskipun di *back-up* pemerintah namun anggarannya terbatas sehingga membutuhkan strategi tertentu agar tetap eksis di masyarakat.

Salah satu hal yang dilakukan pihak Radio Mahardhika ialah penggunaan bahasa daerah pada beberapa programnya dan bersikap “*welcome*” ketika ada kunjungan pendengar ke radio sehingga pendengar merasa senang dan merasa menjadi bagian dari radio, terkadang para pendengar membawa makanan dan makan bersama di Radio Mahardhika FM. Pada saat itulah pihak radio mengobrol dengan pendengar dan menanyakan pendapat atau masukan dari pendengar mengenai program-program tertentu.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Observasi langsung maupun melalui internet dengan menelusuri platform-platform radio di Bondowoso baik melalui *website* maupun media sosial radio untuk mengetahui ke-eksistensian-nya, November 2021.

<sup>2</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 11 Mei 2022.

Salah satu program yang ada di radio yang letaknya strategis ini ialah program siar Pelita Iman. Program ini merupakan program dakwah yang disajikan di sore hari dengan dialog interaktif maupun dengan rekaman. Masyarakat Bondowoso yang 99,4% beragama Islam atau sebanyak 766.362 orang<sup>3</sup> merupakan segmentasi yang diperhatikan oleh radio, sehingga program dakwah juga penting dihadirkan di tengah program-program lainnya.

Keberadaan Radio Mahardhika di Bondowoso dan keberadaan radio lainnya mengindikasikan bahwa radio masih diminati oleh masyarakat atau masih ada pendengarnya. Ditambah juga dengan hadirnya radio mobil yang bisa dibilang menyelamatkan radio dari kepunahan.<sup>4</sup> Dan kini, radio tidak hanya bisa didengar melalui perangkat radio tradisional tapi juga radio di mobil, aplikasi radio di gawai maupun *streaming* radio di internet.<sup>5</sup>

Bondowoso yang menjadi salah satu daerah di Jawa Timur, tentunya tidak sedikit pendengar radionya karena menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang diperbarui tahun 2019, persentase penduduk yang mendengarkan siaran radio selama sepekan terakhir di Jawa Timur sebesar 16,53 % atau masuk lima besar tertinggi diantara provinsi lainnya di Indonesia.<sup>6</sup> Adapun di

---

<sup>3</sup> Pemerintah Kabupaten Bondowoso, “Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso No. 1 tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Bondowoso Tahun 2018-2023” (2019), <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Detail/124962/perda-kab-bondowoso-no-1-tahun-2019>.

<sup>4</sup> Yogi Wicaksono, “Radio Mobil, Sejarahnya dan Beberapa Merk Terbaiknya,” 14 Oktober, 2021, <https://lifepal.co.id/media/radio-mobil/>.

<sup>5</sup> Debore Laksmi Indraswati, “Eksistensi Radio Menghibur pendengar di Era Digital,” Litbang Kompas, 5 september, 2021, <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/09/05/eksistensi-radio-menghibur-pendengar-di-era-digital>.

<sup>6</sup> Badan Pusat Statistik, “Persentase Penduduk berumur 5 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Siaran Radio selama Seminggu Terakhir menurut Provinsi, Tipe Daerah, dan Jenis Kelamin, 2018,” 17 Oktober, 2019, <https://www.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2078/persentase->

Indonesia sendiri berdasarkan jajak pendapat Litbang Kompas pada bulan Agustus 2021 kepada 522 responden dari 34 provinsi di Indonesia, menunjukkan bahwa 45% responden masih mendengarkan radio. Di masa pandemi, 38% responden meluangkan waktu menikmati siaran radio bahkan 13,6% responden melakukannya setiap hari.<sup>7</sup> Dan dari data Radex (*Radio Advertising Expenditure*) November 2021, pendengar radio di Indonesia meningkat dari tahun sebelumnya dan mencapai 30 juta lebih saat pandemi.<sup>8</sup>

Data jumlah pendengar tersebut menunjukkan bahwa radio sebagai media massa bisa digunakan sebagai media dakwah agar pesan-pesan dakwah bisa tersampaikan dengan baik. Dalam QS. Ali Imran ayat 104 Allah berfirman:

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

Artinya : "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung."<sup>9</sup>

Kata “min”\_ مِنْ dalam ayat di atas berdasarkan tafsir Jalalain berarti “sebagian” atau menunjukkan *fardhu kifayah*, sehingga tidak mesti bagi

---

penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seAhad-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html.

<sup>7</sup> Indraswati, “Eksistensi Radio Menghibur pendengar di Era Digital.”

<sup>8</sup> Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI), “Data Radex PRSSNI November 2021,” 24 November, 2021, <https://radioindonesia.co.id/news-detail/data-radex-prssni-november-2021>.

<sup>9</sup> Menteri Agama Republik Indonesia, *Mushaf Aisyah; Al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita* (Bandung: Penerbit Jabal, 2010), 63.

seluruh umat dan tidak pula layak bagi setiap orang semisal orang bodoh.<sup>10</sup> Hal ini senada dengan tafsir Al-Munir, yang menerangkan bahwa hendaklah ada segolongan orang yang dijadikan panutan oleh berbagai kalangan yang menyeru manusia pada kebaikan. Dan golongan ini haruslah berilmu dan menguasai keadaan serta pandai menyiasati manusia. Sebab jika tidak demikian, maka justru akan menjerumuskan manusia pada kedurhakaan, melarang yang makruf, dan menganjurkan pada kemungkaran. Seruan paling utama adalah pembuktian zat Allah, sifat-sifat-Nya dan menyucikannya dari keserupaan dengan makhluk, kemudian golongan tersebut menyuruh kepada yang makruf yaitu yang diperintahkan Allah, dan mencegah dari yang mungkar yaitu yang diharamkan Allah. Dan golongan itu adalah golongan yang beruntung.<sup>11</sup> Atau dalam tafsir Jalalain dikatakan orang yang berbahagia.

Manusia yang beruntung dalam ayat 104 QS. Ali-Imron tersebut ialah yang berdakwah. Adapun dakwah merupakan aktivitas metransformasikan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan manusia secara terus menerus supaya diperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat dengan tujuan serta strategi tertentu<sup>12</sup> Hal inilah yang menarik peneliti untuk memilih judul “Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah melalui Program Pelita Iman.”

<sup>10</sup> Imam Jalaluddin Al-Mahalli dan Imam Jalaluddin As-Suyuthi, *Terjemah Tafsir Jalalain Berikut Asbabun Nuzul Jilid 1*, ed. oleh Li Sufyana M. Bakri, Terj. Bahrn Abu Bakar (Bandung: Penerbit Sinar Baru Algesindo, 1997), 259.

<sup>11</sup> Muhammad Nawawi Al-Jawi (Banten), *Tafsir Al-Munir (Mara>h Labi>d) Jilid 1*, Terj. Bahrn Abu Bakar (Bandung: Penerbit Sinar Baru Algesindo, 2017), 414-15.

<sup>12</sup> Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah; Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu* (Yogyakarta: Lkis, 2018), 14.



## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka masalah yang difokuskan meliputi :

1. Bagaimana strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep program Pelita Iman?
2. Bagaimana strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam skripsi ini sesuai dengan fokus penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep program Pelita Iman;
2. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman;

## **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah khazanah keilmuan pada bidang komunikasi terutama pada aspek strategi komunikasi, pesan dakwah dan program radio.

- b. Penelitian ini turut berkontribusi dalam pengembangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

- 1) Dapat menambah wawasan pengetahuan tentang strategi komunikasi dalam dakwah.
- 2) Dapat menambah pengalaman dan keterampilan penulisan karya ilmiah sebagai bekal penulisan penelitian – penelitian berikutnya.

### **b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**

Dapat menjadi tambahan referensi atau sebagai rujukan bagi generasi penerus di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

### **c. Bagi Radio Mahardhika Bondowoso**

Dapat dijadikan salah satu dokumen radio terutama untuk pertimbangan evaluasi program dakwah. Dan diharapkan penelitian ini sebagai sarana memperkenalkan Radio Mahardhika Bondowoso lebih luas lagi kepada masyarakat.

### **d. Bagi Masyarakat**

Dapat dijadikan tambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai strategi komunikasi dakwah di media radio, dan dapat dijadikan sumber inspirasi dan kesadaran dalam berdakwah serta mengkonsep program dakwah melalui media tertentu.

## E. Definisi Istilah

Strategi adalah rencana cermat mencapai tujuan sedangkan komunikasi adalah penyampaian atau penerimaan pesan agar diperoleh kesamaan makna dan pemahaman antara dua orang atau lebih. Sehingga bisa diartikan strategi komunikasi adalah rencana cermat demi komunikasi yang lancar.

Pesan-pesan dakwah adalah sesuatu yang didakwahkan, berupa ajaran dan nilai-nilai Islam yang meliputi Akidah, Syariah, dan Akhlak.

Program Radio adalah acara siaran di radio atau acara yang disuguhkan oleh radio. Sehingga maksud dari judul "*Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah melalui Program Pelita Iman*" adalah meneliti strategi komunikasi Radio Mahardhika FM dalam mengkonsep program dan dalam menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam pada program siaran Pelita Iman.

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ialah alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab awal hingga bab akhir.<sup>13</sup> Sistematika skripsi ini diantaranya:

Bab I, Pendahuluan. Bab awal ini membahas konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, serta sistematika pembahasan.

Bab II, Kajian Pustaka. Bab ini berisi penelitian terdahulu yang sejenis dan relevan dengan penelitian peneliti, dan membahas kajian teori sebagai pijakan penelitian.

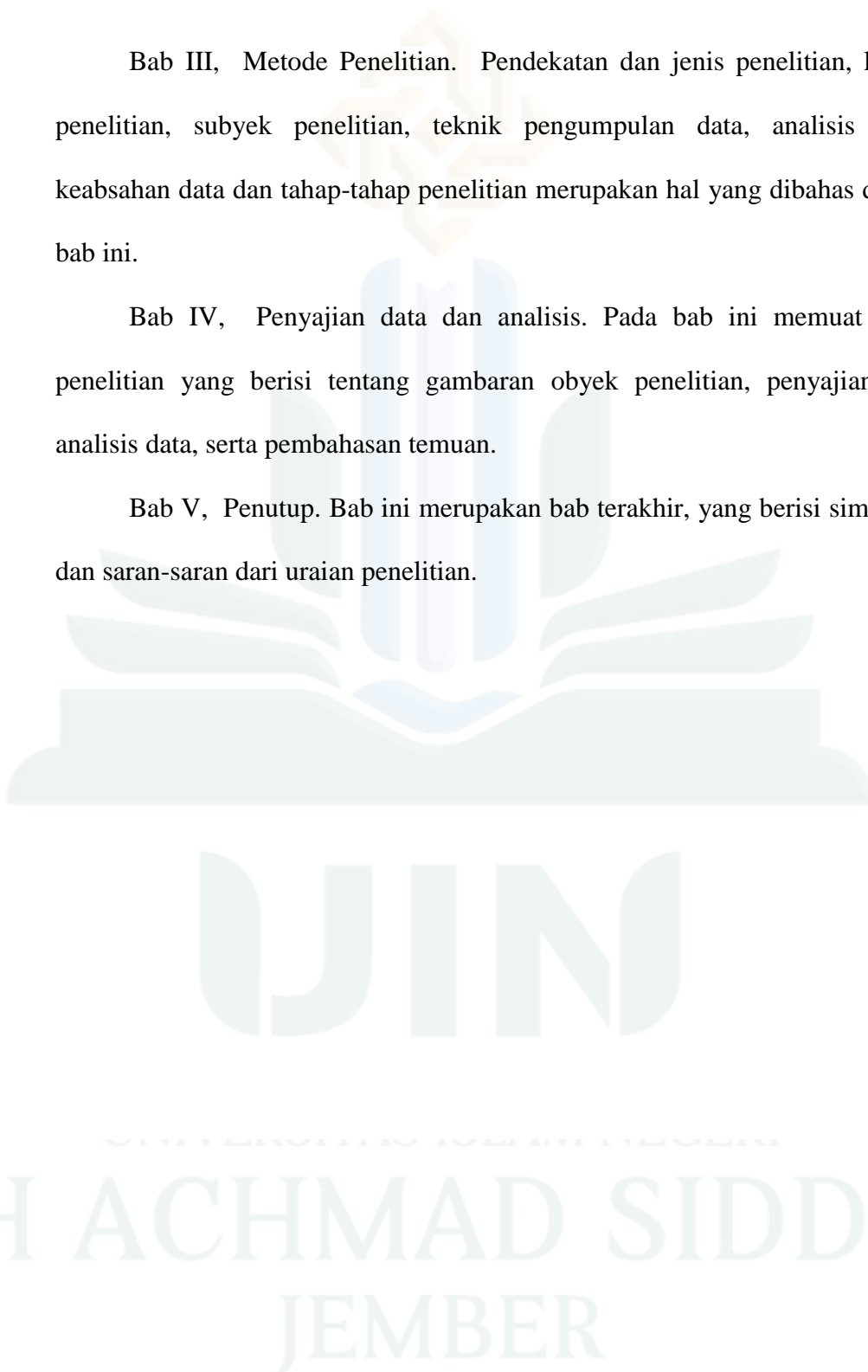
---

<sup>13</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 93.

Bab III, Metode Penelitian. Pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian merupakan hal yang dibahas dalam bab ini.

Bab IV, Penyajian data dan analisis. Pada bab ini memuat hasil penelitian yang berisi tentang gambaran obyek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan.

Bab V, Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir, yang berisi simpulan dan saran-saran dari uraian penelitian.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dimaksudkan agar dapat diketahui posisi penelitian yang dilakukan peneliti dan sejauh mana orisinalitasnya.<sup>14</sup> Penelitian terdahulu dalam skripsi ini yaitu:

1. Skripsi Wildan Mukhlisah Syafa'ah pada tahun 2020 dengan judul *“Strategi Komunikasi Radio Mutiara FM dalam Program Dakwah Ngaji Bareng Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar.”*<sup>15</sup>

Penelitian Syafa'ah menemukan bahwa strategi Radio Mutiara FM dilakukan dengan memperhatikan berbagai unsur komunikasi sebagaimana model Harold. D. Lasswel yaitu komunikator, komunikan, pesan, media dan efek. Selain itu juga dilakukan pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penentuan metode dan pemilihan media. Adapun respon pendengar pada program dakwah “Ngaji Bareng” di Radio Mutiara FM Jember cukup beragam, hal ini disebabkan perbedaan latar belakang, kebutuhan, serta kepuasan dari pendengar.

Perbedaan penelitian Syafa'ah dengan penelitian peneliti adalah pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Syafa'ah berfokus pada strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah pendengar sedangkan peneliti berfokus pada strategi komunikasi dalam

---

<sup>14</sup> Tim Penyusun, 93-4.

<sup>15</sup> Wildan Mukhlisah Syafa'ah, “Strategi Komunikasi Radio Mutiara FM dalam Program Dakwah Ngaji Bareng Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar” (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2020).

menyampaikan pesan-pesan dakwah dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.

2. Skripsi Muhammad Nurul Yaqin pada tahun 2020 dengan judul “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember pada Program Cakrawala.*”<sup>16</sup>

Hasil penelitian Yaqin, ditemukan bahwa strategi Radio Suara Akbar FM memakai strategi profetik, mengenal khalayak, menyusun pesan dan menetapkan metode. Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi diantaranya hambatan secara teknis, narasumber mendadak tidak hadir, kesulitan menjaring pendengar anak muda dan gejala alam. Dan strategi Radio Suara Akbar FM untuk menarik pendengar yaitu dengan *live streaming*, promosi melalui media sosial, pemberian *reward* dan gaya pendengar.

Fokus dan lokasi penelitian menjadi pembeda penelitian Yaqin dengan penelitian peneliti. Penelitian Yaqin berfokus pada strategi komunikasi dalam dakwah, menghadapi hambatan dan meningkatkan jumlah pendengar sedangkan peneliti berfokus pada strategi komunikasi dalam mengkonsep dan menyampaikan pesan-pesan dakwah juga menanyakan kelebihan dan kekurangan program. Penelitian Yaqin berlokasi di Radio Suara Akbar FM Jember sedangkan peneliti di Radio Mahardhika FM Bondowoso.

---

<sup>16</sup> Muhammad Nurul Yaqin, “Strategi Komunikasi Dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember pada Program Cakrawala” (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2020).

3. Skripsi Ali Abdurrahman pada tahun 2019 dengan judul “*Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Aswaja FM dalam Menyebarkan Islam Nusantara.*”<sup>17</sup>

Berdasarkan hasil penelitian Abdurrahman, strategi komunikasi dakwah yang dilakukan Radio Aswaja FM terbagi menjadi dua yakni secara internal dengan mengkonsolidasi kepada semua jajaran untuk *support* adanya radio agar tetap eksis, dan secara eksternal dengan melakukan komunikasi-komunikasi diluar radio termasuk menawarkan sponsor, menawarkan program-program dll. Adapun strategi melalui program acara yakni pengajian *tabligh akbar*, kajian *batsul masail*, kajian kitab kuning, serta kegiatan sosial dan tradisional. Metode yang dipakai ialah *redudancy* dan isi pesan yang informatif dan persuasif dengan jenis dakwah *bil-lisan*.

Penelitian Abdurrahman ini berfokus pada strategi komunikasi dalam menyebarkan Islam Nusantara dan berlokasi di Radio Aswaja FM. Sedangkan peneliti berfokus pada strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian peneliti.

---

<sup>17</sup> Ali Abdurrahman, “Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Aswaja FM dalam Menyebarluaskan Islam Nusantara” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/7546>.

4. Skripsi Fatimah Zuhrotin Nuha pada tahun 2018 dengan judul “*Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Program Acara Keagamaan “Sinaran Iman” di Radio Prosalina FM dan Program Acara Keagamaan “Titian Fajar” di Radio Suara Akbar FM.*”<sup>18</sup>

Penelitian Nuha ini menghasilkan kesimpulan bahwa strategi di Radio Prosalina FM menggunakan bahasa keseharian masyarakat Jember dalam membidik pendengar yaitu bahasa Madura dan Jawa. Selain itu juga mempertimbangkan kualitas narasumber. Sedangkan strategi di Radio Suara Akbar FM yaitu dengan memperhatikan teknis siaran baik siaran rekaman maupun langsung dan bentuk siaran yang variatif baik monolog maupun dialog. Adapun kelebihan program “Sinaran Iman” di Radio Prosalina FM terletak pada bahasa yang digunakan dan kekurangannya pada *feedback* atau umpan balik yang didapat bersifat tertunda. Sedangkan kelebihan program “Titian Fajar” di Radio Suara Akbar FM adalah teknis dan bentuk siaran yang variatif dan kekurangannya juga terdapat pada teknis siaran yaitu dialog yang memicu perpanjangan waktu.

Penelitian Nuha berbeda dengan penelitian peneliti. Penelitian Nuha berfokus pada perbandingan strategi komunikasi dalam program keagamaan antara radio Prosalina FM dan Radio Suara Akbar FM serta berlokasi di kedua radio tersebut. Sedangkan peneliti meneliti pada satu radio dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.

---

<sup>18</sup> Fatimah Zuhrotin Nuha, “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Program Acara Keagamaan “Sinaran Iman” (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2018).



5. Skripsi Endang Rismawati pada tahun 2018 dengan judul “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pada Program Siaran Rohani.*”<sup>19</sup>

Hasil dari penelitian Rismawati ini yaitu bahwa strategi komunikasi La Nugraha Lampung dalam program siaran Rohani meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan (*controlling*). Dan jika dikaitkan dengan teori Lasswell maka efek dari siaran adalah menjadikan komunikator mengajak komunikan ke arah positif. Adapun dari segi bentuknya, menggunakan strategi dengan pendekatan persuasif dan informatif.

Perbedaannya pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Rismawati berfokus pada satu pertanyaan yaitu strategi komunikasi dakwah radio dan berlokasi di Radio La Nugraha FM Lampung. Sedangkan peneliti fokus pada dua pertanyaan yaitu Strategi Komunikasi radio dalam mengkonsep program dakwah dan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program tersebut dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.

---

<sup>19</sup> Endang Rismawati, “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97, 6 Fm La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018), [http://repository.radenintan.ac.id/4175/1/skripsi\\_full.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/4175/1/skripsi_full.pdf).

6. Artikel jurnal Reny Masyitoh pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya” dalam jurnal *Al-I’lam (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 1)*.<sup>20</sup>

Hasil penelitian dalam artikel jurnal Masyitoh ini yaitu strategi dakwah program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya diantaranya dengan memilih *da’i* atau narasumber yang kompeten, memilih waktu siang hari sebab efektif dan berbeda dengan program kajian radio lain, dan memperhatikan pengemasan program. Pada program “Ngaji Fiqih Kontemporer” tidak bertopik, melainkan langsung pendengar bertanya dan *da’i* menjawab, sedangkan pada program “Tadarus Keluarga” topiknya terkini baik masalah keluarga maupun membahas buku yang di tulis *da’i*. Adapun Respon pendengar mengenai kedua program ini sangat bagus sebab *da’i* kompeten dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pendengar, dan pendengarpun berharap dari dua program dakwah ini ada program *off air*

Perbedaannya dengan penelitian peneliti juga pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Masyitoh berfokus pada dua program dakwah dan berlokasi di Radio SAS FM Surabaya sedangkan peneliti hanya berfokus pada satu program dakwah dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.

---

<sup>20</sup> Reny Masyitoh, “Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya,” *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2018): 51, <https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.231>.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

No	Judul, Perguruan Tinggi & Tahun Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan Penelitian
1	2	3	4	5
1)	<p>Strategi Komunikasi Radio Mutiara FM dalam Program Dakwah Ngaji Bareng Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar</p> <p>Oleh: Wildan Mukhlisah Syafa'ah. IAIN Jember. 2020.</p>	<p>a. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Radio Mutiara FM dalam program dakwah Ngaji Bareng untuk meningkatkan jumlah pendengar?</p> <p>b. Bagaimana respon pendengar terhadap program dakwah Ngaji Bareng?</p>	<p>a. Strateginya yaitu dengan memperhatikan berbagai unsur komunikasi sebagaimana model Harold. D Lasswel yaitu komunikator, komunikan, pesan, media dan efek. Selain itu sebelum menerapkan strategi adalah mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan memilih media.</p> <p>b. Respon pendengar cukup beragam, hal ini disebabkan perbedaan latar belakang, kebutuhan, serta kepuasan dari pendengar.</p>	<p>Persamaannya yaitu Sama-sama membahas strategi komunikasi radio pada program siaran dakwah dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif-deskriptif.</p> <p>Perbedaannya pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Wildan Mukhlisah Syafa'ah meneliti strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah pendengar dan berlokasi di Radio Mutiara FM Jember. Sedangkan peneliti meneliti Strategi Komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.</p>

1	2	3	4	5
2)	<p>Strategi Komunikasi Dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember pada Program Cakrawala.</p> <p>Oleh: Muhammad Nurul Yaqin. IAIN Jember. 2020.</p>	<p>a. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember pada program Cakrawala?</p> <p>b. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember dalam menghadapi hambatan-hambatan pada program Cakrawala?</p> <p>c. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember dalam meningkatkan pendengar pada program Cakrawala?</p>	<p>a. Strateginya memakai strategi profetik, mengenal khalayak, menyusun pesan dan menetapkan metode.</p> <p>b. Hambatan-hambatan yang dihadapi diantaranya hambatan secara teknis, narasumber mendadak tidak hadir, kesulitan menjaring pendengar anak muda dan gejala alam.</p> <p>c. Strategi Radio Suara Akbar FM untuk menarik pendengar yaitu dengan <i>live streaming</i>, promosi melalui media sosial, pemberian reward dan gaya pendengar.</p>	<p>Persamaannya yaitu sama-sama membahas strategi komunikasi radio pada program siaran dakwah dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif-deskriptif.</p> <p>Perbedaannya pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Muhammad Nurul Yaqin meneliti strategi komunikasi dakwah, strategi menghadapi hambatan, dan strategi dalam meningkatkan pendengar serta berlokasi di Radio Suara Akbar FM Jember. Sedangkan peneliti meneliti strategi komunikasi radio dalam mengkonsep program dan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah serta berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.</p>

1	2	3	4	5
3)	<p>Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Aswaja FM dalam Menyebarkan Islam Nusantara.</p> <p>Oleh : Ali Abdurrahman. IAIN Ponorogo. 2019</p>	<p>a. Bagaimana perencanaan penyiaran radio Aswaja FM dalam menarik minat pendengar Masyarakat Bondowoso ?</p> <p>b. Apa saja strategi komunikasi dakwah di Radio Aswaja FM dalam menyebarkan Islam Nusantara?</p>	<p>a. Secara internal yaitu mengkonsolidasi kepada semua jajaran untuk <i>men-support</i> adanya radio agar tetap eksis. Dan secara eksternal yaitu melakukan komunikasi-komunikasi diluar radio termasuk menawarkan sponsor, menawarkan program-program dll.</p> <p>c. Strateginya yaitu dakwah melalui program acara (pengajian tabligh akbar, kajian batsul masail, kajian kitab kuning, dan kegiatan sosial dan tradisional), menggunakan metode <i>redudancy</i>, isi pesan informatif dan persuasif dan jenis dakwah <i>bil-lisan</i>.</p>	<p>Persamaannya yaitu sama-sama membahas strategi komunikasi radio dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif-deskriptif.</p> <p>Perbedaannya pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Ali Abdurrahman meneliti strategi komunikasi dalam menyebarkan Islam Nusantara dan berlokasi di Radio Aswaja FM. Sedangkan peneliti meneliti Strategi Komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.</p>

1	2	3	4	5
4)	<p>Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Program Acara Keagamaan “Sinaran Iman” di Radio Prosalina FM dan Program Acara Keagamaan “Titian Fajar” di Radio Suara Akbar FM.</p> <p>Oleh: Fatimah Zuhrotin Nuha. IAIN Jember. 2018.</p>	<p>a. Bagaimana strategi komunikasi dakwah melalui program acara keagamaan di Radio Prosalina FM dan Radio Suara Akbar FM?</p> <p>b. Apa kelebihan dan kekurangan program acara keagamaan “Sinaran Iman” di Radio Prosalina FM dan “Titian Fajar” di Radio Suara Akbar FM?</p>	<p>a. Strategi di Radio Prosalina FM menggunakan bahasa keseharian masyarakat Jember dalam membidik pendengar yaitu Bahasa Madura dan Jawa. Selain itu juga mempertimbangkan kualitas narasumber. Sedangkan strategi di Radio Akbar FM yaitu dengan memperhatikan teknis siaran baik siaran rekaman maupun langsung dan bentuk siaran yang variatif baik monolog maupun dialog.</p> <p>b. Kelebihan program “Sinaran Iman” terletak pada bahasa yang digunakan dan kekurangannya pada <i>feedback</i> atau umpan balik yang didapat bersifat tertunda. Sedangkan kelebihan program “Titian Fajar” adalah teknis dan bentuk siaran yang variatif dan kekurangannya juga terdapat pada teknis siaran yaitu dialog yang memicu perpanjangan waktu.</p>	<p>Persamaannya yaitu sama-sama membahas strategi komunikasi dalam program keagamaan dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif-deskriptif.</p> <p>Perbedaannya pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Fatimah Zuhrotin Nuha meneliti perbandingan strategi komunikasi dalam program keagamaan antara radio Prosalina FM dan Radio Suara Akbar FM dan berlokasi di kedua radio tersebut. Sedangkan peneliti meneliti pada satu radio dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.</p>

1	2	3	4	5
5)	<p>Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pada Program Siaran Rohani</p> <p>Oleh : Endang Rismawati. UIN Raden Intan Lampung. 2018</p>	<p>a. Bagaimana strategi komunikasi dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung pada Program Siaran Rohani?</p>	<p>a. Strategi komunikasi yang dilakukan melalui tiga tahapan yaitu perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan (<i>controlling</i>). Jika dikaitkan dengan teori Lasswell maka efek yang didapat dari siaran yaitu menjadikan komunikator mengajak komunikan ke arah positif. Strategi dari segi bentuknya menggunakan pendekatan persuasif dan informatif.</p>	<p>Persamaannya yaitu Sama-sama membahas strategi komunikasi radio pada program siaran dakwah dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif-deskriptif.</p> <p>Perbedaannya pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Endang Rismawati berfokus pada satu pertanyaan yaitu strategi komunikasi dakwah radio dan berlokasi di Radio La Nugraha FM Lampung. Sedangkan peneliti fokus pada dua pertanyaan yaitu Strategi Komunikasi radio dalam mengkonsep program dakwah dan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program tersebut dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.</p>

1	2	3	4	5
6)	<p>Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya. Jurnal : <i>Al-I'lam</i></p> <p>Oleh : Reny Masyitoh. UIN Sunan Ampel Surabaya. 2018.</p>	<p>a. Bagaimana konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya?</p> <p>b. Bagaimana strategi dakwah pada program “Ngaji Fiqih Kontemporer ” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya?</p> <p>c. Bagaimana respon pendengar mengenai program “Ngaji Fiqih Kontemporer ” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya?</p>	<p>a. Konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya bermula dari keinginan memperluas syiar dakwah yang ada di Masjid Nasional al-Akbar Surabaya, sebab sebagai pusat dakwah.</p> <p>b. Strateginya yaitu : Memilih Dai yang kompeten, memilih waktu siang hari karena efektif dan membedakan dengan program kajian di radio lain, dan memperhatikan kemasan program..</p> <p>c. Respon pendengar sangat bagus sebab <i>da'i</i> kompeten dalam menjawab segala pertanyaan dari pendengar, dan pendengarpun berharap ada program <i>off air</i> dari dua program dakwah tersebut.</p>	<p>Persamaannya yaitu Sama-sama membahas strategi radio pada program siaran dakwah dan sama-sama menggunakan metode Kualitatif-deskriptif.</p> <p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu pada fokus penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian Reny Masyitoh berfokus pada dua program dakwah dan berlokasi di Radio SAS FM Surabaya sedangkan peneliti hanya berfokus pada satu program dakwah dan berlokasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso.</p>

Sumber : Olahan Penulis 2022



## B. Kajian Teori

### 1. Strategi Komunikasi

#### a. Pengertian Strategi Komunikasi

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani dari kata *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan. Kata *strategia* berasal dari kata *strategos* yang merupakan perkembangan dari kata *stratos* (tentara) dan *agein* (pemimpin). Awalnya istilah strategi digunakan dalam konteks militer namun seiring berkembangnya zaman, penggunaannya meluas ke berbagai aspek kehidupan masyarakat termasuk dalam komunikasi dan dakwah.<sup>21</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi berarti rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Sedangkan istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang bersumber dari *communis* yang berarti “sama.” maksudnya “sama makna.” Sehingga minimal komunikasi harus mengandung “kesamaan makna” antara kedua belah pihak yang terlibat.<sup>22</sup> Sehingga secara bahasa strategi komunikasi dapat diartikan kepemimpinan (pengaturan) atau perencanaan cermat demi tercapainya kesamaan makna dan pemahaman dari pihak yang terlibat.

---

<sup>21</sup> Anwar Arifin Andipate, *Strategi Dakwah-Perspektif Ilmu Komunikasi* (Depok: Khalifah Mediatama, 2015), 35.

<sup>22</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 4.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchana Effendy sebagaimana dikutip Suryadi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, di mana strategi komunikasi perlu menunjukkan operasionalnya yang harus dilakukan secara taktis, artinya sewaktu-waktu situasi dan kondisi bisa membuat pendekatan berbeda. Kemudian Suryadi juga memberi komentar bahwa upaya mengemas pesan supaya dapat dikomunikasikan dengan efektif adalah kecenderungan dari strategi komunikasi.<sup>23</sup> Komunikasi dikatakan efektif bila hasilnya sesuai harapan peserta komunikasi (orang yang sedang berkomunikasi).<sup>24</sup>

#### **b. Komponen-Komponen Strategi Komunikasi**

Yulia (2010) mengatakan bahwa istilah strategi komunikasi sering dipakai untuk menyebut Formula Lasswell. Harold D. Lasswell adalah seorang sarjana Hukum dari Yale University yang menyatakan bahwa cara terbaik menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan : “*Who says what in which channel to whom which what effect?*.” Sehingga komponen-komponen strategi komunikasi adalah jawaban dalam Formula Lasswell tersebut yaitu:

- *who?* (siapa komunikatornya),

---

<sup>23</sup> Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi; Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 5.

<sup>24</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 117.

- *says what?* (pesan apa yang dinyatakan),
- *in which channel?* (media apa yang digunakan),
- *to whom?* (Siapa komunikannya) dan
- *which what effect* (efek apa yang diharapkan).<sup>25</sup>

Dan terkait pertanyaan terakhir mengandung pertanyaan lain secara implisit yaitu: *When?* (kapan dilaksanakan?), *How?* Bagaimana melaksanakannya?, dan *Why?* (Mengapa dilaksanakan demikian?). Penambahan ini penting mengingat banyaknya jenis sifat komunikasi yaitu Informasi, persuasi, dan instruksi.<sup>26</sup>

Adapun sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi menurut Suryadi<sup>27</sup> yaitu :

- 1) Komunikator, indikatornya meliputi kepercayaan diri, kredibilitas, terbuka, jujur, disiplin, berkeinginan keras, penuh perhitungan logika dan rasional, serta selalu mawas diri.
- 2) Pesan, indikatornya meliputi benar, autentik, rasional, terukur, banyak, valid, *reliable*, cepat, jelas sumbernya, dan selalu menjadi sumber pemer kaya pesan lainnya.
- 3) Media, indikatornya meliputi elektronik, cetak, grafis gambar, infografis, visual diam, visual gerak, audio, dan audio visual.
- 4) Komunikan, indikatornya adalah personal, kelompok terbatas, masyarakat luas, lawan tujuan, pertemuan dalam satu tujuan,

<sup>25</sup> Wanda Yulia, *Andai Aku Jadi Penyiar* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), 10.

<sup>26</sup> Yulia, 11.

<sup>27</sup> Suryadi, *Strategi Komunikasi; Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*,

anggota baru, bukan anggota organisasi, anggota lama, orang yang membutuhkan atau memerlukan laporan.

- 5) Efek, indikatornya meliputi pemahaman pesan oleh komunikan, kerjasama dalam memahami pesan, terjalin pemahaman bersama, terjadi perbedaan persepsi, ingin menunjukkan arah pesan, memberikan perbandingan pesan yang dimaksud, bertambahnya persepsi baru yang sesuai ataupun yang bertentangan, saling memperkaya pemahaman pesan, berorientasi pada capaian tujuan bersama dengan pesan yang sama ataupun pesan yang berbeda.

Korelasi antar komponen dalam strategi komunikasi dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktek*<sup>28</sup> yaitu berikut :

- a) Mengenali sasaran komunikasi, bahwa sebelum melancarkan komunikasi perlu tahu siapa-siapa yang menjadi sasaran komunikasi. ini bergantung pada tujuan komunikasi. Faktor yang perlu diperhatikan meliputi faktor kerangka referensi ; dan faktor situasi dan kondisi. Lebih mudah mengenal kerangka referensi jika komunikan hanya satu orang, namun lebih sulit jika pada komunikasi kelompok, bahkan lebih sulit lagi pada komunikan media massa sebab sifatnya yang heterogen, sehingga menurut Effendy pesan yang disampaikan kepada

---

<sup>28</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi ; Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2016), 35-39.

khalayak media massa hanya bersifat informatif saja atau umum dan dimengerti semua orang serta mengenai hal menyangkut kepentingan semua orang. Namun bila ingin dipersuasikan maka lebih efektif khalayak dibuat kelompok-kelompok khusus dan diadakan komunikasi berkelompok sehingga ada komunikasi dua arah. Faktor situasi dan kondisi, yang dimaksud situasi yaitu situasi komunikasi saat akan menerima pesan yang disampaikan. situasi bisa diduga menghambat komunikasi dapat diduga sebelumnya, seperti komunikasi akan rapat atau terburu-buru misalnya. Dan hambatan bisa datang tiba-tiba seperti hujan lebat, petir menggebu, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud kondisi yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi saat menerima pesan. Apakah komunikasi sedang lapar, sedih, senang dan lain sebagainya.

b) Pemilihan media komunikasi. Media juga ditentukan dari tujuan komunikasi dan teknik yang akan dicapai. Media bisa berupa media tradisional maupun modern.

c) Pengkajian tujuan pesan komunikasi. Komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan bisa satu namun lambang bisa beragam seperti melalui bahasa, gambar, warna, gerak dan sebagainya. Dalam komunikasi bahasa berperan penting karena tanpa penguasaan bahasa, hasil pemikiran sebaik apapun tak mampu dikomunikasikan secara tepat. Bahasa terdiri dari kata

dan kalimat yang mengandung makna denotatif yaitu mengandung arti sebenarnya dan makna konotatif yaitu mengandung arti kiasan atau bukan sebenarnya. Effendy mengatakan bahwa lebih baik menghindari pengucapan yang bermakna konotatif, namun jika terpaksa harus diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksudkan.

- d) Peranan komunikator dalam komunikasi. Faktor penting dalam diri komunikator adalah daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Pada daya tarik sumber, komunikator merasa ada kesamaan dengan komunikator sehingga bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan. Sedangkan pada kredibilitas sumber bahwa berhasilnya komunikasi pada kepercayaan diri komunikator yang berkaitan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki. Pada kedua faktor tersebut, komunikator harus bersifat empatik yaitu mampu memposisikan dirinya pada peranan orang lain atau bisa merasakan apa yang dirasakan orang lain.

### c. Tahapan Strategi Komunikasi

Adapun tahapan strategi diadaptasi dari proses *manajemen strategi* dalam buku berjudul *Manajemen Strategis*<sup>29</sup> terangkum dalam tiga tahapan sebagai berikut :

#### 1) Formulasi Strategi

Formulasi strategi adalah proses yang dilaksanakan organisasi dalam menetapkan program atau rencana untuk mencapai

---

<sup>29</sup> Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020)., 8-13.

tujuan dan cara yang akan digunakan untuk mencapainya. Secara spesifik, Akdon sebagaimana dikutip Ahmad (2020) mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi yaitu : a) menentukan visi, misi, tujuan, dan sasaran yang akan dicapai dengan tepat sehingga bisa digunakan sebagai acuan operasional organisasi; b) mengenali lingkungan di mana organisasi berada; dan c) melakukan analisis yang bermanfaat *positioning* organisasi untuk pertahanan eksistensi dan pelaksanaan tujuannya. *Positioning* adalah bagaimana khalayak menempatkan/ mempersepsikan suatu produk, merek, maupun perusahaan (termasuk disini radio) didalam otaknya sehingga memiliki penilaian tertentu.<sup>30</sup>

## 2) Implementasi Strategi

Setelah strategi telah ditetapkan, proses berikutnya adalah pelaksanaannya dalam bentuk tindakan atau aksi. Implementasi pada dasarnya ialah mengimplementasikan strategi ke dalam berbagai alokasi sumberdaya secara maksimal, baik itu sumber daya manusia maupun sarana prasana. Agar proses implementasi strategi berjalan sesuai harapan, harus ada sistem *controlling* (pengawasan) yang tepat. Tujuan pengawasan yaitu untuk mencegah aktivitas yang menyimpang karena tidak menutup kemungkinan akan

---

<sup>30</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Edisi 6 Re (Jakarta: Prenada Media Group (Divisi Kencana), 2018)., 197.

menghadapi kendala-kendala dan penyelesaiannya bisa dilakukan dengan pengabaian atau penyimpangan dari ketentuan.<sup>31</sup>

### 3) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi ialah usaha untuk memonitor hasil dari perumusan dan implementasi strategi termasuk mengukur kinerja organisasi, serta jika diperlukan mengambil langkah perbaikan. Substansi evaluasi bukan menentukan salah dan benar dalam implementasi tapi mencari solusi atas kendala yang dihadapi dalam implementasi.<sup>32</sup>

Anwar Arifin Andipate (2015) mengemukakan bahwa langkah strategis dalam perumusan strategi dakwah dengan perspektif komunikasi ada enam. Pertama, tersedianya komunikator dakwah. Kedua, adanya organisasi atau lembaga dakwah terpercaya. Ketiga, pengenalan khalayak. Keempat, penyusunan pesan. Kelima, penetapan metode. Dan keenam, penetapan media.<sup>33</sup> Terutama pada peranan komunikator dan pesan harus disiapkan, karena tingkat penghargaan dan kepentingan komunikan terhadap komunikator maupun pesan menentukan kualitas komunikasi dan saling pengertian.<sup>34</sup>

<sup>31</sup> Jim Hoy Yam, *Manajemen Strategi : Konsep dan Implementasi* (Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020)., 10.

<sup>32</sup> Yam., 11.

<sup>33</sup> Andipate, *Strategi Dakwah-Perspektif Ilmu Komunikasi.*, 51.

<sup>34</sup> Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997)., 121.



Untuk pengenalan khalayak bisa dilihat dari segmentasinya yang bisa terbagi dalam beberapa jenis berikut menurut Morissan<sup>35</sup> :

1. Segmentasi demografis, yakni didasarkan pada peta pendudukan meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, profesi, agama, suku dan lain sebagainya.
2. Segmentasi geografis, yakni berdasarkan jangkauan demografis mencakup wilayah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga lingkungan perumahan.
3. Segmentasi geodemografis, yakni berdasarkan demografi dan geografi atau khalayak yang tinggal di wilayah tertentu memiliki karakter demografi sejenis.
4. Segmentasi psikografis, yakni berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia.

#### **d. Teori *Uses and Gratifications***

Nama lain teori ini adalah teori kegunaan dan kepuasan. Nuruddin mengatakan bahwa orang yang pertama memperkenalkan teori ini adalah Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspective on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pendengar media berperan aktif dalam memilah dan menggunakan media.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, 181-189.

<sup>36</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), 191-192.

Lima asumsi dasar dalam teori ini menurut Katz, Blumer dan Gurevitch sebagaimana dikutip oleh Morissan<sup>37</sup> yaitu:

- 1) Pengguna media aktif dan berorientasi tujuan ketika menggunakan media, pengguna media melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka. Empat alasan pengguna media dalam mencapai tujuan lewat media yaitu pengalihan (*diversion*) atau kabur dari rutinitas masalah, hubungan personal atau pengganti teman, identitas personal, dan pengawasan (*surveillance*) atau media membantu individu mencapai sesuatu semisal seseorang mendengarkan ceramah di TV untuk lebih memahami agamanya dengan baik.
- 2) Pengguna media berinisiatif mendapatkan kepuasan dari media. Ini berhubungan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan pengguna media untuk memenuhi kebutuhannya.
- 3) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Media bersaing dalam hal pilihan, perhatian, dan penggunaan dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan pengguna media.
- 4) Pengguna media sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan dan motif menggunakan media. Pengguna media memilih dengan sadar terhadap media yang digunakan.

---

<sup>37</sup> Morissan, *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana, 2014), 509-513.

5) Penilaian isi media ditentukan pengguna media. Teori ini berpendapat bahwa isi media hanya dapat dinilai oleh pengguna media.

## 2. Dakwah

### a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, Dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar dari kata kerja دَعَا- يَدُوعُ - دَعْوَةٌ (*da'a - yadu'u - da'watan*) yang berarti panggilan, seruan, atau ajakan dan juga undangan.<sup>38</sup> Sedangkan secara terminologis, dakwah berarti penyampaian pesan keagamaan (Islam) dalam berbagai aspek kehidupan kepada umat manusia.<sup>39</sup>

Munir (2012) menyimpulkan bahwa dakwah mengandung pengertian: kegiatan menyeru untuk mengamalkan ajaran Islam; sadar dan sengaja dalam proses penyampaiannya; dilakukan dengan berbagai metode dalam aktivitasnya; direncanakan kegiatannya dengan tujuan mencari rida Allah; dan dakwah merupakan usaha peningkatan pemahaman umat agar sesuai ajaran Islam baik dalam pandangan hidup, sikap batin dan perilakunya<sup>40</sup>

<sup>38</sup> Sofyan Hadi, *Ilmu Dakwah : Dari Konsep Paradigma Hingga Metodologi* (Jember: CSS, 2012), 6.

<sup>39</sup> Hadi., 10.

<sup>40</sup> dan Wahyu Ilaihi Munir, M, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 21.

## b. Komponen- Komponen Dakwah

Komponen-komponen dalam kegiatan dakwah atau disebut unsur dakwah yaitu sebagai berikut sebagaimana dikutip dari Munir (2012)<sup>41</sup>; Hadi (2012)<sup>42</sup> dan Ilaihi (2010)<sup>43</sup>:

### 1) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

*Da'i* ialah subjek dakwah atau orang yang melakukan dakwah. Atau dalam komunikasi disebut komunikator. Komunikator dakwah secara umum adalah setiap muslim dan secara khusus adalah ulama.

Aziz (2009) membedakan pendakwah menjadi tiga jenis yaitu Pendakwah *Mujtahid* (yang bisa menafsir), Pendakwah *Muttabi'* (yang mengetahui dalil dan menjelaskan pendapat gurunya), dan Pendakwah *Muqallid* (tahu itu ajaran Islam namun tak tahu dalilnya).<sup>44</sup>

Ulama termasuk kelompok pertama. Mereka mampu menafsirkan ayat dan hadis secara benar dan kemudian menyampaikannya kepada masyarakat. Mereka terbebani dakwah *farḍlu 'ain*. Hukum ini juga berlaku untuk pendakwah *Muttabi'*. yaitu orang-orang yang mengajak orang lain dengan menampilkan dalil yang diketahuinya. Sedangkan untuk kelompok ketiga, Pendakwah *Muqallid* terkena kewajiban *farḍlu*

<sup>41</sup> Munir dan Ilahi., 21-35.

<sup>42</sup> Hadi, *Ilmu Dakwah : Dari Konsep Paradigma Hingga Metodologi*. 51-65.

<sup>43</sup> Ilaihi, *Komunikasi Dakwah.*, 19-22.

<sup>44</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009)., 154.

*kifayah*, sebab kelompok terakhir ini amat terbatas pengetahuan yang dimilikinya.<sup>45</sup>

## 2) *Mad'u* (Sasaran Dakwah)

*Mad'u* ialah objek dakwah atau orang yang menjadi sasaran dakwah baik perorangan maupun kelompok dan baik muslim maupun non-muslim. Muhammad Abduh sebagaimana dikutip Munir mengatakan bahwa *mad'u* dibedakan atas tiga macam yaitu:

- a) Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, berpikir kritis dan dapat menangkap persoalan;
- b) Golongan awam yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam dan belum bisa menangkap persoalan;
- c) Golongan yang berbeda dengan keduanya, mereka senang membahas sesuatu dalam batas tertentu atau tidak mampu membahasnya secara mendalam.

Selain itu *mad'u* juga bisa dibedakan dari persepsi, sosiologis, usia, profesi, dan lain-lain.

## 3) *Maddah* (Pesan Dakwah)

*Maddah* ialah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan *da'i* saat berdakwah kepada *mad'u*. Pada dasarnya

---

<sup>45</sup> Aziz., 154.

pesan dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri yang secara umum dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

- a) Pesan Akidah yang meliputi Iman kepada Allah, Iman kepada malaikat-malaikatnya, Iman kepada kitab-kitab-Nya, Iman kepada rasul-rasul-Nya, Iman kepada hari akhir, dan Iman kepada Qadha dan Qadar.
- b) Pesan Syariah yang meliputi Ibadah dan Muamalah. Ibadah terdiri dari Thaharah, Sholat, Zakat, Puasa, dan Haji. Sedangkan Muamalah terdiri dari hukum perdata (hukum nikah, hukum waris, hukum niaga) dan hukum publik (hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai).
- c) Pesan Akhlak yang meliputi Akhlak terhadap Allah dan Akhlak terhadap makhluk. Akhlak terhadap makhluk terdiri dari manusia (diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya) dan non-manusia (flora, fauna dan sebagainya).

#### 4) *Wasilah* (Media Dakwah)

*Wasilah* ialah alat yang digunakan untuk berdakwah atau disebut media dakwah. Hamzah Yakup sebagaimana dikutip

Munir membagi *wasilah* yaitu :

- a) Lisan, yakni menggunakan lidah dan suara. Seperti ceramah, pidato, kuliah dan sebagainya.
- b) Tulisan, yakni melalui tulisan, buku, majalah, spanduk dan sebagainya

- c) Lukisan, yakni melalui gambar, karikatur dan sebagainya.
- d) Audiovisual, yakni media yang dapat merangsang indera pendengaran, indera penglihatan maupun keduanya, seperti radio, televisi, internet, film *slide* dan sebagainya.
- e) Akhlak, melalui teladan atau perilaku yang mencerminkan ajaran Islam.

#### 5) *Thariqah* (Metode Dakwah)

*Thariqah* ialah metode dakwah atau cara yang dipakai untuk berdakwah. Metode dakwah penting diperhatikan sebab jika metode salah maka pesan bisa saja ditolak oleh *mad'u* meskipun isi pesannya baik. Jika membahas metode dakwah, secara umum merujuk pada firman Allah QS. An-Nahl ayat 125 berikut.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan dia yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”<sup>46</sup>

Dalam tafsir At-Thabari maksud ayat di atas yaitu bahwa Allah berfirman kepada Nabi Muhammad untuk mengajak manusia menaati Allah. *Kepada jalan tuhanmu* yaitu kepada

<sup>46</sup> Menteri Agama Republik Indonesia, *Mushaf Aisyah : Al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita.*, 281.

syari'at Allah yang ditetapkan untuk makhluknya yaitu Islam. *Dengan hikmah* yaitu dengan wahyu Allah dan kitab yang disampaikan kepada Nabi Muhammad. *Dan pelajaran yang baik* yaitu dengan pengajaran atau pelajaran yang baik yang dijadikan Allah sebagai argumen terhadap mereka dalam kitab-Nya dan peringatan bagi mereka dalam wahyu-Nya. *Dan bantahlah mereka dengan cara yang baik* yaitu bantahlah dengan bantahan yang lebih baik dari selainnya dengan memaafkan tindakan yang menodai kehormatanmu dan agar jangan menentang Allah dalam menyampaikan risalah Tuhan kepada mereka.<sup>47</sup>

Dalam Ilaihi (2010) metode dakwah sesuai ayat di atas yakni terbagi menjadi tiga sebagai berikut :

- a) *Hikmah*, yaitu menitikberatkan pada kemampuan *mad'u* dengan memperhatikan kondisi dan situasinya, sehingga selanjutnya dalam menjalankan ajaran Islam *mad'u* tidak merasa keberatan atau terpaksa.
- b) *Mauidhah hasanah*, yaitu menyampaikan dengan kasih sayang dengan memberikan nasihat-nasihat, sehingga ajaran Islam yang disampaikan dapat menyentuh hati *mad'u*.
- c) *Mujadalah*, yaitu membantah dengan cara sebaik-baiknya atau bertukar pikiran dan tidak menekan atau menjelekkan *mad'u* atau komunitas yang menjadi sasaran dakwah.

---

<sup>47</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir Ath-Thabari, *Tafsir At-Thabari, Jilid 16* (Jakarta Selatan: Pustaka Azzam, 2009)., 389.



Adapun metode yang bisa diterapkan dalam dakwah menurut Anwar Arifin Andipate<sup>48</sup> yaitu:

- a) Metode Informatif, yaitu metode yang memengaruhi khalayak dengan cara menyampaikan atau meyerukan. Dalam hal ini dakwah digunakan secara *normatif* sehingga kesempatan menilai, menimbang, dan mengambil keputusan diberikan pada *mad'u*.
- b) Metode Persuasif, yaitu mengajak, memanggil, atau memohon. Metode ini dimaksudkan untuk memengaruhi dengan cara merayu khalayak secara jujur dan objektif. Metode ini disebut juga metode *Canalizing*, yakni *da'i* menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif pada khalayak, dengan terlebih dahulu mengenal khalayaknya. David K. Berlo dalam Andipate memperkenalkan teori penurunan dari penempatan diri ke dalam diri orang lain, dalam hal ini *da'i* mengandaikan bagaimana kalau dia berada di posisi *mad'u*.
- c) Metode Edukatif, atau tarbiyah dan ta'lim. Dalam metode ini pesan disampaikan kepada khalayak berisi pendapat, fakta, dan pengalaman dengan jujur.
- d) Metode Koersif, metode ini lawan dari metode persuasif. Sifat metode ini memaksa penerima dakwah. Metode ini

---

<sup>48</sup> Andipate, *Strategi Dakwah-Perspektif Ilmu Komunikasi.*, 71-75.

dimanifestasikan dalam peraturan. Jika ada kekuatan besar mendukung tentunya efeknya lebih besar.

- e) Metode *redudancy* atau *repetition*, yaitu dengan cara mengulang-ulang pesan agar menarik perhatian dan memengaruhi khalayak.
- f) Metode penyajian masalah dengan *one side issue* (sepihak), yaitu penyajian yang hanya mengemukakan hal-hal positif saja, ataupun sebaliknya.
- g) Metode penyajian masalah dengan *both side issue* (kedua belah pihak), yaitu penyajian yang mengemukakan hal-hal positif dan negatif, kemudian permasalahan diketengahkan baik konsepsi *da'i* maupun pendapat-pendapat yang berkembang pada khalayak.

#### 6) *Atsar* (Efek Dakwah)

*Atsar* ialah efek atau respon dari dakwah. *Atsar* seringkali dilupakan dari perhatian *da'i* padahal dalam penentuan langkah dakwah berikutnya, *atsar* sangat besar artinya. Tanpa ada analisis terhadap *atsar* maka kemungkinan kesalahan strategi dapat terjadi dan terulang kembali, dan sebaliknya dengan menganalisis *atsar* dengan cermat dan tepat maka kesalahan strategi bisa segera diketahui dan bisa segera dilakukan perbaikan atau penyempurnaan pada langkah selanjutnya.

Menurut Jalaluddin Rahmat sebagaimana dikutip Munir dan Ilaihi<sup>49</sup>, *atsar* atau efek dibedakan menjadi tiga yaitu:

- a) Efek Kognitif, apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi khalayak. Efek ini terkait dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
- b) Efek Afektif, apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disukai atau dibenci khalayak. Efek ini berkaitan dengan emosi, sikap dan nilai.
- c) Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang bisa diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan dan kebiasaan dalam berperilaku.

### c. Prinsip-Prinsip Dakwah

Achmad Mubarak dalam pengantar buku *Psikologi Dakwah*<sup>50</sup>, mengatakan beberapa prinsip dakwah sebagai berikut.

- 1) Dakwah harus dimulai kepada diri sendiri, kemudian keluarga dan menjadi contoh dalam masyarakat. (QS. 66:6)
- 2) *Da'i* harus siap mental menjadi pewaris para Nabi yakni mewarisi perjuangan yang beresiko.
- 3) *Da'i* perlu menyadari bahwa masyarakat butuh waktu untuk memahami pesan dakwah. Oleh karenanya, berdakwah harus

<sup>49</sup> Munir, M, *Manajemen Dakwah*, 35.

<sup>50</sup> Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, pengantar pada buku *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018)., x-xii.

memerhatikan tahapan-tahapan sebagaimana Nabi Muhammad melalui tahapan dakwah pada periode Mekkah dan Madinah.

- 4) *Da'i* harus menyelami alam pikiran masyarakat sehingga kebenaran Islam bisa disampaikan dengan logika masyarakat.
- 5) *Da'i* harus sabar menghadapi kesulitan dan jangan bersedih atas kekafiran masyarakat karena *da'i* hanya bisa mengajak, sedangkan Allah lah yang memberi petunjuk.
- 6) Komunikasi dakwah bisa lancar dari citra positif dakwah, dan menjadi kontraproduktif jika bercitra buruk. Kesungguhan dan konsistensi dalam waktu lama dapat membangun citra positif.
- 7) *Da'i* harus memerhatikan tertib urutan prioritas dakwah. Pertama berdakwah mengenai hal yang universal yaitu *yad'una ila al-khoir* (menyeru pada kebajikan) kemudian *amar ma'ruf* dan *nahi mungkar*. (QS. 3: 104). *Al-khoir* adalah kebaikan universal seperti kedilan dan kejujuran sedangkan *ma'ruf* artinya kepantasan dipandang secara sosial.

### 3. Radio Siaran

#### a. Pengertian Radio Siaran

Radio menurut KBBI adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Istilah radio menurut Harliantara (2016) bukan hanya berbentuk fisiknya, namun seperti halnya jiwa dan raga manusia maka antara bentuk fisik dan kegiatan radio tidak dapat

dipisahkan satu sama lain.<sup>51</sup> Adapun penyiaran radio adalah media komunikasi massa yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.<sup>52</sup>

#### **b. Karakteristik Radio**

Arifin dan Abbas sebagaimana dikutip oleh Ariyani (2018)<sup>53</sup> menyatakan radio memiliki ciri-ciri yaitu:

- 1) Radio adalah media massa atau media publik, karena pesan disampaikan menyentuh khalayak luas dan bersifat terbuka.
- 2) Siaran radio adalah media dengar atau auditif karena hanya bisa ditangkap lewat indera pendengaran.
- 3) Radio disebut *broadcasting* atau media penyiaran. Radio berperan menyiarkan apapun baik berita, musik, pidato, termasuk juga dalam hal ini dakwah.
- 4) Radio disebut pesawat atau perangkat penerima siaran, karena awalnya berbentuk kotak atau bola yang diletakkan dirumah, namun kini bisa dibawa kemana saja, termasuk tersedia di *gadget*.
- 5) Radio disebut media elektronik karena berfungsi dengan bantuan tenaga listrik -- untuk membedakan dari media cetak.

<sup>51</sup> Harliantara, *On Air to Online: Pengantar Penyiaran Radio* (Jakarta Selatan: Broadcastmagz Publisher, 2016)., 15.

<sup>52</sup> Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran" (2002), [http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.pdf](http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2032%20Tahun%202002%20tentang%20Penyiaran.pdf). Pasal 14 ayat 2.

<sup>53</sup> Luh Putu Sri Ariyani, *Sosiologi Media perspektif Teori Kritis* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018)., 130.

- 6) Radio bersifat langsung, artinya pesan disampaikan langsung tanpa proses rumit.
- 7) Siaran radio tak mengenal jarak dan rintangan, begitu pesan disampaikan maka pendengar bisa menangkapnya.
- 8) Siaran radio bisa diakses siapa saja tanpa membedakan kelas sosial.
- 9) Pendengar radio umumnya ialah mereka yang rata-rata berpendidikan rendah mengingat radio lebih banyak memuat musik, daripada siaran berita yang tergolong sedikit.
- 10) Radio bersifat sekali jalan, karena siaran berjalan sekali saja
- 11) Radio bersifat persuasif yang tinggi, bahkan memberikan ruang untuk berpartisipasi bagi pendengar.
- 12) Pendengar radio mudah terganggu, karena acapkali mendengar radio bersamaan melakukan aktivitas lainnya.
- 13) Radio melahirkan kelompok sosial, mereka berbentuk kelompok pendengar sebagai kelanjutan dari seringnya mereka bertemu melalui udara dalam program acara yang disukainya.

Rhenald Kasali sebagaimana dikutip Harliantara (2016) menyatakan radio mempunyai kekuatan menjangkau khalayak luas dalam waktu bersamaan, menjangkau individu dan masyarakat terpencil dan terpencar-pencar seperti kehidupan masyarakat umumnya, cepat dalam menyampaikan pesan sehingga dapat memberi informasi yang berguna, mengatasi berbagai kendala

geografis, mudah dimengerti karena bahasa yang digunakan adalah bahasa setempat dan tidak memerlukan kemampuan membaca.<sup>54</sup>

Adapun Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya “*Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*” menyatakan karakteristik radio yaitu *Auditory* atau hanya berupa suara; transmisi atau melalui pemancaran; mengandung gangguan baik faktor semantik maupun mekanik; *theatre of mind* atau imajinatif, identik dengan musik; cepat dan langsung; sederhana; tanpa batas; murah; akrab dan bersahabat; hangat; fleksibel, mobile dan portable; selintas; global; batasan waktu; beralur linear; memiliki pendengar khas yaitu heterogen, pribadi, aktif dan selektif.<sup>55</sup>

### c. Program Siaran Radio

Kata program berasal dari bahasa Inggris yaitu *programme* yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala sesuatu yang ditampilkan stasiun penyiaran dalam memenuhi kebutuhan audiennya.<sup>56</sup> Setiap program siaran harus mengacu pada format siaran tertentu yang diwujudkan dalam prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana pengolahan suatu siaran sampai diterima pendengar.<sup>57</sup>

<sup>54</sup> Harliantara, *On Air to Online; Pengantar Penyiaran Radio*, 15.

<sup>55</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2017), 14-22.

<sup>56</sup> Masyitoh, “Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya,” 56.

<sup>57</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*.i, 233.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt (1991) sebagaimana dikutip Morissan (2018) bahwa format stasiun radio secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

- Format musik yang terdiri dari berbagai jenis musik;
- Format informasi yang terdiri dari dominasi berita (*all news*) dan dominasi perbincangan (*all talk atau talk news*); dan
- Format khusus (*Specialty*) yang dikhususkan untuk pendengar berdasarkan etnis dan agama.<sup>58</sup>

Penataan acara siaran (*radio programming*) menurut Onong Uchana Effendy<sup>59</sup> dapat dilakukan sebagai berikut:

#### 1) Pembagian bahan siaran

Pembagian menurut unsur acara siaran dibedakan menjadi siaran kata dan siaran seni suara. Siaran kata adalah segala bahan siaran yang dilukiskan dengan kata-kata atau *spoken word* sedangkan siaran seni suara adalah segala bentuk kesenian yang dilukiskan dengan musik. Pembagian menurut tujuan acara siaran disesuaikan dengan penggolongan jenis-jenis siaran baik berita, pendidikan, seni budaya, hiburan dan sebagainya.

#### 2) Pembagian waktu siaran

Pembagian waktu terdiri dari empat yaitu: pagi, siang, petang dan malam. Pembagian waktu ini penting dalam

<sup>58</sup> Morissan., 233–34.

<sup>59</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Prakrek* (Bandung: CV. Mandar Maju, 1991)., 113-25.



pemikiran *programmer* mengingat kebiasaan sehari-hari di tiap-tiap waktu tersebut pendengarnya berbeda.

### 3) Perencanaan Siaran

Perencanaan periode siaran diperlukan untuk kesempurnaan produksi dan penyajian siaran yang terdiri dari Rencana siaran bulanan, Rencana siaran pekanan, dan Rencana siaran harian.

Siaran bulanan hanya disusun berdasar garis besarnya saja, dan belum ditentukan nama perkumpulan yang akan mengisi mata siaran dan lagu-lagu yang akan disajikan. Sedangkan pada siaran pekanan dapat dicantumkan nama-nama penyiar dan operator pada masing-masing acara, serta dicantumkan pula nama-nama petugas cadangan jika yang seharusnya bertugas mendadak berhalangan.

Pada siaran harian lebih rinci lagi dari siaran pekanan, yaitu ditentukan menit ke menit mulai pembukaan hingga penutup siaran. Rencana harian merupakan naskah pegangan penyiar dan operator dan dalam naskah itu tercantum: Judul acara, penyelenggara dan pimpinan atau produser; Nama lagu disertai band (artis) yang memainkannya; Jenis siaran apakah siaran hidup (*live*), piringan hitam atau kaset (rekaman); Studio yang digunakan; nama-nama penyiar dan operator yang bertugas.

#### d. Penggolongan Jenis Acara Siaran

Masih menurut Onong Uchana Effendy<sup>60</sup>, penggolongan jenis acara siaran terdiri dari:

- 1) Siaran pemberitaan dan penerangan, meliputi: warta berita (*straight news*), reportase (*current affair*), penerangan umum (*general information*), dan pengumuman (*public survice*).
- 2) Siaran pendidikan, meliputi siaran anak- anak (*children hour*), Siaran remaja (*youth programme*), siaran sekolah (*school broadcasting*), siaran pedesaan (*plural broadcasting*), siaran keluarga berencana (*family planning programme*), siaran agama (*religi programme*), ruang wanita (*womans hour*), dan pengetahuan umum (*adult aducation*).
- 3) Siaran kebudayaan, meliputi musik daerah populer (*local music*), musik Indonesia populer (*national music*), musik asing (*foreign music*), dan hiburan ringan (*light entertain*).
- 4) Siaran-siaran lain meliputi: ruangan iklan (*komersial sport announcement*), dan pembukaan dan penutup siaran (*opening or closing tune*).

---

<sup>60</sup> Effendy., 117-18.

#### e. Program Siaran Dakwah dan Jenisnya

Program siaran dakwah menurut Romli (2017) adalah acara radio yang materi siarannya adalah syiar Islam atau aktivitas dakwah *bil-lisan*.<sup>61</sup> Adapun jenis-jenis program siaran dakwah masih menurut Romli<sup>62</sup> yaitu:

1. Ceramah, yakni narasi atau pidato oleh ahli agama
2. Dialog Islam (*talk show*), yakni perbincangan bersama narasumber tentang tema keislaman.
3. Insert renungan, berupa paket *voicer* tentang keislaman.
4. Penyiaran lagu-lagu ruhani Islam
5. Penyiaran kumandang Adzan
6. Siaran langsung (atau tunda) khutbah dan salat Jumat
7. Siaran langsung (atau tunda) pengajian atau tablig akbar.
8. Berita keislaman, yakni berita tentang umat Islam dan aktivitas keagamaan.
9. Majalah udara, drama, *quiz*, *feature*, dokumenter dan lain-lain

#### f. Elemen Siaran Dakwah

Elemen dalam siaran dakwah sebagaimana dikatakan Romli<sup>63</sup> yakni;

1. Materi atau tema, yakni meliputi akidah, ibadah, akhlak, dan tema aktual keislaman.

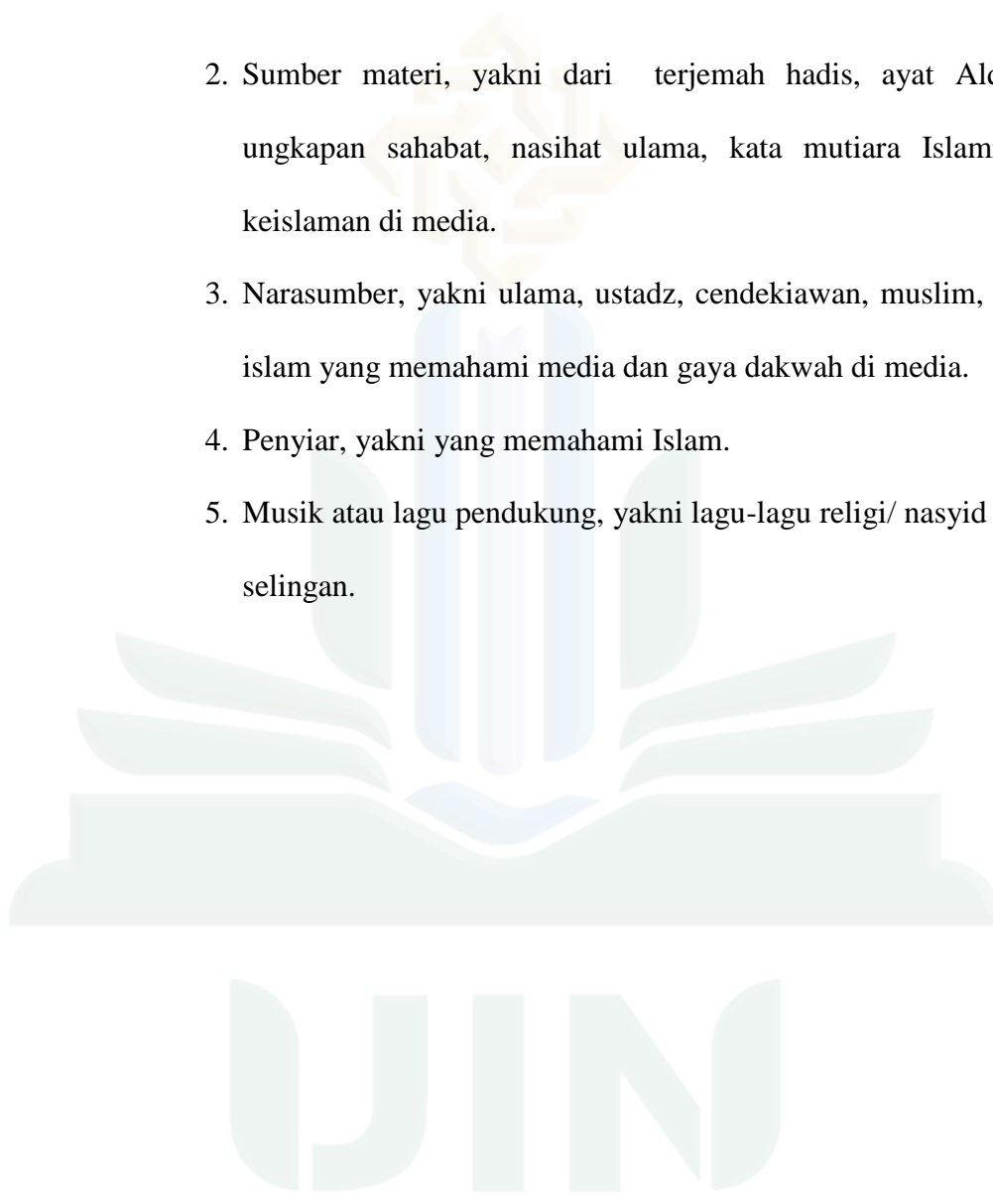
---

<sup>61</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2017), 154.

<sup>62</sup> Romli, 155-156.

<sup>63</sup> Romli, 156-157.

2. Sumber materi, yakni dari terjemah hadis, ayat Alquran, ungkapan sahabat, nasihat ulama, kata mutiara Islami, isu keislaman di media.
3. Narasumber, yakni ulama, ustadz, cendekiawan, muslim, tokoh islam yang memahami media dan gaya dakwah di media.
4. Penyiar, yakni yang memahami Islam.
5. Musik atau lagu pendukung, yakni lagu-lagu religi/ nasyid untuk selingan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif karena meneliti dalam keadaan alamiah. Sedangkan jenis penelitian berdasarkan tujuannya termasuk jenis penelitian deskriptif yaitu ditujukan untuk mendeskripsikan keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya.<sup>64</sup> Dan pendeskripsiannya dilakukan secara berkualitas dengan data-data yang digali berdasarkan kajian teori. Data dalam penelitian kualitatif menghasilkan data dalam bentuk deskripsi baik berupa kata yang tertulis maupun ucapan individu atau perilakunya secara keseluruhan.<sup>65</sup>

#### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah di Radio Mahardhika FM Bondowoso yang beralamat di jantung kota Bondowoso Jln. Karsono No. 47 Bondowoso.

#### **3. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian diperlukan sebagai informan, terutama dalam wawancara. Sehingga peneliti dapat memperoleh informasi secara langsung kepada masing-masing informan. Penentuan subjek penelitian didasarkan pada

---

<sup>64</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*, 2 ed. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018)., 88.

<sup>65</sup> Abd. Muhith, Rachmad Baitullah, dan Amirul Wahid, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bildung, 2020)., 39.

prinsip “*purposive sampling*” yaitu ditentukan oleh peneliti sendiri sesuai tujuan penelitian.<sup>66</sup> Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Pimpinan radio atau Direktur Radio yakni Bapak Rudy Hardianto. Peneliti memilih informan ini karena beliau yang memimpin dan punya kebijakan di Radio dan juga untuk mendapatkan data atau informasi mengenai kebijakan beliau dalam pembuatan program Pelita Iman.
- 2) Kepala Bagian Siar yakni Ibu Dewi Karya S. Peneliti memilih informan ini sebab sebagian besar data dan informasi yang diperlukan ada pada Ibu Dewi selaku *Programmer* di radio atau seseorang yang melakukan perencanaan pada program radio.
- 3) Penyiar dalam program Pelita Iman yakni Bapak Ruslan Hasim. Peneliti memilih informan ini sebab beliau yang melaksanakan program Pelita Iman sehingga data dan informasi mengenai strategi komunikasi juga diperlukan dari informan ini.
- 4) *Da'i* atau Narasumber dalam program Pelita Iman yakni Ustadz Madzkur Damiri. Peneliti memilih informan ini sebab beliau yang melaksanakan program Pelita Iman bersama penyiar program sehingga data dan informasi juga ada pada informan ini.
- 5) Pendengar program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso. Pendengar Pelita Iman yang dipilih diantaranya yaitu Kak Mustakimah, Kak Suhartono, Bapak Jupri, Kak Nurul, anggota komunitas ALFARO dan PRABO. Peneliti memilih informan ini untuk mengetahui alasan

---

<sup>66</sup> Chaedar Alwasilah, *Pokoknya Kualitatif: Dasar- Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya, 2017)., 149.

mereka mendengarkan program Pelita Iman dan mengetahui keunikan, kelebihan dan kekuarangan program tersebut beserta harapan mereka pada program tersebut.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### 1) Observasi

Observasi atau pengamatan digunakan sebagai gambaran awal, sebelum peneliti melakukan wawancara. Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai *observer as participant* yaitu peran peneliti sebagai pengamat diketahui oleh kelompok yang diamati,<sup>67</sup> atau dengan kata lain peneliti menampakkan perannya sebagai *observer*. Sehingga peneliti dapat melakukan perekaman ketika ada informasi yang muncul.<sup>68</sup> Oleh dari itu, peneliti juga akan menggunakan alat perekam, kamera dan alat tulis sebagai pendukung kegiatan observasi. Hal tersebut sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan pengamatan di lokasi terkait.

Observasi oleh peneliti dimulai dengan menelusuri radio-radio yang di Bondowoso melalui internet, kemudian peneliti dapati beberapa jenis radio baik radio pemerintah, swasta maupun komunitas. Dan akhirnya peneliti menentukan Radio Mahardhika sebagai lokasi penelitian karena sebagai radio pemerintah dan letaknya yang strategis. Mulailah peneliti mengajukan surat penelitian dan dibalas oleh direktur untuk bisa meneliti di Radio Mahardhika FM. Pada tanggal 19 Februari 2022, peneliti

---

<sup>67</sup> Alwasilah., 173.

<sup>68</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method.*, 543.

berangkat ke lokasi radio tersebut untuk memulai penelitian karena waktu tersebut bertepatan dengan jadwal program Pelita Iman Interaktif. Pada waktu itu peneliti bersama rekan tiba di radio sekitar pukul 16.15 WIB atau 15 menit sebelum acara Pelita Iman dialog Interaktif di mulai. Tak lama kemudian penyiar radio yakni Kak Alan datang dengan mengenakan jas hujan, memarkirkan sepeda di depan Radio Mahardhika. Peneliti pun menyapa Kak Alan dan mengucapkan salam. Kak Alan menuju ruangannya untuk meletakkan tasnya, kemudian menuju Box siar untuk mempersiapkan peralatan siar dan mempersiapkan lagu religi yang akan diputar. Setelah itu, Kak Alan menghampiri peneliti yang ada di ruang tunggu, dan kami pun mengobrol bersama. Pada pukul 16.30 Narasumber belum datang karena masih ada acara, kemudian pada pukul 17.00 narasumber atau *da'i* baru datang. Setelah itu penyiar dan narasumber pun menuju box siar untuk melangsungkan acara program Pelita Iman. Peneliti pun memperhatikan bagaimana proses berlangsungnya acara tersebut dan tak lupa mengabadikannya dalam potret kamera. Selain itu, peneliti juga mengamati video-video Pelita Iman yang ada di kanal Youtube “mahardhika bondowoso” dan peneliti menelusuri platform-platform radio yang lain yakni instagram, facebook, dan twitter Radio Mahardhika FM Bondowoso.

## 2) Wawancara

Wawancara diperlukan agar peneliti memperoleh informasi langsung dan jelas dari informan terpilih. Adapun teknik pelaksanaan wawancara dalam



penelitian ini menggunakan teknik “wawancara semi terstruktur” tujuannya agar dapat menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.<sup>69</sup> Dalam wawancara jenis ini peneliti tetap merujuk pada pedoman wawancara walaupun tidak terlalu terikat pada aturan pertanyaan dalam pedoman tersebut.

Sebagaimana dipaparkan sebelumnya, yang dipilih menjadi subjek penelitian ialah Pimpinan radio atau Direktur Radio, Kepala Bagian Siar, Penyiar dalam program Pelita Iman, *Da’i* atau Narasumber dalam program Pelita Iman, dan Pendengar program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso. Peneliti membuat janji bertemu dahulu dengan beberapa narasumber tersebut. Peneliti memulai wawancara pada penyiar program Pelita Iman Interaktif yakni Kak Alan. Hal ini dilakukan pada 19 Februari 2022 sebelum berlangsungnya program Pelita Iman. Peneliti bertanya mengenai persiapan sebelum acara, materi atau tema yang dipilih, hambatan-hambatan yang mungkin terjadi, dan hal apa saja yang dilakukan agar sampainya pesan pada pendengar. Di tanggal yang sama pula, peneliti mewawancarai narasumber atau *da’i* program Pelita Iman dialog Interaktif yakni Ustadz Madzkur Damiri yang juga selaku pengasuh Pondok Pesantren ATQIA Bondowoso. Peneliti mewawancarai *da’i* setelah program Pelita Iman selesai dan menanyakan hal yang kurang lebih sama dengan yang peneliti tanyakan pada penyiar, dan peneliti mengkonfirmasi

---

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019)., 306.

cocok tidaknya apa yang dinyatakan penyiar dengan pernyataan *da'i*. Wawancara kepada *da'i* dilanjutkan di hari berikutnya yakni hari Ahad tanggal 20 Februari 2022 di kediaman beliau *ba'da* Zuhur seraya peneliti besilaturahmi dan memfoto hal-hal yang perlu. Pada hari Ahad ini, peneliti juga menjadwalkan mewawancarai Direktur dan Kabag Siar di kediamannya. Pada pukul 09.30 WIB, peneliti bersama rekan tiba di kediaman Direktur yakni Bapak Rudy Hardianto yang berlokasi di jalan menuju makam KI. Ronggo, seorang tokoh pendiri Bondowoso. Peneliti bertanya perihal sejarah Radio Mahardhika FM, dan sejarah adanya Program Pelita Iman, atau apa yang melatarbelakngi adanya program tersebut, dan juga menanyakan bagaimana menentukan unsur-unsur program baik dari narasumber, penyiar dan lain-lain. Namun untuk Kabag Siar, menyarankan di hari aktif dan di Radio Mahardhika FM atau bisa melalui Online. Peneliti memutuskan untuk wawancara online kepada bertemu langsung pada 17 Maret dan 11 Mei 2022 di Radio Mahardhika FM. Peneliti menanyakan hal serupa sebagaimana ditanyakan pada Direktur dan mengkonfirmasi data-data yang diperoleh dari narasumber sebelumnya. Selain wawancara dengan pihak Radio Mahardhika FM Bondowoso, Peneliti juga mewawancarai pendengar baik secara langsung maupun dengan media Whatsapp pada bulan Februari-Mei serta mewawancarai beberapa anggota dari komunitas ALFARO dan PRABO pada Mei sampai dengan Juni.

### 3) Dokumentasi

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumen dari lembaga radio, foto-foto penelitian dan rekaman wawancara serta salah satu video ceramah di program Pelita Iman yang diambil dari kanal Youtube Mahardhika Bondowoso. Dokumentasi juga diambil dari literatur yang mendukung tema penelitian ini. Dokumen-dokumen tersebut digunakan sebagai data pelengkap dan perbandingan untuk mengecek kesesuaian hasil observasi maupun hasil wawancara dengan dokumen tersebut.

## 5. Analisis Data

Data dianalisis menggunakan penalaran induktif yaitu pencarian pengetahuan dimulai dari observasi terhadap hal-hal khusus menuju hal-hal umum.<sup>70</sup> Dan menggunakan analisis data model Miles & Huberman (2014) sebagaimana dikutip Sugiyono<sup>71</sup> yaitu melalui tahapan :

### 1) Pengumpulan data (*Data collection*)

Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung seperti dalam wawancara dengan informan, bila jawaban kurang puas maka peneliti melanjutkan pertanyaan lagi sampai data dianggap kredibel, dan analisis juga dilakukan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Pengumpulan data sebagaimana disebut sebelumnya yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

---

10. <sup>70</sup> Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian* (Malang: Intimedia, 2012),.

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 321-329.

## 2) Kondensasi data (*Data Condensation*)

Kondensasi data atau pengembunan data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi data hasil dari catatan lapangan, *interview*, transkrip, berbagai dokumen, dan catatan lapangan.

## 3) Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data di kondensasi, kemudian dilakukan penyajian data. Melalui penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah dipahami. Penyajian data pada penelitian ini menggunakan teks yang bersifat naratif.

## 4) Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah keempat adalah kesimpulan dan verifikasi. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data-data yang telah diperoleh.

## 6. Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti mengecek ke beberapa sumber atau informan, jika sumber-sumber tersebut menyatakan hal yang sama berarti data valid. Selain itu juga akan dilakukan *member check* yaitu pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Pelaksanaan *member check* dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai dan dapat dilakukan secara individu

maupun diskusi kelompok.<sup>72</sup> Peneliti dalam hal ini melakukannya secara individu.

## **7. Tahapan- Tahapan Penelitian**

Tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti: pertama, perencanaan yaitu membuat proposal penelitian, kemudian menentukan informan dan mengatur jadwal penelitian; setelah itu, melakukan observasi kemudian wawancara; dan meminta data-data atau dokumentasi pada lembaga di lokasi penelitian terkait; seraya mencatat data; mengecek data; kemudian menganalisis data dan merevisi data; dan terakhir adalah penulisan laporan penelitian. Penulisan hasil penelitian ini menggunakan panduan penulisan Karya Ilmiah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Tahun 2021.

---

<sup>72</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method.*, 555-556.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

Berikut gambaran umum Radio Mahardhika FM yang peneliti kutip dari dokumen Radio<sup>73</sup> dan hasil wawancara.<sup>74</sup>

##### 1. Sejarah singkat Radio Mahardhika Bondowoso

Radio Mahardhika FM Suara Bondowoso merupakan Radio milik Pemerintah Kabupaten Bondowoso yang berlokasi di jantung kota Bondowoso tepatnya di jalan Letnan Karsono No. 47 Bondowoso. Awalnya radio ini bernama RKPD (Radio Khusus Pemerintah Daerah) yang dikelola oleh bagian Humas Pemerintah Daerah Bondowoso berdasarkan keputusan Menteri penerangan Republik Indonesia Tahun 1970, mengenai Ketentuan – Ketentuan Pokok tentang Pembinaan Siaran Radio yang dipercayakan kepada Pemerintahan Daerah. RKPD merupakan radio tertua di Bondowoso. Pada tahun 1980-an RKPD sempat di swastakan beberapa tahun dan berganti nama. Dan kemudian diambil alih kembali menjadi radio pemerintah pada tahun 1999.

Dengan diberlakukanya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang otonomi Daerah dan dibentuknya Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Bondowoso sebagai peleburan dari kantor Departemen Penerangan, maka pengelolaan RKPD diserahkan kepada Dinas Informasi

---

<sup>73</sup> Radio Mahardhika FM Bondowoso, “Profil Radio Mahardhika FM Bondowoso,” November 2021.

<sup>74</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022.

dan Komunikasi Kabupaten Bondowoso oleh bupati Bondowoso. Dinas Informasi dan Komunikasi Kabupaten Bondowoso kemudian melakukan pembenahan. Upaya yang dilakukan untuk lebih meningkatkan kualitas suara antara lain dengan melakukan penambahan pemancar yang awalnya *Amplitudo Modulations* (AM) 1215 menjadi *Frequensi Modulations* (FM) 91,9 dengan nama baru yaitu Radio Mahardhika FM Suara Bondowoso. Nama baru ini diberikan oleh bupati yang kala itu menjabat yakni Drs. Mas'ud, M.Si.

Terhitung mulai hari Ahad tanggal 01 Februari 2004, radio Mahardhika FM mulai melakukan siaran dengan program percobaan. Pada tahun 2005, Dinas Informasi dan Komunikasi berubah menjadi Kantor informasi dan Komunikasi (Infokom). Selanjutnya Kantor Infokom dilebur dengan Dinas Perhubungan dan Informatika, dan pengelolaan Radio Mahardhika FM kepada bagian Humas Pemkab Bondowoso oleh bupati Bondowoso pada tahun 2007.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi serta semakin banyaknya media radio yang tumbuh dan berkembang di Bondowoso, menjadi tantangan bagi Pemkab dalam mengembangkan radio Mahardhika Bondowoso. Sehingga konsekuensinya adalah memproses permohonan ijin siaran kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), agar keberadaan Radio Mahardhika FM sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) di Bondowoso semakin percaya diri dan mantap ditengah persaingan media informasi yang berkembang demikian pesat.

## 2. Identitas Radio

Nama Perusahaan	: LPPL Radio Mahardhika Suara Bondowoso
Nama di udara	: MAHARDHIKA FM
Frekuensi	: 91,9 FM
Format Radio	: News Interaktif Musik
Slogan Radio	: Media Musik dan Informasi
Alamat	: Jl. Letnan Karsono No.47 Bondowoso 68212
On Air	: 0823 3484 3400
Fax	: 0332 - 424838
SMS	: 0853 – 36098999
Email	: <a href="mailto:MahardhikaBondowoso919@gmail.com">MahardhikaBondowoso919@gmail.com</a>
Facebook	: Mahardhika LPPL Bondowoso
Instagram	: @MahardhikaBondowoso
Website	: <a href="http://www.MahardhikaBondowoso.com">www.MahardhikaBondowoso.com</a>
Youtube	: Mahardhika Bondowoso



Gambar. 4.1  
Logo Radio Mahardhika FM Bondowoso



### **3. Maksud dan Tujuan Pendirian Radio Mahardhika FM**

LPPL Mahardhika FM didirikan dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya masyarakat Bondowoso, melalui siaran-siaran informasi dan hiburan yang mendidik. Untuk mencapai hal tersebut, Mahardhika FM mengadakan siaran radio untuk program pendidikan, sosial, dan hiburan. Semangat pendirian LPPL Mahardhika FM adalah mencerdaskan dan meningkatkan kualitas hidup dan pembinaan kreatifitas masyarakat Bondowoso.

### **4. Visi dan Misi Radio Mahardhika Bondowoso**

#### **a. Visi**

“Tewujudnya Masyarakat Bondowoso Melesat, Yakni Mandiri Ekonomi, Lestari, Sejahtera, Adil dan Terdepan”

#### **b. Misi**

Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Pemberdayaan Informasi Yang Berkualitas.

### **5. Segmentasi Pendengar Radio Mahardhika FM**

Berdasarkan Geografi, Demografi dan Psikografi, maka LPPL Mahardhika FM bersegmen Umum yang menyiarkan informasi Lokal, Regional, dan Umum serta Hiburan Lokal yang representatif bagi masyarakat Bondowoso. Lebih lengkapnya bisa dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Segmentasi Pendengar Radio Mahardhika FM**

<b>SEGMENT PENDERENGAR</b>	<b>URAIAN</b>	<b>PERSENTASE</b>
Usia	< 20 tahun	5 %
	20 - 25 tahun	30 %
	26 - 30 tahun	30 %
	31 - 35 tahun	25 %
	> 35 tahun	10 %
Jenis Kelamin	Wanita	60 %
	Pria	40 %
Status Ekonomi Sosial	A	20 %
	B	50 %
	C	30 %
Pendidikan Terakhir	SMU	75 %
	Diploma	15 %
	S 1	5 %
	S 2	5 %
Pekerjaan	Kary. Swasta/PNS/TNI/POL RI	30 %
	Wiraswasta	20 %
	Profesional	15 %
	Pelajar/Mahasiswa	20 %
	Ibu Rumah Tangga	15 %

*Sumber* : Dokumen Profil Radio Mahardhika FM

Menurut Direktur Pelaksana, sejauh ini data diatas dikira-kirakan atau diestimasikan dari adanya komunitas pendengar di Bondowoso yakni PETIR (Pecinta dan Pemerhati Radio) yang kemudian terpecah menjadi komunitas ALFARO (Aliansi Fans Radio Bondowoso) dan komunitas

PRABO (Pecinta Radio Bondowoso).<sup>75</sup> Komunitas ALFARO sendiri berdiri sejak 2009 dan untuk saat ini anggotanya bisa berjumlah sekitar 50 orang<sup>76</sup> tapi yang benar-benar aktif sekitar 35 orang.<sup>77</sup> Sedangkan komunitas PRABO berdiri sejak 2014 yang lalu dan beranggota sekitar 20-an orang untuk sekarang.<sup>78</sup> Jumlah anggota kedua komunitas tersebut terbilang tidak terlalu banyak, hal ini dikarenakan ada beberapa dari anggota kedua komunitas tersebut yang keluar atau memilih tidak bergabung komunitas dengan alasan-alasan tertentu.

#### 6. Struktur Organisasi Radio Mahardhika FM<sup>79</sup>

- Pembina : Bupati Bondowoso  
Drs. K.H. Salwa Arifin
- Penasihat : Sekretaris Daerah  
Drs. Bambang Soekwanto, M.M.
- Penanggung Jawab : Kepala Diskominfo Bondowoso  
Ghozal Rawan, AP, M.M.
- Direktur Utama Radio : Moh. Hasan Suryadi, S.E., M.Si.
- Direktur Pelaksana : Rudy Hardianto, S.H.
- Kabag Siar : Dewi Karya S., S. Sos.
- Reporter : Gigih Hendra D., Moh. Ansory.
- Penyiar : Dewi, Anggun, Ruslan, Mike, Dila, Roy

<sup>75</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 11 Mei 2022.

<sup>76</sup> Manda, diwawancarai oleh penulis, Via WhatsApp, 13 Mei 2022.

<sup>77</sup> Santono, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Juni 2022.

<sup>78</sup> Usiaman, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Juni 2022.

<sup>79</sup> Dokumen Radio Mahardhika FM Bondowoso, "Struktur Radio Mahardhika FM," dengan perubahan, Maret 2022

- Bag. Administrasi : Siti Nurvadila
- Bag. Keuangan : Mike Rachmawati
- Bag. Teknik : Surip Eko D.
- Operator : Risa A.
- Bag. Umum : Angga D.W.
- Bag. Keamanan : Frengky A.
- Bag. Kebersihan : Mohammad

## 7. Program Siaran di Radio Mahardhika FM

Berikut Program siaran yang ada di Radio Mahardhika FM selama covid-19 dengan jadwal siarnya:

### 1) *Bondowoso Pagi* (Senin - Sabtu, 06.00 – 07.00 WIB)

Program siaran ini berisi berita lokal seputar Bondowoso yang hadir untuk menambah wawasan pendengar dan mengawali dinamika aktivitas pagi. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu Indonesia era 90-an dan 2000-an. Program ini bersegmen dewasa.

### 2) *Morning fresh* (Rabu, Kamis, dan Sabtu; 07.00 – 08.00 WIB)

Program siaran ini menyajikan berbagai informasi dan tips, tentang gaya hidup dan kesehatan, serta beragam info terkini untuk menambah semaraknya suasana pagi yang makin *fresh* dan penuh semangat, siap mengantar pendengar kembali ke tempat aktivitas (kantor, tempat kerja dan lain-lain). Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu mancanegara. Program ini bersegmen umum.

3) *Stasiun Dangdut* (Senin - Sabtu, 08.00 – 09.00 WIB)

Program siar ini menghadirkan lincahnya sang penyiar yang centil dan menarik, dengan menyuguhkan informasi dan tips seputar wanita, dalam program siar stasiun dangdut “tempat goyang paling yahuuutt”. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu dangdut modern dan koplo (dangdut rancak). Program ini bersegmen umum dan bisa *request*.

4) *Tapai Bendebersah* (Senin - Ahad, 09.00 – 10.00 WIB)

Program siar ini diperuntukkan untuk menambah semarak pagi. Program acara etnik yang berisi gurauan yang dikemas ringan dalam bahasa Madura, dibawakan oleh pandu siar yang unik dan sedikit nyentrik, dengan diselingi tips ringan. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu dangdut Madura. Program ini bersegmen umum dan bisa *request*.

5) *Irama bollywood* (Selasa - Ahad 10.00 – 11.00 WIB)

Program siar ini menyemarakkan suasana pagi menjelang siang dengan hiburan lagu india, mulai dari yang terlawas sampai yang teranyar, dilengkapi pula dengan informasi terkini seputar artis *bollywood* yang dipersembahkan untuk para bollymania/ pendengar. Lagu dalam program ini adalah lagu India. Program ini bersegmen umum dan bisa *request*.

6) *Armada "Arena Musik Anak Muda"* (Senin-Ahad 11.00 –12.00 WIB)

Program siar ini merupakan arenanya anak muda yang butuh hiburan dan inspirasi, diselingi info terkini seputar IPTEK dan ragam kehidupan remaja. Lagu dalam program ini adalah lagu Indonesia era 2003 - 2015. Program ini bersegmen remaja dan bisa *request*.

7) *Memories* (Senin – Ahad, 12.00 – 13.00 WIB kecuali Jumat)

Program acara ini adalah program yang menawarkan lagu mancanegara *oldies* yang menenangkan, untuk menemani istirahat siang, disisipi pula dengan info seputar kesehatan, serta informasi lain yang motivatif dan inspiratif. Program ini bersegmen dewasa dan bisa *request*.

8) *Kemala "Kenangan Masa Lalu"* (Senin - Ahad, 13.00 –14.00 WIB )

Program siar ini berisi alunan nada nada yang manis dari koleksi lagu lama, yang bisa mengingatkan kita pada masa masa indah ketika muda dulu, dan menjadi teman setia pengantar aktivitas siang. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu adalah Indonesia sampai era 90-an. Program ini bersegmen dewasa dan bisa *request*.

9) *Berita Indonesia Live "Bilive"* ( Senin – Jumat, 14.00 – 14.30 WIB)

Program siar ini merupakan siaran serentak jejaring radio publik seluruh Indonesia, Lembaga Penyiaran Publik Lokal - LPPL radio/tv Indonesia, anggota Indonesia persada id. Menghadirkan rangkuman berita berita teraktual dari berbagai penjuru tanah air, mulai dari

sabang sampai merauke, dari miangas sampai pulau rote, meliputi ekonomi, politik, pemerintahan, sosial, pariwisata dan budaya, yang disajikan secara lugas, inspiratif, variatif dan edukatif. Persembahan persatuan radio TV publik daerah seluruh Indonesia, Indonesia persada id “untuk menyiarkan baik”

- 10) *Pesona Dangdut Sore* (Senin – Jumat, 14.30 – 15.00 WIB; Sabtu dan Ahad 14.00-15.00 WIB)

Program siar musik dengan koleksi lagu dangdut syahdu sepanjang masa, yang membuat nuansa siang menjelang sore terasa semakin indah. Lagu dalam program ini tentunya adalah dangdut (original).

Program ini bersegmen umum dan bisa *request*.

- 11) *Guyonan rekk!!!* (Senin - Ahad, 15.00 – 16.00 WIB )

Program siar yang menemani suasana siang para pecinta tembang campursari dan tembang osing Banyuwangi, hadir guyonan dengan bahasa jawa yang dibawakan dengan nuansa segar dan penuh kekeluargaan. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu adalah campursari dan tembang Banyuwangi. Program ini

bersegmen dewasa dan bisa *request*.

- 12) *Mahardhika News* ( Senin – Sabtu, 16.00 – 17.00 WIB )

Program unggulan Mahardhika yang berisi berita lokal Bondowoso/nasional maupun internasional. Lagu yang mengiringi program ini adalah pop Indonesia era 90-an samapai dengan 2000-an. Program ini bersegmen dewasa dan bisa *request*.

13) *Pelita Iman* ( Senin – Jumat, 17.00 – 18.00 WIB )

Program acara yang memperdengarkan ceramah agama Islam (dalam bentuk rekaman), untuk meningkatkan keimanan dan memperdalam pengetahuan tentang agama Islam. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu religi. Program ini bersegmen umum.

14) *Semangat Petang* ( Senin - Jumat, 18.00 – 19.00 WIB )

Program acara yang berisikan selingan informasi unik dan ringan seputar hiburan dan update news lainnya, yang disajikan khas sebagai menu tambahan bagi pendengar yang tengah menyelesaikan aktifitas, dan menemani mereka saat perjalanan pulang menuju rumah, agar tetap dalam kondisi prima. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu adalah Indonesia 2000-2013. Program ini bersegmen umum dan bisa *request*.

15) *Mahamusic* ( Senin – Ahad, 19.00 – 21.00 WIB )

Program siar yang menyajikan deretan lagu Indonesia fresh dan hiburan yang inovatif untuk anak muda. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu adalah Indonesia 2016- kekinian. Program ini bersegmen remaja dan bisa *request*.

Untuk program tiap pekan sebagai berikut :

16) *Dinamika Jawa Timur* (Senin, 07.00 – 08.00 WIB)

Program live talkshow kerjasama resmi Dinas Kominfo Jawa Timur dengan asosiasi LPPL Jawa Timur, mengulas topik berbagai dinamika di sektor ekonomi, politik, pemerintahan, sosial,



pariwisata, budaya dan lain-lain di Jawa Timur. Disiarkan serentak di dua puluh dua (22) kabupaten/kota di Jawa Timur.. Program ini bersegmen umum dan interaktif.

17) *Nasional is Me Kemendagri* (Senin, 10.00 – 11.00 WIB)

Live talkshow serentak membahas topik-topik yang berkaitan dengan wawasan kebangsaan, pengamalan nilai-nilai pancasila dan cinta tanah air, hasil kerjasama kemendagri – Yayasan Bentang Merah Putih – Heartline Radio Network Jakarta – Indonesiapersada.id. Disiarkan serentak di radio publik se-Indonesia anggota Indonesiapersada.id. Program ini bersegmen umum.

18) *Safety on the Road* (Selasa, 07.00 – 08.00 WIB)

Program talkshow seputar aturan dan etika dalam berkendara, serta keamanan dan keselamatan di jalan raya bersama M. Arsyad – *coach sigma safety drive & ride* yang disiarkan serentak di sejumlah LPPL dan LPS Jawa Timur, dengan radio host suara sidoarjo. Program ini bersegmen umum dan interaktif.

19) *Perspektif* (Jumat, 07.00 – 08.00 WIB)

Program talkshow obrolan pagi yang lugas, cerdas, dengan sudut pandang yang luas, kerjasama dengan Universitas Airlangga, yang disiarkan serentak di sejumlah LPPL dan LPS Jawa Timur, dengan radio host suara sidoarjo. Program ini bersegmen umum dan interaktif.

20) *Relay Sholat Jumat* (Jumat, 12.00 – 13.00 WIB)

Program siar berisi siaran langsung sholat Jumat berjamaah, dari Masjid Agung At Taqwa Bondowoso. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu religi. Program ini bersegmen umum.

21) *Airlangga Forum* (Jumat, 15.00 – 17.00 WIB)

Program talkshow sekolah pasca sarjana kerjasama dengan Universitas Airlangga mengulas tentang masalah, mencari hikmah dan solusi untuk bangsa, yang disiarkan serentak di sejumlah radio LPPL Jawa Timur, dengan radio host suara sidoarjo. Program ini bersegmen umum.

22) *Ruang Psikologi* (Sabtu, 15.00 – 16.00 WIB)

Program talkshow dengan menghadirkan narasumber seorang psikolog (dosen psikologi UNAIR dan konsultan SDM) yang disiarkan di sejumlah radio LPPL Jawa Timur, dengan radio host suara sidoarjo. Program ini bersegmen umum dan interaktif.

23) *Dialog Pelita Iman* (Sabtu, 16.30 –menjelang adzan Maghrib)

Program siar khusus yang dikemas dalam bentuk dialog interaktif, memberikan informasi seputar agama Islam. Disajikan secara ringan dengan menghadirkan narasumber "Ustadz Madzkur Damiri." Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu religi. Program ini bersegmen umum dan interaktif.

24) *Sinemania* (Sabtu, 18.00 – 19.00 WIB)

Program siar yang menginformasikan beragam film terbaru, baik dalam maupun luar negeri. Didedikasikan untuk pecinta *box office movies*. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu mancanegara baru. Program ini bersegmen remaja..

25) *Sportmania* (Ahad, 06.00 – 07.00 WIB)

Program informasi terkini seputar olahraga, baik dari scope nasional maupun internasional, tetap dari *angle* yang dekat dengan pendengar. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu Indonesia era 2000-an. Program ini bersegmen umum..

26) *Dunia Anak* (Ahad, 07.00 – 08.00 WIB)

Program siar yang diperuntukkan bagi anak-anak /teman cilik Mahardhika, dengan menyajikan ragam informasi seputar ilmu pengetahuan dan *lifestyle* yang sesuai dengan usia anak-anak. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu anak-anak. Program ini bersegmen umum..

27) *Info Pasar* (Ahad, 08.00 – 09.00 WIB)

Info terkini seputar harga kebutuhan hidup, mulai dari sembako, komoditi buah dan sayur, sampai harga ikan di sejumlah pasar di Bondowoso. (sumber materi dari data hasil monitoring diskoperindag Kabupaten Bondowoso dan website [siskaperbapo.com](http://siskaperbapo.com)). Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu

dangdut koplo/ *remix* (dangdut rancak). Program ini bersegmen umum.

28) *Patroli News* (Ahad, 16.00 – 17.00 WIB)

Program siar yang menyajikan berita kriminal sepekan, yang terjadi di wilayah Jawa Timur. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu Indonesia era 2000-an. Program ini bersegmen umum.

29) *Gema Sholawat* (Ahad, 17.00 – 18.00 WIB)

Program siar yang menyajikan pemutaran/ pembacaan sholawat, dalam bentuk rekaman. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu religi. Program ini bersegmen umum.

30) *Perjaka M'nari* (Ahad, 18.00 – 19.00 WIB)

Perjaka m'nari merupakan singkatan dari “perjalanan karier musik anak negeri.” Program ini menyajikan informasi tentang profil dan kisah perjalanan karier anak *band* dan penyanyi di Indonesia. Lagu yang mengiringi program ini adalah lagu Indonesia sesuai tema. Program ini bersegmen remaja.

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

### **1. Strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyiapkan**

#### **Konsep Program Pelita Iman**

Sebelum kepada penyiapan konsep program Pelita Iman, perlu penulis kemukakan sejarah program tersebut terlebih dahulu. Program Pelita Iman terbentuk sekitar tahun 2013-2014. Sebelum Pelita Iman,

dulunya bernama “Pelita Qolbu” pada sekitar tahun 2012-2013.<sup>80</sup> Dan sebelum 2013 program siar dakwah memang sudah ada atau disajikan oleh Radio Mahardhika FM.<sup>81</sup>

Dibuatnya program Pelita Iman dikarenakan mayoritas warga Bondowoso beragama Islam, sehingga mau tidak mau radio turut menghadirkan program dakwah<sup>82</sup> dengan tujuan meningkatkan wawasan dan pemahaman keislaman yang lebih terarah bagi muslim di Bondowoso. Sebagaimana dikatakan Kabag Siar radio Mahardhika berikut.

...jadi tujuan memang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama umat muslim di Bondowoso itu mengenai wawasan keislaman yang lebih terarah... Intinya kan nanti dengan pengetahuan itu bisa meningkatkan keimanan dan ketakwaan nya muslim di Bondowoso.<sup>83</sup>

Adapun peng-konseps-an program dilakukan oleh kabag siar selaku *programmer* dan juga dimusyawarahkan dengan direktur utama dan direktur pelaksana.<sup>84</sup> Strategi Radio Mahardhika dalam mengkonsep program Pelita Iman berdasarkan hasil penelitian meliputi :

a. Menentukan nama program yang relevan

Konsep program Pelita Iman dimulai dengan penamaan program itu sendiri. Nama Pelita Iman didasarkan pada maknanya bahwa pelita itu cahaya. Maka diharapkan program Pelita Iman ini menjadi cahaya keimanan atau memberikan pencerahan dari apa yang disampaikan narasumber kepada pendengar. Berikut kata Kabag Siar.

<sup>80</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022.

<sup>81</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>82</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022

<sup>83</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>84</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022.

Kalau berbicara namanya, secara filosofinya pelita itu kan cahaya jadi cahaya iman gitu. Kita berharapnya masyarakat yang mendengarkan acara itu bisa mendapatkan itu. Kalau secara filosofi itu kan pemahaman, itu kita ada bercahaya gitu, dapat pencerahan gitu dari yang disampaikan oleh ustad itu. Secara filosofinya tuh kayak gitu.<sup>85</sup>

b. Menentukan segmentasi pendengar yang tepat

Radio Mahardhika menentukan segmentasi pendengar program Pelita Iman berdasarkan format suatu program, karena format program Pelita Iman adalah acara keagamaan Islam maka ditentukan segmen umum. Sebagaimana kata Kabag Siar berikut.

Kalau untuk menentukan segmentasi itu kan melihat format acaranya ya.. acaranya segmentasinya apa kan gitu.. kalau segmen format acara ceramah gitu kan masa iya segmentasinya anak-anak kan, iya jadi kan dewasa, umum ke dewasa gitu....<sup>86</sup>

Dan untuk pengukuran segmentasi pendengar radio secara pasti atau detail sulit untuk dilakukan karena membutuhkan survei. Maka dalam hal ini, radio Mahardhika tidak melakukan hal tersebut sebagaimana dikatakan Kabag Siar berikut.

Kalau untuk mengukur secara pasti pendengar radio itu memang sulit mengukurnya..Iya kan kalau kayak TV ada ukuran rating gitu ya, kalau di radio itu memang dari dulu memang sulit ukuran seperti itu. Kita harus survei. Kita harus melakukan survei satu sambungan gitu ya..<sup>87</sup>

Namun untuk mengetahui kesesuaian target pendengar salah satunya dilihat dari pendengar yang bergabung baik melalui telpon, WhatsApp, maupun komentar dari Youtube. Sebagaimana kata Kabag Siar Berikut.

<sup>85</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>86</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 11 Mei 2022.

<sup>87</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 11 Mei 2022.

Untuk mengukur sejauh mana pendengar yang kita targetkan itu tercapai salah satu tolak ukurnya itu..salah satu ya.. saya tidak bilang itu sebagai penentu ya, tapi salah satunya bisa dilihat dari orang yang gabungan. Yang gabungan sesuai gak nih, ternyata yang gabungan anak-anak berarti kan..suaranya anak-anak misalnya..berarti kan gak sesuai..tapi kalau gabungan remaja, atau ibu-ibu, bapak-bapak.. itu masuk.. karena segmentasinya umum gitu...<sup>88</sup>

Selain itu juga bisa dilihat dari adanya komunitas pendengar di Bondowoso yang terkadang berkunjung ke Radio Mahardhika.<sup>89</sup> Komunitas pendengar di Bondowoso ada dua yakni ALFARO (Aliansi Fans Radio Bondowoso) dan Prabo (Pecinta Radio Bondowoso). Komunitas Alfaro rutin melakukan pertemuan tiap bulan dan juga mengadakan arisan serta pengajian terutama di momen-momen besar Islam. Sedangkan untuk komunitas PRABO juga aktif melakukan kegiatan rutin tiap bulan berupa sholawat serta istighotsah bersama namun tiada arisan didalamnya.

Adapun segmentasi pendengar jika dilihat dari Jangkauan radio, maka Radio Mahardhika hanya menjangkau daerah Bondowoso. Hal ini karena mengacu pada peraturan<sup>90</sup> bahwa frekuensi radio dibatasi daya pancarnya pada daerahnya dan tidak boleh melebihi daerahnya dikhawatirkan menimbulkan gangguan yang merugikan (*harmful interference*) pada radio lain dan terutama bisa mengganggu pada penerbangan. Hal ini Sebagaimana kata Direktur Pelaksana berikut.

<sup>88</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 11 Mei 2022.

<sup>89</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 11 Mei 2022.

<sup>90</sup> Peraturan yang dimaksud adalah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Penggunaan Spektrum Frekuensi Radio.

Aturan di radio itu semua gitu..cuma jangkauan di kabupatennya, di luar kabupaten gak boleh...punya wilayah masing-masing.... takutnya dijalur itu ada penerbangan.....Lebih dari itu (red. jarak jangkau melebihi daerah radio) kena sanksi..

Daerah Bondowoso yang terjangkau oleh siaran Radio Mahardhika adalah daerah-daerah yang datarannya sama atau tidak terhalang bukit maupun gunung-gunung, hal ini karena gelombang untuk FM itu lurus.

Sebagaimana kata Direktur Pelaksana berikut:

Semua kecamatan ndak juga...wilayah Bondowoso itu kan wilayah pegunungan..sedangkan perangkat yang kita gunakan itu FM, lain dengan AM. Kalau AM itu gelombangnya itu naik, kalau FM itu lurus..jadi kalau misalnya di depan saya ada bukit tu, dibaliknya bukit gak kena (red. jangkauan suara radio)..tapi kalau daerahnya bukan berbukit..datar itu jauh (red. jangkauannya),..nabrak bukit aja itu ndak bisa.... di sini Maesan bisa..kan gak ada pegunungan, terus Tamanan itu masih bisa, Jambesari bisa, Pujer masih bisa, Tlogo (red. Tlogosari) itu masih bisa..ke timur paling nggak ya sampai Tapan..karena ini antenanya ngadep antara selatan sama timur..

Peneliti mengkonfirmasi melalui WhatsApp kepada rekan-rekan dari Bondowoso yang tinggal di beberapa daerah tersebut<sup>91</sup> bahwa daerah yang menjangkau radio Mahardhika sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Direktur Pelaksana.

c. Menentukan bentuk dan waktu siaran program yang tepat

Bentuk siaran program Pelita Iman terbagi dua yakni berbentuk rekaman dan langsung. Sebenarnya untuk yang berbentuk langsung pada nama program ada penambahan kata “Dialog” didepannya, namun ketika penyiar bersiar dan menuliskan di Youtube tanpa ada tambahan

---

<sup>91</sup> Konfirmasi pada rekan-rekan yang berada di Bondowoso melalui WhatsApp, Mei 2022.



kata tersebut sehingga sama-sama disebut program siar Pelita Iman. Program Pelita Iman berbentuk rekaman disiarkan setiap hari selain hari Sabtu yaitu pada pukul 17.00 - 18.00 WIB, sedangkan yang berbentuk langsung atau dialog interaktif disiarkan setiap hari Sabtu yang dimulai pukul 16.30 WIB sampai menjelang azan Magrib. Adapun penentuan waktu siaran program Pelita Iman di sore hari atau petang dikarenakan waktu tersebut merupakan waktu orang-orang selesai bekerja<sup>92</sup> dan waktu orang-orang istirahat sehingga orang-orang akan santai mendengarnya sambil menunggu azan Magrib, sebagaimana pernyataan Kabag Siar berikut.

Penentuan waktunya memang kita ngambilnya sore. Mengapa? Karena biasanya orang itu di jam setengah 5 mau menjelang Maghrib itu biasanya orang cenderung lebih santai sambil menunggu salat Maghrib gitu. Biasanya gitu kalau pas bulan Ramadhan itu memang dipilih kayak gitu juga. Karena kan orang biasanya kalau nunggu saat berbuka biasanya orang tuh dengerin radio untuk menunggu adzan Maghrib gitu. Jadi pas momennya dinilai pas momennya karena jamnya memang jam jam segitu.<sup>93</sup>

Sedangkan penentuan hari Sabtu untuk program Pelita Iman dengan format dialog interaktif karena merupakan hari yang santai dan juga karena menyesuaikan dengan jadwal narasumber. Berikut kata Kabag Siar.

Itu kita juga menyesuaikan gitu ya menyesuaikan jadwalnya dari ustadz juga. Hari Sabtu itu kenapa kita pilih Sabtu, Sabtu itu hari santai yang cenderung masyarakat itu santai tapi ada di rumah.

<sup>92</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022.

<sup>93</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

Kalau hari Minggu biasanya orang cenderung kan jalan jalan jadi asumsinya itu ke sana gitu.<sup>94</sup>

- d. Menentukan narasumber yang moderat, kompeten, kredibel dan tidak berpolitik.

Narasumber untuk program Pelita Iman rekaman dipilih dari narasumber yang berbeda-beda dan biasanya mengambil ceramah ustadz-ustadz nasional yang diakses dari internet. Pemilihan narasumber pada Pelita Iman rekaman didasarkan pada ideologi yang moderat dan berdasarkan tema yang diangkat. Berikut kata Kabag Siar.

Kita biasanya ngambil yang ini ustadz -ustadz yang ceramahnya itu lebih universal gitu. Jadi, ada kan ustadz-ustadz itu yang tingkat fanatismenya itu ....jadi bahasanya keras gitu ya ..dan ajarannya kan agak keras....Kita lebih memilih yang lebih universal kayak Zainudin MZ, AA Gym, terus Gus Baha gitu. Jadi lebih memilih yang seperti itu, Arifin Ilham atau Yusuf Mansur, jadi lebih yang universal, lebih umum gitu. Yaa biasanya sesuai temanya apa. Misalnya juga bulan ini misalnya mau mendekati Ramadhan, biasanya kita akan ngambil tema-tema itu yang persiapan menyambut Ramadhan seperti apa seperti itu, atau ketika bulan maulid, “makna dari maulid itu apa?” Biasanya kan banyak ceramah gitu dari Zainuddin MZ itu biasanya gitu.<sup>95</sup>

Sedangkan untuk Pelita Iman yang berbentuk langsung atau dialog interaktif, narasumbernya tetap yakni Ustadz. Dr Madzkur Damiri, S.Pd.1, M.Si. Pemilihan narasumber untuk didasarkan pada ideologi moderat, latar belakang pendidikan, segi bahasa penyampaian, tidak berpolitik, serta rekomendasi dari salah satu tokoh ulama panutan di Kabupaten Bondowoso. Sebelumnya, pengisi Pelita Iman adalah K.H. Imam Barmawi

<sup>94</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>95</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

Burhan,<sup>96</sup> namun dikarenakan kesibukan dan tanggung jawab yang semakin banyak sehingga mengundurkan diri sebab dikhawatirkan kurang maksimal. Berikut kata Direktur Pelaksana dan Kabag Siar.

*Da'inya* dari ini.., pengasuhnya ATQIA, dulu itu pak Imam Barmawi setelah itu pak Barmawi ada kesibukan, ya kita bingung terus kita minta tolong Kiai Imam Hasan dan ditunjuk yang sekarang ini ustadz Madzkur. Kiai pondok pesantren kauman ini jadi ulama panutan di Bondowoso jadi minta pendapat beliau dan ndak taunya Kiai Imam ini nunjuk ustadz Madzkur. Dan saya teruskan ke ustaz Madzkur, “ustadz kiai Imam pengen ustadz ngisi di radio” terus sampai sekarang ngisi terus itu dari tahun 2014 ., eh *sorry* 2013. Kan disini kan harus tokoh yang gak berpolitik, yang bisa diterima semua semua kalangan dan punya pendidikan yang cukup bagus. Benar-benar cari yang gak mau berpolitik, kan juga dijadikan tokoh.<sup>97</sup>

Memang sebelum ustadz Madzkur itu ada dulu itu yang dipilih. Namanya Kiai Imam karena kiai Imam itu terpilih sebagai ..ketua koordinator MAN se Jawa Timur, akhirnya beliau nya itu tidak bisa untuk melanjutkan takut tidak bisa berbagi gitu, tidak maksimallah, akhirnya menunjuk memang ustad Madzkur. Ustadz Madzkur sendiri secara.. secara rekomendasi memang ustad. Kiai Imam itu menunjuknya ustad Madzkur dan kita juga punya pertimbangan Ustad Madzkur itu secara Akademik. Dia secara latar belakang pendidikannya terus latar belakang pendidikan agamanya. Memang itu kita lihat sesuai, dan ceramah ceramah yang sering beliau sampaikan itu didakwah-dakwahnya itu, itu memang mengena gitu, jadi kami merasa beliau ini cocok untuk mengisi di Pelita Iman sesuai dengan yang kami harapkan dan kami inginkan di program siaran Pelita Iman itu, jadi ya kayak tadi itu jadi pembahasannya juga tidak menyinggung SARA gitu gitu, lebih ke umum tapi spesifik yang disampaikan dan itu..dari segi bahasa penyampaiannya beliau itu, ini loh apa ya.. *enjoy* gitu orang dengerin itu ngena gitu dengan bahasa

<sup>96</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>97</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022.

bahasanya yang sederhana. Jadi kami menilai itu, itu cocok gitu sesuai yang kami harapkan.<sup>98</sup>

e. Menentukan penyiar program yang tepat

Selain narasumber atau *da'i*, komunikator dalam acara program Pelita Iman adalah penyiar. Penentuan penyiar didasarkan pada jenis kelamin yang menyesuaikan dengan narasumber dan kemampuannya dalam materi keislaman. Sebagaimana dikatakan Kabag Siar, “Kenapa dipilih Alan (red. nama penyiar), secara satu, dia itu laki jadi ustadz itu lebih nyaman, dan secara kemampuan diantara (penyiar) yang laki, Alan lebih mengetahui materinya.”<sup>99</sup>

f. Menentukan kriteria materi dakwah yang universal, kekinian, dan mengikuti momen-momen Islam serta tidak provokatif

Penentuan materi dakwah di Radio Mahardhika FM dilakukan oleh narasumber atau *da'i* dengan terlebih dahulu berdiskusi dengan penyiar program atau sebaliknya. Dan penentuan topiknya menyesuaikan segmentasi pendengar dengan mengambil topik yang lebih populer dan mengikuti momen-momen besar Islam maupun permasalahan teraktual di masyarakat. Berikut kata Kabag Siar, penyiar, dan narasumber pada program Pelita Iman.

“Penentuan topiknya kayak momen nya ya kita bisa *request* ke ustadz atau ustadz kadang memang mengusulkan ‘untuk topiknya ini’ jadi untuk topik kita kolaborasi dan koordinasi sama ustadz juga. Topik yang paling pas di momen itu”<sup>100</sup>

<sup>98</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>99</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>100</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

Kalau selama ini untuk program siar Pelita Iman itu ustad yang nentuin. Ustadz yg nentuin sesuai dengan kondisi *terupdate* atau yang menjadi permasalahan di lingkungan ini lah. Baik Lingkungan Kabupaten ataupun secara nasional. Itu materi atau tema yang sering diangkat biasanya.<sup>101</sup>

Ya karena radio itu audiennya kan beragam jadi, dan kita tidak tahu persis siapa yang mendengarkan, level pendidikannya seperti apa, jadi, sehingga kita harus menyampaikan materi itu materi yang populer. Yang standarnya itu standar yang bisa dijangkau oleh orang yang level intelektualnya rendah dan juga tetap bisa diminati oleh yang level intelektualnya menengah ke atas..... Biasanya selama ini begitu jadi apa yang sekarang sedang menjadi apa ya.. perhatian masyarakat kita berusaha untuk mengangkat tema itu agar supaya ada pencerahan terhadap persoalan yang sedang diperbincangkan masyarakat. Ya kecuali misalnya momen-momen hari besar Islam ya kita ikut mengkaji topik itu ya. Tapi berusaha dengan sudut pandang- sudut pandang yang berbeda.<sup>102</sup>

#### g. Menentukan media yang tepat

Penentuan Media juga tidak terlupakan, tentunya dalam hal ini media yang dipilih adalah radio itu sendiri baik itu radio yang berbentuk analog, radio *online* atau *streaming*, bahkan Radio Mahardhika juga menyuguhkan melalui Youtube dengan nama kanal Youtube *mahardhika bondowoso*.

## 2. Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Pada Program Pelita Iman

Agar pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman tersampaikan dengan baik tentu diperlukan suatu strategi. Adapun strateginya yang utama ialah melakukan persiapan baik dari penyiar maupun Narasumber di

<sup>101</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>102</sup> Madzkur Damiri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

Program Pelita Iman. Sebagai seorang pemandu acara, penyiar program melakukan beberapa persiapan sebelum acara dimulai. Untuk penyiar di Mahardhika berdasarkan observasi peneliti,<sup>103</sup> selain memandu acara juga mengatur sendiri *mixer* radio sehingga sebelum acara dimulai sudah mengecek berfungsi tidaknya peralatan yang akan digunakan, mengatur kamera untuk menangkap video guna *streaming* Youtube, dan juga melakukan latihan vokal sebagaimana kata Penyiar berikut.

Yang pasti kalau persiapan ya banyak sih ya. Yang pertama itu, Ya biasalah senam *announcing* lah ya sebagai penyiar. Untuk ini ya, untuk memperlancar komunikasi dan memperjelas artikulasi agar.. pesannya nyampe seperti geledak ini. DAAR.. ”oh mau hujan.” ya seperti ini.., hahaha...ya karena standar menjadi penyiar itu kan 30 menit sebelum acara, sudah mempersiapkan diri terutama senam *announcing*. 15 menit senam *announcing* entah mau dilakukan di sini atau di rumah, boleh. Kemudian untuk 15 menit tersisa itu kita menyiapkan materi.<sup>104</sup>

Selain itu, penyiar juga mengatur susunan atau komposisi program Pelita Iman. Komposisi dalam program Pelita Iman meliputi *opening*, isi (dialog), iklan layanan masyarakat, dan *closing*. Sebagaimana kata penyiar berikut.

... kalau standar program siar itu kan *opening*, kalau *opening* harus dengan musik, *closing* pun juga dengan musik. Kalau Pelita Iman pastinya musik-musiknya musik religi gitu kan. Kalau Pelita Iman cuma iklan (red.ditengah-tengah acara), iklan layanan masyarakat. Kan kalau durasi satu jam itu kan secara psikologis untuk memecah yang namanya kebosanan pendengar kan harus ada jedanya sedikit, kalau kalian mungkin belajar tentang psikologi ya, aku mungkin ndak banyak paham tentang psikologi..tapi kalau otak terusan dengan *traffic* yang monoton itu pasti mengalami kebosanan..untuk memecah itu harus ada iklan.

<sup>103</sup> Observasi di studio Radio Mahardhika FM, Februari 2022.

<sup>104</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

Adapun program Pelita Iman dialog interaktif memfasilitasi pendengar yang ingin bergabung dan bertanya kepada narasumber baik melalui telepon, sms, WhatsApp, maupun kolom komentar Youtube. Adapun pendengar mengaku lebih sering bertanya lewat *chat* WhatsApp, yaitu “Saya biasanya gabungan lewat wa soalnya sungkan dek kalau langsung ke ustadznya jadi mas Alan nanti yang sampaikan ke ustadz.”<sup>105</sup>

Perlu diakui bahwa memang tidak selalu ada pendengar yang gabungan saat program Pelita Iman berlangsung sebagaimana kata Penyiar.

kalau yang gabung itu kan fluktuatif ya, gak ada yang stabil ya, teori apa ya.kalau ndak salah..lupa lah..fisika..teori probabilitas, kemungkinan ya..ooh lebih ke matematika ya..ya seperti itulah..semuanya saya pikir gak ada yang sepaket pas pasti fluktuatif lah turun naik, jika ada yang mengatakan, “oh program ini stabil” dan lain sebagainya, saya pikir itu terlalu *bullshit* ya..kan dalam teori apapun termasuk pemasaran tidak ada yang ceritanya berjalan terus naik, mesti turun naik....<sup>106</sup>

Namun meskipun begitu, diluar program siar terkadang ada pendengar yang menanyakan langsung kepada narasumber dan mengkonfirmasi apabila ada ketidakcocokan pernyataan pertama dan kedua narasumber dalam ceramahnya.<sup>107</sup> Dan pendengar juga terkadang menitipkan pertanyaan melalui penyiar program di luar jam siar terutama bagi pendengar yang dikenal.<sup>108</sup> Selain itu, untuk program Pelita Iman yang rekaman tak jarang pendengar menanyakan kepada penyiar apabila ada

<sup>105</sup> Nurul, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 18 Mei 2022.

<sup>106</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>107</sup> Madzkur Damiri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>108</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

materi yang terlewat atau hendak mengakses kembali ceramah dengan menanyakan judul ceramah tersebut. Berikut kata Kabag Siar:

.... ketika yang Pelita Iman yang sehari-hari itu sering telpon cuman bukan fans-fans yang sering gabungan di radio biasanya yang sering *on-air*, dia *off air* gitu jadi dia hanya mendengarkan, pendengar pasif istilahnya. Dia sering tanyak “oh ini judulnya apa” gitu karena mungkin ketika opening dia kelewat gak tahu judulnya, “ini ceramahnya ustadz siapa?, judulnya apa?”, biasanya gitu. itu sering banyak yang tanya daerah perkotaan.<sup>109</sup>

Adapun jika narasumber berhalangan hadir, maka program Pelita Iman yang dialog interaktif diganti dengan Pelita Iman rekaman sebagaimana dikatakan Kabag Siar, “Diganti dengan rekaman seperti Pelita Iman biasanya”<sup>110</sup> sehingga penyiar perlu menyiapkan materi siaran. Jika terjadi kendala karena faktor gejala Alam seperti hujan lebat dan disertai guntur menggebu, maka mau tidak mau program dihentikan sementara dan penyiar program atas instruksi Kabag Siar segera mematikan perangkat siar hingga cuaca kembali normal. Hal ini untuk merawat kelangsungan hidup perangkat, karena jika perangkat dibiarkan menyala di kondisi tersebut akan menyebabkan rusaknya perangkat seperti pengalaman sebelumnya bahwa ada perangkat siar Mahardhika yang sempat rusak karena hal ini.<sup>111</sup>

Adapun untuk narasumber program Pelita Iman mempersiapkan materi dakwah terlebih dahulu dan juga mempersiapkan kondisi psikologis

<sup>109</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>110</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>111</sup> Observasi pada Oktober-November 2021, dan konfirmasi pada Kabag siar, 11 Mei 2022.



karena merupakan faktor keberhasilan dakwah. Sebagaimana pernyataan narasumber berikut.

Ya yang paling utama adalah persiapan ya. Jadi kalau kita siaran dengan tanpa persiapan yang baik, ya pasti juga hasilnya tidak bisa maksimal. Jadi hanya mengandalkan kekuatan memori ya yang kita ingat saja. Tapi kalau terencana dengan baik itu kan sistematis ya. Kemudian landasan landasan sudah dipersiapkan sebelumnya. Itu yang paling utama faktor persiapan paling menentukan itu keberhasilan ya. Sisanya adalah faktor psikologis. Suasana batin seseorang itu juga mempengaruhi. Ya kan jadi apa lagi enakan dengan keluarga atau apalagi tidak enakan itu mempengaruhi loh....Iya jadi faktor psikologis itu pengaruh selebihnya saya kira kecil ya soalnya suasana di studio nyaman, sepi juga. Ya yang banyak memengaruhi ya situasi batin kita. Kalau ada masalah misalnya sebelum siaran kan pengaruh itu.

Kecuali jika waktu sempit dan kondisi kesibukan maka narasumber tidak sempat mempersiapkan materi dakwah sebelumnya, sehingga terkadang diskusi sebentar dengan penyiar tentang materi yang akan disampaikan.

Berikut pernyataan Narasumber.

..Idealnya terkonsep cuma karena kadang keterbatasan waktu juga dengan apa, agenda agenda yang lain. Ya ini kadang kadang ya wes berangkat begitu saja. Kadang kadang ada diskusi sebentar dengan penyiar nya. “Jadi mau bahas apa mas? “,”Mau bahas ini aja ustadz.” ya oke. Tapi itu tidak ideal ya, idealnya memang harus dipersiapkan dan kadang kadang saya juga mempersiapkan. Karena ini rutin ya, karena ini rutin dan kadang kadang pada hari itu kegiatan banyak sekali, kadang kadang juga kegiatan longgar, kalau longgar itu kami mempersiapkan materi. Kalau pas lagi sempit waktunya ya..ya kadang kadang tanpa persiapan juga.<sup>112</sup>

Adapun sumber dari materi dakwah berasal dari Alquran, hadis dan nasihat-nasihat para ulama yang banyak berasal dari kitab *Nashoihul Ibad*

---

<sup>112</sup> Madzkur Damiri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

dan *Nashoihud Diniyah* karya Syekh Abdul al-Haddad sebagaimana yang dikemukakan Narasumber berikut.

Ya, saya kan ngajar ya di pondok itu. Ya biasanya apa yang saya ajarkan di pondok itu cuma dikemas lebih lebih populis ya. kekinian itu saja. Artinya tetap kita ya rujukannya kepada kitab kitab ulama ulama salaf ya karena kita kan *basic* kita pesantren. Ya cuma kita tidak ngaji kitab, kita tidak begitu. Pernah dulu dicoba begitu tapi ada kendala. Kendalanya gimana? Kalau ngaji kitab itu kan apa ya.. Topik itu tidak sesuai dengan harapan kebutuhan publik. Ya sudah runtut dengan bab yang disusun oleh *mushonnif* itu, beda kalau ngajar murid ya ngajar santri ya gitu ya. Jadi tidak ada hubungannya dengan *update* tidak *update*. Ya sudah itu harus dibaca secara runtut nanti. Ya kalau cuman yang paling banyak, biasanya yang kita bawa itu ya kalau tidak membahas topik topik tertentu, biasanya dari *Nashoihud Ibad* atau *Nashoihud Diniyah* nya Syekh Abdul al-Haddad. Itu kan tentang nasihat nasihat keagamaan. Nasihat-nasihat bagi hamba itu biasanya menjadi pegangannya para *muballig* karena hadisnya itu hadis hitungan. “Ada 3 hal begini begini, ada 4 hal yang gini” apa saja satu apa, 2 apa, 3 apa. Ada poin-poinnya dan itu ada di kitab *Nashoihud Ibad* yang ada poin-poin begitu. Jadi ambil satu itu saja biasanya sudah menjadi materi yang menarik.<sup>113</sup>

Selain mempersiapkan pesan yang akan disampaikan, bahasa yang digunakan dalam program Pelita Iman ialah bahasa sederhana dan mudah dipahami pendengar sehingga proses penyampaiannya bisa berjalan lancar sebagaimana kata Penyiar berikut.

Kalau strategi radio itu menyampaikan pesan dakwah, yang pasti pertama, penyampaiannya kan harus sesuai dengan segmentasinya karena memang segmentasinya umum jadi bahasanya yang dipakai bahasa formal. Bahasa yang memang..formal itu enggak harus seperti kita orang berpidato ya, orang ceramah seperti. Tapi formal

<sup>113</sup> Madzkur Damiri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

sesuai dengan kondisi lingkungannya. Yang paling dominan mendengarkan Bondowoso formalnya seperti apa.<sup>114</sup>

Selain itu, bahasa daerahpun terutama bahasa Madura terkadang diikutkan dalam acara ini untuk lebih memahamkan pendengar semisal jika dalam bahasa Indonesia dirasa kurang mewakili makna dari apa yang dimaksudkan, terutama dalam penerjemahan dari bahasa Arab. Berikut kata Penziar.

Kadang diselip-selipkan...kan orang ceramah pas kalau orang yang seperti ustad misalnya.. pasti ceramah terkadang pakai bahasa arab ya ...ooh ini misalkan menjelaskan hadis dia menggunakan bahasa arab atau ayat atau tertentu dengan bahasa Arab yang mungkin baru ketika diartikan bahasa Indonesia itu sulit untuk dipahami. Ustadz itu menggunakan bahasa Madura karena lingkungan kan mayoritas Madura.<sup>115</sup>

...Kan kita juga harus tahu siapa pendengarnya. Lingkungan terbesarnya bahasa yang digunakan apa. Kalau di sini dijelaskan dengan bahasa jawa, sedangkan mayoritas pendengarnya Madura justru pesan itu tidak sampai. misalkan kamu orang Madura ya. Tapi pas ada ceramah radio pakai bahasa sunda “apa yang didengerin ..apa ini..” ceramah apa gitu kan? Kan enggak nyampek gak ngerti akhirnya... Apapun program siar.. di sebuah radio atau di televisi kan, yang penting adalah pesan sampai ke para pendengar atau para penonton. Itu kan?<sup>116</sup>

Adapun tanggapan beberapa pendengar terhadap program Pelita Iman adalah beragam. Ada yang mendengarkan Pelita Iman karena menggemari narasumbernya, dan karena bahasanya yang mudah dipahami serta tema berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Sebagaimana kata pendengar satu, “Pertama memang karena *nge-fans* (red. pada

<sup>114</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>115</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>116</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

narasumber), terus tema yang disampaikan itu mudah dipahami berkaitan dengan kehidupan sehari-hari”<sup>117</sup> dan kata pendengar dua, “*Mon Mahardhika mon pak Madzkur guleh buru ngedingagi, mon se lain tak pate ngedingagi. Jarang-jarang guleh tapi kadeng guleh rekam guleh cocokagin*“ yang artinya “kalau Mahardhika kalau pak Madzkur saya baru dengarkan, tapi kalau yang lain tidak terlalu mendengarkan. Saya jarang-jarang tapi kadang saya rekam dan saya cocokkan.”<sup>118</sup> Selain itu ada pendengar yang mendengarkan untuk keseimbangan dan jika isi siarannya menarik bagi dirinya serta mengaku lebih sering mendengarkan Pelita Iman yang dialog interaktif yaitu sebagai berikut.

“Program Pelita Iman itu menurutku baik ya, secara sejak pagi isinya informasi duniawi nah pas sore untuk akhirat, jadi bisa ada keseimbangan.... Tergantung isi siarannya sih, kalau menarik ya didengarkan gitu tapi emang lebih sering dengarkan yang dialog...Aku sih lebih suka tema obrolan yang berhubungan dengan dunia anak muda gitu....Dulu kalau ndak salah pernah membahas tentang urusan menjalin hubungan antar sesama dalam Islam.”<sup>119</sup>

Adanya suatu program tentu memiliki kelebihan dan kekurangan begitupun program Pelita Iman. Adapun kelebihanannya yaitu topik yang *relate* dengan kehidupan sehari-hari dan unik karena bersiar di sore hari disaat mayoritas program dakwah di radio lain bersiar di pagi hari, dan uniknya lagi *closing* Pelita Iman (dialog interaktif) menyesuaikan azan Magrib.<sup>120</sup> Berikut kata Penyiar.

<sup>117</sup> Mustakimah, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 22 Februari 2022.

<sup>118</sup> Jupri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Maret 2022.

<sup>119</sup> Suhartono, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 15-16 April 2022.

<sup>120</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

Keunikannya untuk program siar Pelita Iman ya *relate* tadi dengan situasi permasalahan yang ada di bangsa ini. durasinya ikut magrib, kan karena kalau di radio lain kan biasanya pagi kan kalau di beberapa program siar yang pernah aku dengar ya, entah ini bentuk *spy* untuk radio lain, “oh ini program siarnya pagi” gitu kan, terserah mau lihat dari sudut pandang yang mana tapi pagi itu ada yang jam 7-8. Artinya konsisten disitu jamnya. Kalau kita kan mulainya setengah 5 ngikutnya sesuai magrib, berhentinya sesuai magrib.

Selain itu kelebihanannya yaitu karena berkonsep dialog interaktif sehingga pendengar bisa gabungan (khusus hari Sabtu) sebagaimana kata salah satu pendengar, “Kelebihan Pelita Iman itu disana ada interaksi dialog antara narasumber ustadz sama pendengar gitu.”<sup>121</sup> kelebihan lainnya yaitu bahasa narasumber yang mudah dipahami sebagaimana kata pendengar “Mudah dipahami....Persis dengan guru saya di Tanggul, mudah dipahami....”<sup>122</sup> Sedangkan untuk kekurangannya yaitu durasi program siar yang kurang sebagaimana kata pendengar dari Wonosari, “kekurangannya sih dek itu durasinya kurang lama, kan masih ada lagu dan lainnya jadi ceramahnya sedikit..”<sup>123</sup> dan juga seperti dikatakan pendengar dari Maesan berikut bahwa narasumber dalam Pelita Iman yang dialog interaktif tiada pergantian dengan narasumber lainnya atau hanya satu.

kalau kurangnya kayaknya durasi siarannya sih sama narasumbernya gak diganti sama ustadzah misalnya. Yaa biar ada perubahan suasana aja...Harapan untuk program Pelita Iman kalau bisa sih tadi narasumbernya gantian tiap harinya sama durasi siarannya ditambah dua jam juga gpp...Iyya durasinya kurang

---

<sup>121</sup> Suhartono, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 15-16 April 2022.

<sup>122</sup> Jupri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Maret 2022.

<sup>123</sup> Nurul, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 18 Mei 2022.

lama kan masih putar lagu gitu juga kadang itu *jingle* apa namanya.<sup>124</sup>

Untuk penambahan narasumber sebenarnya sudah dipikirkan oleh pihak Radio Mahardhika, namun karena kurangnya anggaran dan adanya pergantian pemimpin sehingga masih belum terealisasi. Berikut kata Kabag Siar.

Sebenarnya tahun ini ada beberapa ustadz yang kita mau ajukan untuk juga ikut ngisi cuman karena keterbatasan anggaran sementara ini masih satu, karena itu, kita kan juga ngacu ke anggarannya. Kalau anggarannya ga ada mau dipaksakan, sanggup mau dibayar apa gitu. sebenarnya ustadznya sendiri kan tidak minta bayaran tapi cuman secara etika apalagi etika kedinasan ada SPGnya gitu jadi kita mengacu ke situ..jadi sementara Ustadz Madzkur. Sebenarnya dijadwalkan itu kita mau nambah lagi 3 orang ustadz, cuman ada pergantian pimpinan jadi tidak terealisasi.<sup>125</sup>

Adapun tantangan secara umum yang dihadapi radio Mahardhika adalah pada audio terutama saat memutar lagu<sup>126</sup> sebagaimana dikatakan salah satu pendengar dari Maesan berikut.

Kupingku sih gak peka banget ya kalau urusan audio, tapi kalau pas dengar Mahardhika kayaknya *bass* kurang *glerr* kalau udah putar lagu. Kalau kesini kurang bagus ya suaranya, cuma jangkauannya kurang jauh entah apa kurang maksimal soalnya waktu aku dengar diluar kota sebelah gak nyampek.<sup>127</sup>

Untuk jarak jangkauan Radio Mahardhika yang kurang jauh sebagaimana dikatakan pendengar di atas, menurut Direktur Pelaksana memang tidak bisa di kota sebelah karena aturan frekuensi radio harus berada di

<sup>124</sup> Suhartono, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 15-16 April 2022.

<sup>125</sup> Dewi Karya S, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 17 Maret 2022.

<sup>126</sup> Rudy Hardianto, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 20 Februari 2022.

<sup>127</sup> Suhartono, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 15-16 April 2022.

wilayahnya sebagaimana dijelaskan sebelumnya di poin penentuan segmentasi pendengar pada sub-subbab pertama bab ini. Namun ketidakterjangkuan ke wilayah lain bisa diimbangi oleh Radio Mahardhika dengan strategi merambah ke dunia *online* baik *streaming* maupun melalui Youtube sehingga bisa menjangkau lebih banyak pendengar. Sebagaimana dikatakan Penyiar, “...Biasanya radio itu live secara analog ya, secara digital dengan Youtube dan *live streaming*, di media sosial kayak Instagram dan Facebook untuk kutipan-kutipan penyiar.”<sup>128</sup> Berdasarkan observasi peneliti merambahnya radio mahardhika ke web atau *streaming* dimulai tahun 2015 dan tahun 2018 untuk perambahan di Youtube, namun untuk program Pelita Iman mulai bisa diakses dari Youtube tahun 2021.<sup>129</sup>

Adapun mengenai efek program Pelita Iman yaitu menambah pengetahuan pendengar dan juga salah satu pendengar tidak sungkan melakukan konfirmasi kepada narasumber. Sebagaimana dapat dipahami dari pernyataan pendengar berikut.

...Saya cari di kitab itu, apa sampeyan salah ucap kiai?, “oh iya”..jadi bulan sya’ban tahun sekarang sama dulu cocokkan sama saya kalau ada yang menyimpang konfirmasi, saya cocokkan dengan kitab dengan pengetahuan saya, cari saya kalau ndak nemu saya gimana ya penasaran, kalau ndak pas saya cari saya dikitab-kitab. Kalau saya baca kitab ndak paham 100x saya bolak balik. Saya dulu di pesantren kalau baca kitab ndak paham saya ke guru ini saya ndak pernah negor, ndak pernah anu saya, takut saya karena saya hati-hati ke guru. Apalagi Pak Madzkur gurunya murid saya. Saya anggap juga guru saya, walaupun usianya atas saya. Pak madzkur temannya adik saya, Pak Zaenal, dulu kepala At-Taqwa

<sup>128</sup> Ruslan Hasim, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>129</sup> Observasi dengan menelusuri platform-platform radio baik Youtube, Instagram, maupun Facebook milik Radio Mahardhika FM. 15 Mei 2021.

sekarang ke An-Nur MAN, dulu di MTsnya. Ini banyak ini (red. menunjukkan rekaman ceramah pak madzkur di hp)...Saya ada rekaman kan kalau pak madzkur keliru ada bukti, saya ndak sungkan, kalau ndak cocok saya sampaikan atau konfirmasi.<sup>130</sup>

Selain itu, efeknya juga dapat dipahami melalui perkataan pendengar yaitu “.....Saya dapat tambahan banyak ilmu-ilmu agama dari ustadz, selain yang saya dapat dari MAN maupun kampus”<sup>131</sup> dan “ Saya dapat tahu ilmu agama dek, dan tahu ooh ternyata gini harusnya..oh berarti saya salah..”<sup>132</sup> pendengar lainnya mengatakan, “Sebisanya yang mampu aku lakukan (red. menerapkan pesan dakwah) Pernah sih beberapa kali (red. menyarankan mendengar Pelita Iman) ke temen-temen sesama pendengar.”<sup>133</sup>

Ada yang menarik dari *mad'u* program Pelita Iman yaitu adanya pendengar setia yang membuat catatan di setiap ceramah Ustadz Madzkur di Program Pelita Iman yang dirangkum hingga menjadi dua buah buku dan ditulis tangan dengan rapi, lengkap dengan daftar isinya. Untuk foto bukunya dapat dilihat di bagian lampiran. Adapun keunikan ini diketahui dari pernyataan Ustadz Madzkur berikut.

Terus ada yang menarik lagi gitu ya. saya itu punya pendengar setia yang pendengar itu ternyata mencatat materi saya sekian lama itu sampai ada 2 buku besar itu Coba. Iya tulis tangan itu, ada tanggal siarannya, saya pernah cerita sama mas Alan. Sampai sekarang masih saya simpen itu, nah yang menarik itu, kan saya tidak pernah merencanakan materi saya. Setelah saya baca itu, tidak ada materi saya yang berulang begitu, ndak ada topik yang

<sup>130</sup> Jupri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 18 Maret 2022.

<sup>131</sup> Mustakimah, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 22 Februari 2022.

<sup>132</sup> Nurul, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 18 Mei 2022.

<sup>133</sup> Suhartono, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 15-16 April 2022.



sama. berbeda topiknya berbeda. Ada yang mendokumentasikan, jadi dia itu mendengarkan di radio kemudian di catat poin2nya itu dan rapi sekali...namanya Mustakimah, anak Curah Poh... ke rumah ngantarkan 2 buku tadi, jadi sudah dia salin katanya, copyannya diserahkan ke saya. “ini ustadz mungkin ustadz tidak punya dokumentasinya, saya punya dokumentasinya” oh ya Allah saya senang sekali, sampai ada 2 buku loh. Ya bener saya ndak punya dokumentasi tapi ada yang mendokumentasikan. Saya tidak tahu apakah sampai sekarang masih seperti itu atau ndak.<sup>134</sup>

Namun, setelah dikonfirmasi pada pendengar tersebut ternyata untuk sekarang sudah tidak mendengar program Pelita Iman. Hal ini disebabkan awalnya karena kurang informasi mengenai perubahan jadwal siar program Pelita Iman, ditambah pendengar tersebut tidak punya kenalan sesama pendengar Pelita Iman sebagaimana dalam pernyataan berikut, “Saya sama sekali *ndak* punya kenalan pendengar dek karena waktu itu saya cuma punya HP kecil” dan karena memang pendengar tersebut sekarang sudah lama tidak mendengarkan radio.<sup>135</sup> Namun jika peneliti amati melalui postingannya di status WhatsApp, pendengar tersebut masih aktif mengikuti program dakwah yaitu tak jarang membagikan link ceramah agama yang diambil dari Youtube dan juga kerap memposting acara silaturahmi atau kunjungan ke berbagai ustadz atau ulama.

---

<sup>134</sup> Madzkur Damiri, diwawancarai oleh penulis, Bondowoso, 19 Februari 2022.

<sup>135</sup> Mustakimah, diwawancarai oleh penulis, WhatsApp, 22 Februari 2022.

## **C. Pembahasan Temuan**

### **1. Strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyiapkan Konsep Program Pelita Iman**

Setelah dilakukan penelitian, strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep Program Pelita Iman sebagaimana dijelaskan sebelumnya di penyajian data yaitu dimulai dengan memberi nama program yang relevan. Pemberian nama “Pelita Iman” dimaksudkan juga sebagai pesan dakwah bahwa program ini diharapkan bisa menjadi pelita atau cahaya yang bisa menambah keimanan pendengar. Penamaan program dirasa penting karena itulah yang akan diingat oleh pendengar. Kemudian, Radio Mahardhika menentukan segmentasi pendengar program Pelita Iman. Radio Mahardhika menurut hasil penelitian tidak melakukan survei pendengar satu persatu melainkan lewat obrolan dengan komunitas pendengar radio yang ada di Bondowoso. Radio Mahardhika membidik kalangan umum yaitu dari segala usia, segala profesi, dan jenis kelamin serta lain sebagainya. Dan Radio Mahardhika membidik masyarakat Bondowoso, karena jarak jangkauan radio hanya di Kabupaten Bondowoso. Selain itu, radio Mahardhika melihat kebiasaan-kebiasaan masyarakat untuk membuat suatu program sehingga program Pelita Iman dijadwalkan pada jam sore hari dengan melihat kebiasaan masyarakat yang istirahat atau pulang kerja di jam-jam seperti ini. Hal ini sebagaimana dijelaskan Morissan bahwa segmentasi

pendengar bisa ditentukan secara demografis, geografis, serta psikografis.<sup>136</sup>

Setelah menentukan segmentasi pendengar, Radio Mahardhika FM menentukan bentuk dan waktu siaran program yang tepat. *programmer* melakukan pembagian bahan siaran, untuk program Pelita Iman termasuk pada jenis acara siaran pendidikan yaitu siaran agama (*religi programme*). Bentuk siaran program Pelita Iman terbagi dua yakni berbentuk langsung dengan dialog interaktif dan berbentuk tidak langsung dengan rekaman ceramah. Bentuk Dialog Interkatif dipilih karena dirasa bisa menarik pendengar karena didalamnya pendengar bisa bertanya langsung kepada narasumber atau melakukan tanya jawab. Untuk bentuk dialog interaktig dijadwalkan tiap pekan yakni pada hari sabtu petang sedangkan hari lainnya diisi dengan bentuk rekaman ceramah. Bentuk rekaman bisa dimaksudkan sebagai strategi untuk menghemat anggaran Radio Mahardhika FM dikarenakan anggaran di radio itu terbatas sebagaimana di katakan kabag siar dalam penyajian data. Dalam program pelita Iman ada perencanaan harian dan perencanaan mingguan atau tiap pekan. Programmer membuat daftar penyiar yang mengisi program Pelita Iman harian dan membuat pencadangan penyiar apabila berhalangan hadir. Hal ini sebagaimana sesuai dengan apa yang dikatakan Onong Uchana Effendy

---

<sup>136</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, 181-189..

bahwa dalam penataan program acara ada pembagian waktu siaran, penentuan waktu siaran serta perencanaan siaran.<sup>137</sup>

Langkah selanjutnya ialah memilih Narasumber. Standart narasumber yang ditetapkan oleh radio Mahardhika yakni yang tidak fanatisme dan keras dalam lain kata ialah harus moderat. Kemudian juga harus kredibel atau bisa dipercaya. Radio Mahardhika dalam memilih Narasumber atau *da'i* juga meminta saran dari ulama panutan di Bondowoso dan melihat ketokohan narasumber tersebut. Selain itu, Radio Mahardhika juga melihat latar belakang pendidikan narasumber serta melihat ceramah-ceramahnya, tata cara penyampaiannya, serta isi ceramahnya sehingga dalam hal ini radio Mahardhika juga menetapkan narasumber yang kompeten serta tidak berpolitik. Selain narasumber, komunikator dalam program Pelita Iman ialah penyiar. Penyiar yang dipilih untuk memandu program Pelita Iman ialah yang lebih baik dari penyiar lainnya dalam materi keislaman agar komunikasi dalam program dialog interaktif bisa terlaksana dengan lancar. Pemilihan komunikator yang tepat memang penting, sebagaimana dikatakan Redi Panuju bahwa peranan komunikator dan pesan harus disiapkan, karena tingkat penghargaan dan kepentingan komunikan terhadap komunikator maupun pesan menentukan kualitas komunikasi dan saling pengertian.<sup>138</sup>

Untuk pesan atau materi dalam program Pelita Iman, *programmer* menentukan kriterianya yakni menentukan kriteria materi dakwah yang

---

<sup>137</sup> Effendy, *Radio Siaran Teori dan Prakrek.*, 113-25.

<sup>138</sup> Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia.*, 121.

universal, kekinian atau yang aktual, dan mengikuti momen-momen Islam seperti jika waktu bertepatan isra' mi'raj maka membahas hal tersebut, jika bertepatan bulan rajab membahas amalan di bulan rajab. Kriteria materi lainnya ialah tidak provokatif atau menyinggung SARA, hal ini untuk tetap menjaga kerukunan masyarakat. Sebagaimana dalam formula lasswel bahwa *say whats* atau pesan apa yang dinyatakan juga diperhatikan. Radio Mahardhika tidak membuat naskah materi program namun hanya menetapkan kriterianya. Untuk isi materi dakwahnya ditentukan oleh *da'i* program pelita Iman yang dialog interaktif. Sedangkan untuk yang rekaman ditentukan oleh penyiar yang bertugas menyiarkan dihari tersebut. Setelah kriteria pesan telah ditetapkan maka kemudian menentukan media yang tepat. Media yang digunakan ialah Radio Mahardhika itu sendiri yang berbentuk analog, kemudian juga menambahkan pada streaming melalui web Radio Mahardhika dan Youtube *mahardhika bondowoso*.

Secara tahapan strategi sebagaimana dalam kajian teori, maka Radio Mahardhika juga melaluinya namun lebih sederhana yakni pertama pada formulasi strategi. Pada tahapan ini pihak Radio Mahardika menentukan visi, misi, tujuan, dan sasaran yang akan dicapai radio sebagaimana sudah tertuang dalam poin gambaran umum radio; mengenali lingkungan di mana organisasi berada yaitu dengan cara mengamati alam, budaya dan kebiasaan masyarakat di Bondowoso; dan melakukan analisis yang bermanfaat *positioning*, untuk bagian ini Radio Mahardhika

membranding diri sebagai radio pemerintah yang menyuguhkan musik dan informasi sebagaimana slogannya yaitu “media musik dan informasi.” Dan juga memposisikan dirinya sebagai radio tertua di Bondowoso sebagaimana deskripsi pada bagian “tentang” dalam Youtube radio. Adapun untuk program Pelita Iman, perencanaan atau formulasi strategi telah dijelaskan sebelumnya.

Kedua, implementasi strategi. Pada tahap ini, semua yang direncanakan dijalankan dan sumber daya manusia bekerja sesuai tugasnya masing-masing. Dalam pelaksanaan program terkadang terkendala baik dari sarana-prasarana maupun gejala alam dan lain-lain. Nah untuk itu, dalam pelaksanaan program, ada pengawasan atau pemantauan dari Kabag Siar sehingga sewaktu-waktu kabag siar bisa memberikan instruksi jika terdapat kesalahan atau kendala dalam siaran tersebut baik secara langsung maupun melalui media.

Ketiga, evaluasi strategi. Evaluasi program di Radio Mahardhika dilakukan dalam rapat tiap bulan yang dihadiri seluruh anggota radio. Dalam rapat tersebut dikemukakan kendala-kendala yang dihadapi radio beserta unjuk pendapat atau usulan dari masing-masing anggota yang hadir dalam langkah perbaikan dan pengembangan. Dalam rapat ini tidak dibahas khusus mengenai program Pelita Iman namun dibahas secara umum. Penentuan-penentuan tersebut yang dilakukan oleh Radio Mahardhika FM dalam membuat program memperhatikan unsur-unsur dikemukakan dalam formula Lasswel yakni komunikator, pesan, media,

komunikasikan serta efek. Efek yang diinginkan radio Mahardhika lebih bersifat informatif atau menambah wawasan pendengar.

## **2. Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Pada Program Pelita Iman**

Suryadi mengatakan kecenderungan dari strategi komunikasi adalah pada upaya mengemas pesan supaya dapat dikomunikasikan dengan efektif.<sup>139</sup> Di Radio Mahardhika yang mengemas pesan dakwah ialah Narasumber atau *da'i*, dan penyiar. Penentuan narasumber atau komunikator dakwah sudah dijelaskan sebelumnya. Jika melihat pada prinsip-prinsip dakwah dikajian teori maka *da'i* di Mahardhika FM memenuhi beberapa kriterianya yakni *da'i* program Pelita Iman memerhatikan tertib urutan prioritas dakwah yaitu berdakwah mengenai hal yang universal seperti menyeru kepada kebaikan, kejujuran dan berbuat baik pada sesama, dan *da'i* menyelami alam pikiran masyarakat dengan menampilkan contoh-contoh dalam ceramahnya yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari.

Dalam mengemas pesan memperhatikan strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy<sup>140</sup> yaitu :

- a. Mengenali sasaran komunikasi, ini bergantung pada tujuan komunikasi. Menurut Effendy pesan yang disampaikan kepada khalayak media massa hanya bersifat informatif atau umum dan

<sup>139</sup> di Suryadi, *Strategi Komunikasi; Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 5.

<sup>140</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2016), 35-39.

dimengerti semua orang serta mengenai hal menyangkut kepentingan semua orang. Sehingga Radio Mahardhika mengemas pesan dengan menggunakan bahasa yang sederhana, temanya populer, dan dipahami semua orang karena menysasar pendengar umum.

- b. Pemilihan media komunikasi. Radio Mahardhika dalam hal ini menggunakan radio analog itu sendiri, radio web atau *streaming* dan melalui *streaming* youtube.
- c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi. Isi pesan bisa satu namun lambang bisa beragam seperti melalui bahasa, gambar, warna, gerak dan sebagainya. Dalam hal ini tujuan pesan yang diinginkan adalah informatif atau menambah wawasan keislaman yang diharapkan dengan bertambahnya wawasan pendengar akan meningkatkan keimanan dan ketakwaan pada Allah. Adapun lambang yang digunakan adalah bahasa sehingga sangat ditekankan bahasa yang mudah dipahami dan berupaya menghindari bahasa kiasan kecuali jika diberi penjelasan. Selain bahasa adalah gambar atau video yang ditampilkan dalam youtube radio saat acara program Pelita Iman berlangsung.
- d. Peranan komunikator dalam komunikasi. Terdiri dari daya tarik sumber dan kredibilitas sumber. Pada daya tarik sumber, komunikan merasa ada kesamaan dengan komunitator sehingga bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan. Dalam hal ini,



pesan yang disampaikan dalam program Pelita Iman berusaha menampilkan tema yang *relate* agar pendengar merasa tertarik dan sumber juga merupakan tokoh di Bondowoso. Hal ini terlihat dari adanya pendengar yang mendengar program karena tema *relate* dan menggemari narasumbernya. Sedangkan pada kredibilitas sumber bahwa berhasilnya komunikasi pada kepercayaan diri komunikator berkaitan dengan keahlian yang dimiliki. Dalam hal ini Radio Mahardhika memilih narasumber yang memiliki kredibilitas tinggi terlihat dari kriteria-kriteria yang ditetapkan Radio Mahardhika sebagaimana dalam penjelasan sebelumnya.

Hal tersebut di atas juga senada dengan langkah strategis perumusan strategi yang dikemukakan Samsul Arifin Andipate, namun ditambah dua hal yakni adanya organisasi atau lembaga dakwah terpercaya dan penetapan metode. Radio Mahardhika dalam hal ini menetapkan narasumber dari lembaga dakwah terpercaya yakni Ustadz Madzkur Damiri selaku pengasuh PP. ATQIA Bondowoso dan metode yang ditetapkan Radio Mahardhika pada program Pelita Iman yaitu dengan ceramah dan dialog interaktif. Adapun metode secara khusus *da'i* akan dibahas berikutnya.

Radio Mahardhika juga dalam penyampaian pesan dakwah pada Program Pelita Iman memperhatikan elemen siaran dakwah sebagaimana dikatakan Romli pada poin kajian teori, yakni adanya materi atau tema,

sumber materi, narasumber, penyiar, dan tak lupa ada musik yang mengiringi program berupa lagu religi/nasyid.

Selain itu, program Pelita Iman juga memenuhi unsur dakwah sebagaimana dikemukakan dalam kajian teori yakni adanya *Da'i*, *Mad'u*, *Maddah*, *Thariqah*, dan *Atsar*. Sebagaimana dikatakan Aziz bahwa pendakwah dibagi tiga yaitu *Mujtahid*, *Muttabi'*, dan *Muqallid* maka berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *da'i-da'i* dalam program Pelita Iman termasuk dalam kategori pendakwah *Mujtahid* (yang bisa menafsir) seperti Gus Baha dan *Muttabi'* (yang mengetahui dalil dan menjelaskan pendapat gurunya) yaitu para ustadz umumnya. Sedangkan dalam segi *mad'u* sebagaimana diklasifikasikan Muhammad Abduh yaitu dibedakan menjadi golongan cerdik cendekiawan, golongan awam dan golongan yang berbeda dari keduanya, ditemukan bahwa *mad'u* program Pelita Iman memenuhi hal tersebut karena bersegmen umum.

*Maddah* atau materi dakwah yang disampaikan dalam program Pelita Iman berdasarkan penelitian peneliti meliputi akidah, syariah dan akhlak. Pesan-pesan yang disampaikan dalam program Pelita Iman bersumber dari Alquran, hadis, dan nasihat-nasihat ulama salaf seperti dalam *Nashoihul Ibad* atau *Nashoihud Diniyah*. Dari segi *Wasilah* sebagaimana pendapat Hamzah Yakup yang dikutip Munir maka program Pelita Iman termasuk bermedia lisan karena disampaikan dengan suara, dan audiovisual karena menggunakan radio yang berupa pendengaran dan Youtube yang berupa penglihatan dan pendengaran.

Dari segi *Thariqah* atau metode dakwah, program Pelita Iman lebih menerapkan metode *Mauidhah hasanah*, yaitu dengan memberikan nasihat-nasihat dengan kasih sayang kepada pendengar. Dan jika melihat dari metode yang dikemukakan Anwar Arifin Andipate maka Pelita Iman menurut hasil penelitian menerapkan metode informatif, persuasif, edukatif, dan *redudancy*. Informatif karena memberikan pengetahuan atau informasi seputar agama; persuasif karena berusaha membujuk khalayak ditemukan dengan kata “ayo kita...”, ”hendaknya..”, edukatif karena dalam program Pelita Iman *da’i* menyampaikan pendapatnya, fakta dan pengalamannya dengan jujur terkait tema yang dibahas; dan *redudancy* karena *da’i* melakukan pengulangan pada kalimat atau materi tertentu untuk menjadi perhatian pendengar.

Adapun untuk *Atsar* atau efek dakwah dalam program Pelita Iman sebagaimana dikatakan Jalaluddin Rahmat yang dikutip Ilahi pada poin kajian teori meliputi efek kognitif, afektif, dan behavior. Efek kognitif jelas akan didapatkan pendengar jika mendengar dan menyimak program Pelita Iman, kemudian jika sudah tahu atau paham meningkat kepada senang atau suka, dan setelah itu diamalkan dengan perilaku. Jika melihat pada tujuan program Pelita Iman yaitu untuk menambah wawasan keislaman maka efek yang hadir lebih banyak pada efek kognitif. Begitupun dalam wawancara dengan pendengar sebagaimana telah tercantum dalam penyajian data bahwa pendengar mengaku setelah

mendengarkan Pelita Iman mereka dapat pengetahuan baru tentang agama dan bisa mengetahui “oh ternyata saya salah selama ini.”

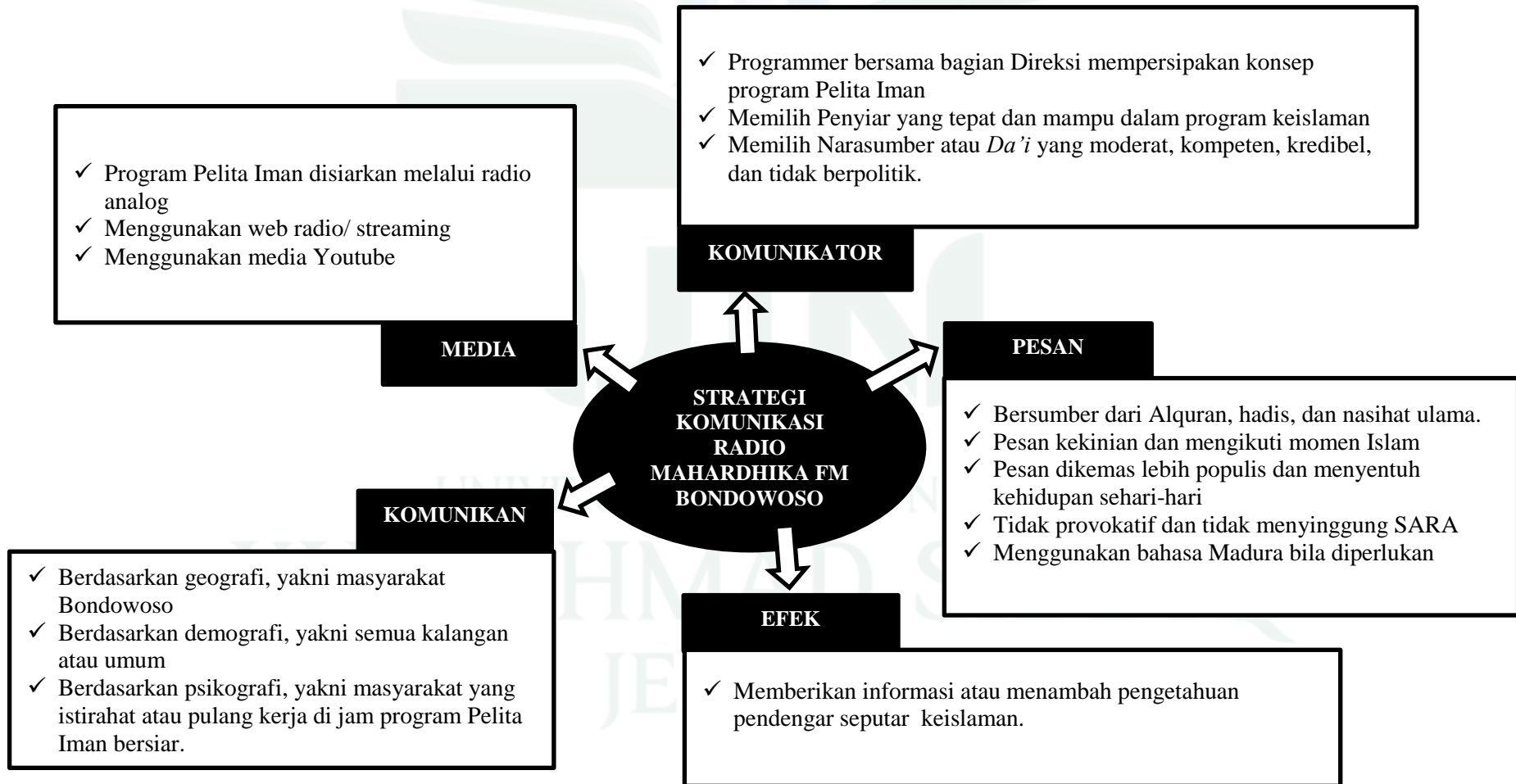
Pada bagian efek ini, sesuai dengan teori *uses and gratification* bahwa khalayak bebas dalam memilih media dan bagaimana menggunakannya. Terlihat di penyajian data bahwa pendengar bisa saja mendengar atau memilih tidak mendengar program Pelita Iman. Jika dikaitkan dengan lima asumsi dasar teori ini sebagaimana dikutip Morissan maka sebagai berikut:

- a. Pengguna media aktif dan berorientasi tujuan ketika menggunakan media. Hal ini terlihat dari alasan dan tujuan-tujuan pendengar mendengarkan Pelita Iman. Ada yang untuk pengalihan (*diversion*) atau kabur dari rutinitas masalah, dan ada yang untuk pengawasan (*surveillance*) yaitu mendengarkan Pelita Iman untuk membantunya memahami agama dengan lebih baik.
- b. Pengguna media berinisiatif mendapatkan kepuasan dari media. karena ingin rileks maka mendengarkan musik, dan karena ingin ilmu agama maka pendengar mendengarkan Pelita Iman.
- c. Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Dalam hal ini Radio Mahardhika bersaing dengan radio lain bahkan media lain untuk menarik perhatian pendengar. Salah satu yang dilakukan Radio adalah menyediakan dialog interaktif pada program Pelita Iman dan menyambut pendengar apabila berkunjung ke Radio.

- d. Pengguna media sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif. Dan penggunaan media. Dalam hal ini pendengar menyadari media yang digunakan dan program yang didengarkan yaitu Pelita Iman.
- e. Penilaian isi media ditentukan pengguna media. Teori ini berpendapat bahwa isi media hanya dapat dinilai oleh pengguna media. Artinya isi media atau program hanya dapat dinilai oleh pendengar tersebut, apakah baik atau kurang baik atau apakah puas atau tidak puas dan sebagainya. Dalam hal ini pendengar Pelita Iman ada yang puas karena mudah dipahami namun juga ada beberapa yang kurang puas yaitu karena durasinya yang kurang dan narasumbernya tidak berganti dalam program Pelita Iman yang dialog Interaktif.

UIN

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Setelah peneliti memperoleh deskripsi dari apa yang menjadi fokus penelitian pada skripsi ini, maka simpulannya yaitu sebagai berikut.

1. Strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep program Pelita Iman yaitu dengan merumuskan nama program yang relevan; menentukan segmentasi pendengar yang tepat; menentukan bentuk dan waktu siaran di sore hari sebagai pembeda dengan radio lain; menentukan narasumber yang moderat, kompeten, kredibel dan tidak berpolitik; menentukan penyiar yang tepat; menentukan kriteria materi siaran yang kekinian, tidak provokatif dan tidak menyinggung SARA dan menentukan media yang tepat. Atau dalam hal ini memperhatikan unsur dalam formula Lasswel.
2. Strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman yakni :
  - a. Penyiar program mengecek fungsi alat, mengatur komposisi program, mengatur kamera guna *streaming* Youtube, latihan vokal, dan mempersiapkan materi siaran bila narasumber tidak hadir.
  - b. Narasumber mempersiapkan materi dakwah yang dikemas populis dan mempersiapkan suasana batin atau psikologis.

- c. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta menggunakan bahasa Madura bila diperlukan.

## B. Saran-Saran

Saran-saran dimaksudkan sebagai tanggapan dan bentuk kepedulian peneliti terhadap masalah penelitian yang dipilih, sehingga tanpa mengurangi rasa hormat peneliti kepada pihak yang menerima saran-saran ini. Berikut peneliti uraikan saran-saran tersebut.

### 1. Bagi Radio

- a. Hendaknya menambah durasi dan jadwal program Pelita Iman yang dialog interaktif, mengingat acara ini hanya disiarkan tiap pekan dengan durasi satu jam. Hal ini supaya pesan-pesan dakwah dapat tersampaikan dengan lebih komprehensif.
- b. Hendaknya menambah narasumber untuk program Pelita Iman yang dialog interaktif supaya meminimalisir adanya ketidakhadiran narasumber dan untuk menambah variasi rujukan ilmu serta variasi suasana.
- c. Hendaknya membuat database pendengar serta melakukan mini riset kebutuhan pendengar melalui pemanfaatan fitur *polling* di media sosial baik WhatsApp, Instagram, Twitter, maupun Youtube. Selain hal ini tidak sulit dilakukan juga menghemat anggaran. Dan untuk media sosial radio agar lebih dikelola dengan maksimal. Salah satunya seperti dalam Youtube yaitu dengan membuat *Thumbnail* yang menarik dan berbeda untuk



setiap program serta memberikan informasi lewat “postingan komunitas” Youtube mengenai tema yang akan dibahas minimal sehari sebelum program Pelita Iman.

## 2. Bagi pihak UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Diharapkan bagi pihak UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terutama bagian perpustakaan agar dapat menata referensi atau buku-buku kembali dengan rapi sesuai tempatnya sehingga memudahkan dalam pencarian buku yang dibutuhkan mahasiswa.

## 3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat terutama masyarakat yang mendengarkan program dakwah Pelita Iman agar tetap mendengarnya dan memberikan masukan pada Radio Mahardhika Bondowoso agar program tersebut lebih baik lagi dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

UIN

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Ali. "Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Aswaja FM dalam Menyebarluaskan Islam Nusantara." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/7546>.
- Ahmad. *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020.
- Al-Jawi (Banten), Muhammad Nawawi. *Tafsir Al-Munir (Marah Labid) Jilid 1*. Bandung: Penerbit Sinar Baru Algesindo, 2017.
- Al-Mahalli, Imam Jalaluddin dan Imam Jalaluddin As-Suyuthi. *Terjemah Tafsir Jalalain Berikut Asbabun Nuzul Jilid 1*. Diedit oleh Li Sufyana M. Bakri. Bandung: Penerbit Sinar Baru Algesindo, 1997.
- Alwasilah, Chaedar. *Pokoknya Kualitatif: Dasar- Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya, 2017.
- Andipate, Anwar Arifin. *Strategi Dakwah-Perspektif Ilmu Komunikasi*. Depok: Khalifah Mediatama, 2015.
- Ariyani, Luh Putu Sri. *Sosiologi Media perspektif Teori Kritis*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- Asror, Ahidul. *Paradigma Dakwah : Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu*. Yogyakarta: Lkis, 2018.
- Ath-Thabari, Abu Ja'far Muhammad bin Jarir. *Tafsir At-Thabari. Jilid 16*. Jakarta Selatan: Pustaka Azzam, 2009.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Badan Pusat Statistik. "Persentase Penduduk berumur 5 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Siaran Radio selama Seminggu Terakhir menurut Provinsi, Tipe Daerah, dan Jenis Kelamin, 2018." 17 Oktober, 2019. <https://>

[www.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2078/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html](http://www.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2078/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html).

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2016.

———. *Radio Siaran Teori dan Prakrek*. Bandung: CV. Mandar Maju, 1991.

Faizah, dan Lalu Muchsin Effendi. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.

Hadi, Sofyan. *Ilmu Dakwah : Dari Konsep Paradigma Hingga Metodologi*. Jember: CSS, 2012.

Harliantara. *On Air to Online : Pengantar Penyiaran Radio*. Jakarta Selatan: Broadcastmagz Publisher, 2016.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Indraswati, Debore Laksmi. “Eksistensi Radio Menghibur pendengar di Era Digital.” *Litbang Kompas*, 5 september, 2021. <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/09/05/eksistensi-radio-menghibur-pendengar-di-era-digital>.

Masyitoh, Reny. “Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya.” *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2018): 51. <https://doi.org/10.31764/jail.v1i2.231>.

Menteri Agama Republik Indonesia. *Mushaf Aisyah : Al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita*. Bandung: Penerbit Jabal, 2010.

Morissan. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Edisi 6 Re. Jakarta: Prenada Media Group (Divisi Kencana), 2018.

———. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2014.

- Muhith, Abd., Rachmad Baitullah, dan Amirul Wahid. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bildung, 2020.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Munawaroh. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Malang: Intimedia, 2012.
- Munir, M, dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Nuha, Fatimah Zuhrotin. “Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Program Acara Keagamaan “Sinaran Iman.” Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2018.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019.
- Panuju, Redi. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Pemerintah Kabupaten Bondowoso. Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso No. 1 tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Bondowoso Tahun 2018-2023 (2019). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Detail/124962/perda-kab-bondowoso-no-1-tahun-2019>.
- Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI). “Data Radex PRSSNI November 2021.” 24 November, 2021. <https://radioindonesia.co.id/news-detail/data-radex-prssni-november-2021>.
- Presiden Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran (2002). [http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.pdf](http://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2032%20Tahun%202002%20tentang%20Penyiaran.pdf).
- Rismawati, Endang. “Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97, 6 Fm La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani.” Skripsi, UIN Raden Intan

Lampung, 2018. [http://repository.radenintan.ac.id/4175/1/skripsi\\_full.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/4175/1/skripsi_full.pdf).

Romli, Asep Syamsul M. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2017.

Sudaryono. *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. 2 ed. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019.

Suryadi, Edi. *Strategi Komunikasi : Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

Syafa'ah, Wildan Mukhlisah. "Strategi Komunikasi Radio Mutiara FM dalam Program Dakwah Ngaji Bareng Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar." Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2020.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Wicaksono, Yogi. "Radio Mobil, Sejarahnya dan Beberapa Merk Terbaiknya." 14 Oktober, 2021. <https://lifepal.co.id/media/radio-mobil/>.

Yam, Jim Hoy. *Manajemen Strategi : Konsep dan Implementasi*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020.

Yaqin, Muhammad Nurul. "Strategi Komunikasi Dakwah Radio Suara Akbar 94,6 FM Jember pada Program Cakrawala." Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2020.

Yulia, Wanda. *Andai Aku Jadi Penyiar*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rohmatul Hidayah  
NIM : D20181026  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa unsur paksaan dari siapapun.

Jember, 21 Juni 2022

Saya yang menyatakan



Rohmatul Hidayah  
NIM. D20181026

## MATRIK PENELITIAN

Nama : Rohmatul Hidayah

NIM : D20181026

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode penelitian	Fokus Penelitian
Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah melalui Program Pelita Iman.	Strategi komunikasi Radio dalam dakwah	Strategi Komunikasi	Mengkonsep program dan menentukan komunikator, penyiar program, materi dakwah, metode, dan media yang tepat.	Informan: a. Direktur Radio b. Kabag Siar c. Penyiar program Pelita Iman d. Da'i program Pelita Iman e. Pendengar program Pelita Iman  Dokumen : a. Dokumen profil Radio Mahardhika FM b. Video Youtube program Pelita Iman	1. Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif  2. Lokasi Penelitian di Radio Mahardhika Bondowoso  3. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi  4. Analisis data kualitatif model Miles & Huberman: a. Pengumpulan data b. Kondensasi data c. Penyajian data d. Penarikan kesimpulan dan verifikasi	1. Bagaimana strategi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyiapkan konsep program Pelita Iman?  2. Bagaimana strategi komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah pada program Pelita Iman?
		Pesan Dakwah	Akidah Syariah Akhlak Universal Tidak provokatif			
		Program Radio	Ceramah Dialog Interaktif Langsung/tunda			

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Pedoman Wawancara Dengan Direktur Dan Kabag Siar

1. Bagaimana awal berdirinya Radio Mahardhika FM Bondowoso?
2. Bagaimana struktur organisasi di Radio Mahardhika FM Bondowoso?
3. Apa saja visi dan misi Radio Mahardhika FM Bondowoso?
4. Apa saja program siaran yang disajikan di Radio Mahardhika FM Bondowoso?
5. Bagaimana sejarah adanya program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso? Mulai kapan dan bagaimana terbentuk?
6. Apa asal-usul dan makna dari penamaan “Pelita Iman” dalam program dakwah tersebut?
7. Siapa saja yang terlibat dalam mengkonsep program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso?
8. Bagaimana proses mengkonsep program Pelita Iman di Radio Mahardhika FM Bondowoso? (Perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan)
  - ✓ Penentuan Segmentasi?
  - ✓ Penentuan nama program?
  - ✓ Penentuan penyiar program?
  - ✓ Penentuan waktu atau jadwal program?
  - ✓ Penentuan *da'i*/ narasumber?
  - ✓ Penentuan tema atau materi dakwah? Dari Radio atau *da'i*?
  - ✓ Jenis tema dakwah yang diangkat?
  - ✓ Format siaran Pelita Iman?

### B. Pedoman Wawancara dengan Penyiar

1. Bagaimana format program Pelita Iman?
2. Bagaimana penyiar mempersiapkan program Pelita Iman?
3. Bagaimana pemilihan gaya bahasa yang digunakan oleh penyiar agar pendengar tertarik?
4. Apa saja yang penyiar perhatikan sebelum melakukan siaran *on-air*



program Pelita Iman?

5. Apa hambatan yang dialami dalam program Pelita Iman?
6. Apakah setiap program Pelita Iman berlangsung ada pendengar yang menelpon?
7. Apakah pernah mendapat pertanyaan titipan diluar jam siaran program Pelita Iman?
8. Apa saja yang sering ditanyakan pendengar?

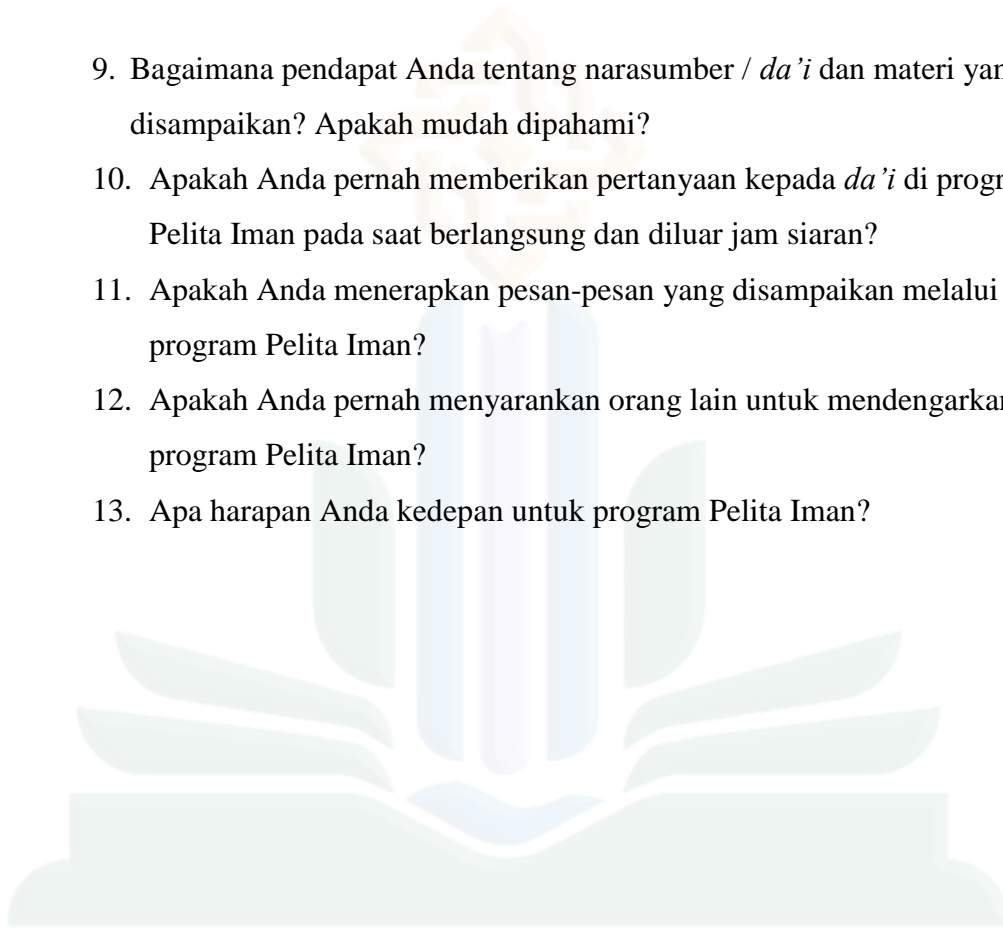
### **C. Pedoman Wawancara dengan *Da'i***

1. Bagaimana konsep dakwah yang dilakukan di program Pelita Iman?
2. Bagaimana strategi komunikasi dakwah yang dilakukan agar pesan dapat mudah diterima oleh pendengar?
3. Bagaimana cara menentukan tema atau materi dakwah? Apa yang perlu diperhatikan?
4. Temanya apa saja yang sering disampaikan?
5. Apakah pernah mendapatkan umpan balik dari pendengar di luar jam siaran program Pelita Iman?
6. Bagaimana penyusunan naskah pesan yang dilakukan?
7. Apa saja faktor keberhasilan penyampaian materi di program Pelita Iman?

### **D. Pedoman Wawancara dengan Pendengar**

1. Sejak kapan atau sudah berapa lama mendengarkan Radio Mahardhika?
2. Biasanya mendengarkan siaran radio mahadhika melalui apa? (Radio biasa, radio mobil, aplikasi radio, *streaming* dll)
3. Bagaimana kedengarannya (kualitas audionya)? (jernih, gemrisik, terputus-putus, dan lain-lain)
4. Program apa yang sering didengarkan di Radio Mahardhika?
5. Bagaimana tanggapan atas adanya program Pelita Iman?
6. Materi apa yang sering didengarkan program Pelita Iman?
7. Menurut Anda, apa manfaat mendengarkan program Pelita Iman?
8. Menurut Anda, apa kelebihan dan kekurangan / yang harus diperbaiki dari program Pelita Iman?

9. Bagaimana pendapat Anda tentang narasumber / *da'i* dan materi yang disampaikan? Apakah mudah dipahami?
10. Apakah Anda pernah memberikan pertanyaan kepada *da'i* di program Pelita Iman pada saat berlangsung dan diluar jam siaran?
11. Apakah Anda menerapkan pesan-pesan yang disampaikan melalui program Pelita Iman?
12. Apakah Anda pernah menyarankan orang lain untuk mendengarkan program Pelita Iman?
13. Apa harapan Anda kedepan untuk program Pelita Iman?



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## JURNAL TAHAPAN KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Kegiatan
1	07 Februari 2022	Pengiriman surat permohonan izin tempat penelitian di Radio Mahardhika FM via JNE
2	15 Februari 2022	Tindak lanjut atau balasan surat via WhatsApp /WA oleh Direktur (Bapak Rudy) bahwa diizinkan penelitian
3	19 Februari 2022	Penelitian di mulai dan Observasi
4	19 Februari 2022	Wawancara dengan Penyiar program Pelita Iman
5	19 Februari 2022	Wawancara dengan <i>Da'i</i> program Pelita Iman (Ustadz Madzkur)
6	20 Februari 2022	Wawancara dengan Direktur Pelaksana
7	20 Februari 2022	Silaturahmi dan wawancara (Ustadz madzkur)
8	22 Februari 2022	Wawancara dengan Pendengar via WA
9	17 Maret 2022	Wawancara dengan Kabag Siar
10	18 Maret 2022	Wawancara dengan Pendengar
11	19 Maret 2022	Pengambilan surat selesai penelitian di radio
12	April - Mei 2022	Wawancara dengan pendengar, Konfirmasi Jangkauan pada rekan-rekan di Bondowoso, dan Konfirmasi atau penyesuain data penelitian pada pemberi data.
13	19 Juni 2022	Penambahan Data untuk revisi

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

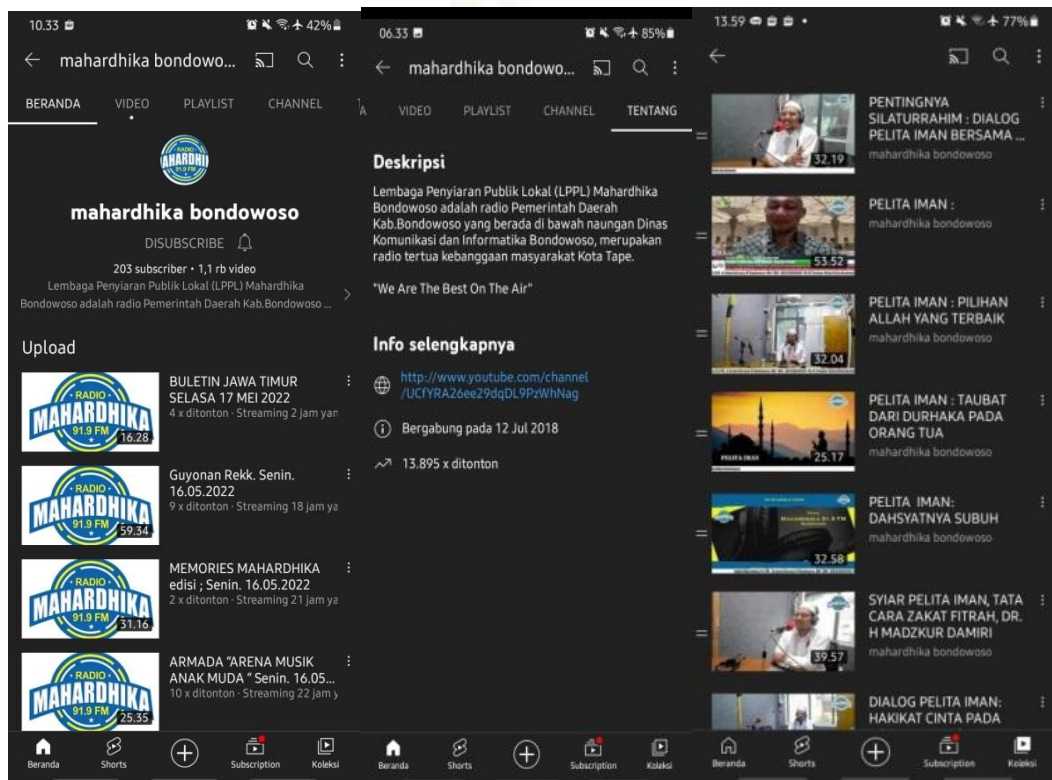
## DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN PENELITIAN



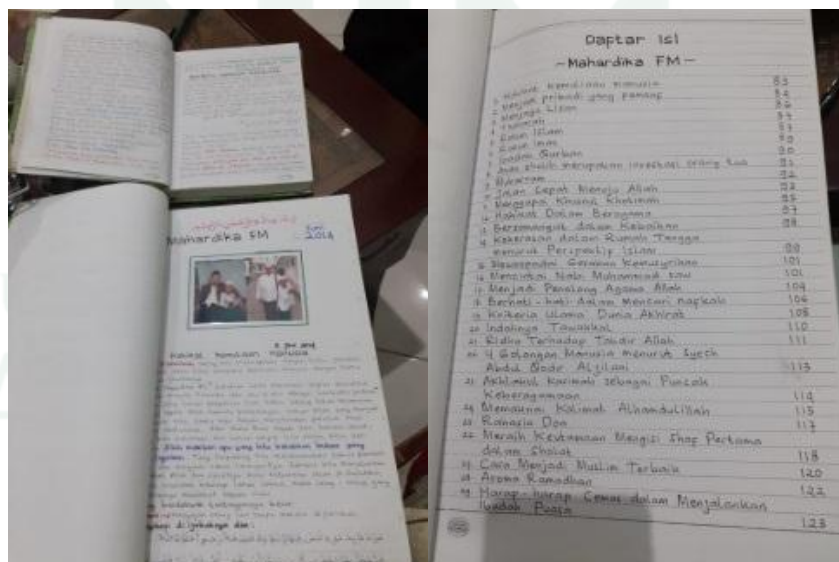
Pengamatan berlangsungnya program Pelita Iman pada 19 Februari 2022 di Box Siar Radio Mahardhika FM.



Website atau radio web streaming Radio Mahardhika FM Bondowoso yang peneliti akses pada bulan Mei 2022



Pengamatan Program Pelita Iman di Youtube Radio Mahardhika Bondowoso pada bulan Februari 2022.



Dua buku berisi ceramah narasumber program Pelita Iman yang ditulis oleh salah satu Pendengar program siaran tersebut. Peneliti mendapat gambarnya ketika silaturahmi ke kediaman narasumber pada 20 Februari 2022.



Wawancara dengan Bapak Rudy Hardianto selaku Direktur Pelaksana Radio Mahardhika FM pada tanggal 20 Februari 2022 dan pada 11 Mei 2022 di kediaman beliau. Membahas sejarah radio, sejarah program Pelita Iman dan bagaimana penentuan unsur-unsur dalam program Pelita Iman.



Wawancara dengan Kak Dewi Karya S. selaku Kabag. Siar Radio Mahardhika FM. pada 17 Maret dan 11 Mei 2022 dilakukan di Radio Mahardhika FM, membahas latar belakang program pelita Iman dan bagaimana penentuan unsur-unsur dalam program Pelita Iman.



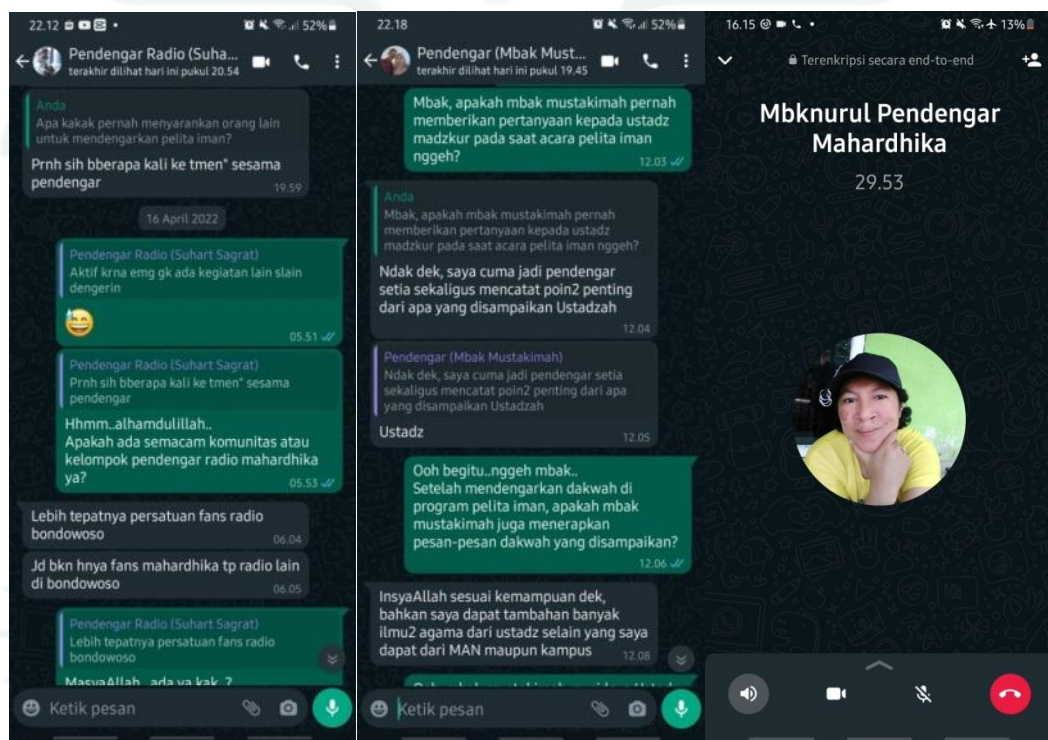
Wawancara dengan Kak Alan (Ruslan Hasim) selaku Penyiar dalam program Pelita Iman. Dilakukan di Radio Mahardhika FM pada 19 Februari 2022 dan dilanjutkan secara online dengan media whatsapp yang membahas persiapan sebelum berlangsungnya program pelita iman serta membahas keunikan dan kelebihan program tersebut.



Wawancara dengan Ustadz Madzkur Damiri selaku *Da'i* dalam program Pelita Iman di kediaman beliau. Dilakukan pada 19 dan 20 Februari 2022 yang membahas persiapan sebelum acara serta bagaimana penentuan materi dakwah.



Wawancara dengan pendengar Radio (Bapak Jupri) di rumah beliau pada 17 Maret 2022 membahas alasan pendengar mendengar Pelita Iman, manfaatnya bagi pendengar, serta bertanya kelebihan dan kekurangan program Pelita Iman beserta harapannya untuk program tersebut.



Wawancara dengan beberapa pendengar Radio Mahardhika FM pada bulan Maret-Mei melalui media Whatsapp membahas alasan pendengar mendengar Pelita Iman, manfaatnya bagi pendengar, serta bertanya kelebihan dan kekurangan program Pelita Iman beserta harapannya untuk program tersebut.





Wawancara dengan komunitas Komunitas ALFARO (Aliansi Fans Radio Bondowoso) pada 19 Juni 2022 di rumah salah satu anggota ALFARO dalam acara rutin tiap bulan.



Wawancara dengan Komunitas PRABO (Pecinta Radio Bondowoso) pada 19 Juni 2022 di rumah Bapak Usiaman selaku penasehat PRABO.

Nomor : B.0391 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 02 /2022 7 Februari 2022  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Direktur Utama Radio Mahardhika FM Bondowoso

***Assalamu'alaikum Wr. Wb.***

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Rohmatul Hidayah  
NIM : D20181026  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama  $\pm$  30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM Bondowoso dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah melalui Program Pelita Iman"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Siti Raudhatul Jannah



# LPLP RADIO MAHARDHIKA 91.9 FM

## MEDIA MUSIK DAN INFORMASI

JALAN LETNAN KARSONO NO 47 TELP/FAX. : (0332) 424838  
BONDOWOSO 68212

Email: [radio.mahardhika@yahoo.co.id](mailto:radio.mahardhika@yahoo.co.id) IG: mahardhikabondowoso  
Fb: Mahardhika LPLP Bondowoso Web: [www.mahardhikabondowoso.com](http://www.mahardhikabondowoso.com)

### SURAT KETERANGAN NO : 03/MIHDK/III/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MOH. HASAN SURYADI, S.E., Msi  
Jabatan : Direktur Utama LPLP Radio Mahardhika 91,9 FM Bondowoso  
Alamat : Jl. Letnan Karsono No.47 Bondowoso

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Rohmatul Hidayah  
NIM : D20181026  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melakukan penelitian di LPLP Radio Mahardhika 91,9 FM Bondowoso sebagai bahan penyusunan skripsi dengan judul **"Strategi Komunikasi Radio Mahardhika FM dalam menyampaikan pesan-pesan Dakwah Melalui Program Pelita Iman."**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Bondowoso, 19 Maret 2022

Yang Menyatakan



(MOH. HASAN SURYADI, S.E., Msi)

Direktur Utama LPLP Radio Mahardhika 91,9 FM Bondowoso

## BIODATA PENULIS



### A. Biodata Pribadi

Nama : Rohmatul Hidayah  
NIM : D20181026  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Tempat, tanggal Lahir : Jember, 21 April 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Tempurejo, Dusun Wedian (Curahrejo), RT 03 /  
RW 022, Kec. Jenggawah, Kab. Jember.  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Pekerjaan : Mahasiswa dan Penjahit Busana  
No. Hp : 083847926061  
Email : rohmasuksesduniaakhirat@gmail.com  
Kanal Youtube : Rohmatul Hidayah Official

### B. Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN Cangkring 02 (2006 - 2012)
2. MTs Baitul Hikmah Tempurejo (2012 - 2015)
3. SMK Addimyati Jenggawah (2015 - 2018)
4. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2018 – 2022/ skripsi selesai)

### C. Riwayat Organisasi

Anggota ICIS UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember