

BAB I

PENDAHULUAN

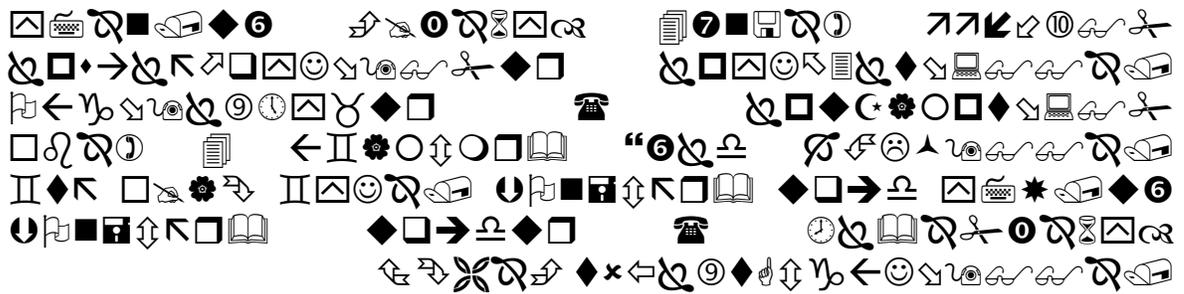
1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada hakekatnya adalah makhluk sosial, yang dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas dari kegiatan interaksi dan komunikasi. Komunikasi merupakan bagian integral kehidupan manusia, apapun statusnya di masyarakat. Sebagai makhluk sosial, kegiatan sehari-hari selalu berhubungan dengan orang lain dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup.

Komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan bertujuan untuk memberitahu, mengeluarkan pendapat, mengubah pola sikap atau perilaku baik langsung maupun tidak langsung.

Komunikasi dalam islam dapat diartikan dengan memberikan informasi kepada seluruh umat manusia. Yaitu dengan *amar ma'ruf nahyi munkar* yang berarti memerintahkan kepada kebaikan dan melarang kepada kemungkaran. Tidak dikhususkan kepada siapa atau dari siapa ajakan itu dituju. Melainkan isi dari ajakan atau perintah tersebut.

Setiap muslim mempunyai kewajiban untuk menyampaikan kebenaran ajaran-ajaran islam kepada sesama umat islam lainnya, dengan misinya sebagai *rahmatan lil alamin*. Dengan begitu dakwah bukan hanya tugas kelompok khusus dimana orang lain terbatas kepada tanggung jawab seperti halnya tiap-tiap muslim dibebankan shalat, zakat, bersikap baik, bersikap benar dan jujur. Maka dari itu setiap muslim juga dibebani wajib mengisi keimanan hati yang rapuh, artinya menuntun orang yang berimannya tetap menjaga keimanannya. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :



Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Depag RI 2005:281)

Islam adalah agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan islam kepada seluruh umat manusia, sebagai rahmat bagi seluruh alam semesta. Islam menjamin kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, apabila ajaran islam mencakup segala aspek kehidupan itu diamalkan dan sebagai pedoman dengan mengusahakan islam sebagai agama dakwah.

Secara kualitatif dakwah islam bertujuan untuk mempengaruhi dan mentransformasikan sikap bathin dan prilaku masyarakat sebagai tatanan suatau kesalehan individu dan kesalehan sosial. Dakwah dengan pesan-pesan keagamaan dan pesan sosialnya merupakan kesadaran untuk memiliki komitmen (istiqomah) di jalan yang lurus. Dakwah adalah ajakan yang dilakukan untuk membebaskan individu dan masyarakat dari pengaruh eksternal nilai-nilai syaithaniyah dan kejahatan menuju internalisasi nila-nilai ketuhanan.

Dalam menentukan media dakwah misalnya, juru dakwah (da'i) dituntut memilih media yang tepat dalam segala situasi. Secara umum media dakwah meliputi lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, hari-hari besar islamserta media massa. Media massa di era informasi sekarang ini merupakan media yang paling tepat digunakan sebagai media dakwah.

Dalam kehidupan sehari-hari, bentuk dari media massa ini kita mengenal jenis majalah, surat kabar, radio, televisi dan internet.

Mayoritas orang di seluruh penjuru dunia, ingin melakukan dua hal atau lebih yang bisa dilakukan dalam satu waktu secara cepat dan mudah. Bila seseorang hendak melakukan suatu pekerjaan, namun tidak ingin tertinggal informasi yang *up to date*, maka radio adalah sebuah jawaban untuk mengiringi pekerjaan tersebut. Selain bentuknya yang kecil dan mudah dibawa, radio memiliki sifat auditif, yaitu hanya suara saja yang perlu didengarkan, tanpa harus melihat atau menonton pada sebuah layar.

Radio sebagai bagian dari media massa memiliki beberapa keunggulan dan potensi yang sangat bagus, salah satunya karena mudah dijangkau oleh masyarakat. Menurut Asep Syamsul M Romli, ciri khas utama dari radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran.

Radio sebagai bagian dari media massa, memiliki daya tarik kuat dari sifatnya yang serba hidup serta unsur-unsur yang dimilikinya, seperti kekuatan suara, musik dan efek suara. Unsur-unsur tersebut dapat diaplikasikan dalam program acara guna menjalankan fungsi-fungsinya sebagaimana media massa lainnya.

Radio memiliki tiga fungsi yaitu informasi, pendidikan dan hiburan. Informasi artinya seseorang dapat mengetahui dan memahami sesuatu melalui informasi yang disiarkan radio. Pendidikan, yaitu dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan moral seseorang. Serta fungsi hiburan yakni seseorang dapat terhibur hatinya dan terisi waktu luangnya.

Berdasar fungsi radio di atas, sudah selayaknya oleh umat islam, radio dijadikan sebagai media dakwah, yakni sebagai media untuk menyampaikan kebenaran ajaran yang ada dalam al-qur'an dan mengajak manusia mengamalkan ajaran islam, juga menjauhi segala hal yang diperintahkan, agar manusia sampai pada tatanan kesempurnaan.

Asmuni Syukir merumuskan beberapa kelebihan radio sebagai media dakwah antara lain :

1. Program radio siaran dipersiapkan oleh seorang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar berbobot (bermutu)
2. Radio merupakan bagian dari masyarakat
3. Harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki alat itu.
4. Mudah dijangkau oleh masyarakat. Artinya audiens atau pendengar cukup berada di rumah.
5. Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan, informasi secara tepat dan akurat.
6. Pesawat mudah dibawa kemana-mana

Dalam perkembangannya sekarang ini radio merupakan media auditif atau media yang hanya bisa didengar, murah merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan dimana saja. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi sebagai media yang buta memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.

Di luar perkiraan banyak orang dengan kemunculan televisi-televisi swasta lebih dari satu decade terakhir ini, radio tak tergeser perannya, bahkan dalam banyak hal semakin vital. Ini mungkin dari segi praktisnya radio bisa dengan mudah dibawa dan didengarkan, baik sambil membaca, makan, menyapu, kerja ataupun yang lainnya. Berbeda dengan media elektronik visual, interaksi dengan radio bisa lebih dalam dan imajinatif.

Radio dapat mencapai pendengarnya dalam jumlah yang sangat besar dengan lebih cepat dan lebih mudah daripada sarana komunikasi lain. Di negara-negara besar, radio digunakan untuk istilah propaganda sehingga radio siaran merupakan salah satu faktor penting yang membuat istilah propaganda mempunyai konotasi yang buruk karena siarannya yang tidak

serempak yang dapat mencapai rakyat di seluruh penjuru dengan seketika. Radio telah menimbulkan dampak yang besar terhadap politik, sosial, ekonomi, kebudayaan, pendidikan dan militer.

Dengan pemahaman modern, pendengar radio bukan lagi objek yang menggunakan nalar pikiran dan sekaligus empati sehingga membentuk sikap kritis. Jika program yang ditayangkan langsung oleh radio tidak sesuai maka sikap tidak sekedar memindahkan channel atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersifat antipati terhadap yang ia nilai mengecewakan.

Dalam kenyataan ini dakwah melalui radio sangat efektif dan efisien, disamping itu digunakan radio dapat dipancarkan ke segala penjuru yang jauh jaraknya sekalipun, radio juga dimiliki oleh hampir setiap keluarga. Praktislah jika dakwah dilakukan melalui siaran radio berarti dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar yang juga dapat ditangkap oleh komunikasi yang tersebar pula. Efektifitas dan efisien ini juga akan lebih terdukung jika da'i mampu memodifikasi dakwah dalam teknik dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, apakah melalui ceramah, bimbingan dan penyuluhan, nasehat dan panutan, sandiwara, diskusi atau juga melalui forum tanya jawab yang lebih dikenal dengan teknik dakwah dialogis.

Sedangkan Aep Kusnawan menyebutkan tiga faktor efektifitas dakwah melalui radio siaran, yaitu :

- a. Memiliki daya langsung. Dakwah melalui siaran radio, untuk mencapai sasarannya, yakni para pendengar, tidak mengalami proses yang kompleks. Setiap materi dakwah tinggal diucapkan di depan corong radio sebanyak yang diinginkan.

Pelaksanaanya pun berlangsung dengan mudah dan cepat. Setiap informasi atau berita yang terjadi, saat itupun dapat disiarkan secara "*stop press*" (langsung) di tengah-tengah

siaran apa saja secara berulang kali. Bahkan, suatu peristiwa dapat diikuti oleh pendengar pada saat peristiwa berlangsung.

- b. Memiliki daya tembus. Daya tembus yang dimaksud ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, oleh dakwah lewat radio siaran dapat ditembusnya, selama dalam jangkauan pemancar. Di gunung, dilembah, di padang pasir, di rawa, di hutan, di pedalaman, di lautan, di pedesaan apalagi di perkotaan, semua tidak menjadi rintangan bagi radio siaran.
- c. Memiliki daya tarik. Faktor selanjutnya yang menjadikan radio tetap menjadi hidup dan diminati adalah daya tarik, yaitu sifat dakwah yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya. Tiga unsur tersebut yaitu musik (*music*), kata-kata (*spoken word*) dan efek suara (*sound effect*).

M. Quraish Shihab mengingatkan bahwa teknik dakwah yang baik tidak menjamin hasil yang baik, secara otomatis keberhasilan dakwah ditunjang oleh seperangkat syarat, baik dari pribadi da'i, materi yang dikemukakan dan sebagainya.

Dalam penyampaian pesan-pesan dakwah melalui radio, kita tidak perlu lagi harus berkumpul di suatu majlis ta'lim guna memperoleh pesan-pesan keagamaan meskipun kita ada di rumah, di tempat kerja ataupun dimana saja kita berada. Oleh sebab itu masyarakat yang semakin modern dan yang memiliki aktifitas yang kompleks pula ini mereka dapat menggali lebih dalam pesan-pesan keagamaan melalui teknik dakwah dialogis melalui media radio.

Untuk berdakwah melalui radio, bukanlah hal yang mudah. Karena tidak setiap orang khususnya da'I bisa berdakwah melalui media auditif ini. Diperlukan keterampilan dalam mengolah bahasa sehingga bisa menarik perhatian para pendengarnya atau mad'unya. Tanpa

gerakan yang perlu diperlihatkan kepada mad'u, da'I harus memiliki gaya bahasa yang menjadi ciri khasnya pada saat siaran. Sehingga mad'u mampu mengenali suara tanpa harus bertatap muka langsung ataupun dengan perantara media.

Dengan terbatasnya wilayah radio komunitas, maka seiring dengan perkembangan zaman beberapa radio komunitas mulai berkembang selangkah lebih maju, yakni dengan membuat radio jaringan atau biasa kita sebut sebagai radio streaming. Dengan radio streaming jangkauan atau wilayah radio komunitas tidak terbatas dimanapun mad'u berada. Maka sangatlah efektif jika radio streaming digunakan sebagai media dakwah. Berhubungan dengan ini, radio Dahlia FM juga mengikuti perkembangan zaman dengan memanjakan para mad'u lewat radio streaming yang dikemas lewat beberapa website dan blog yang berada di internet.

Radio internet atau sering disebut juga sebagai radio streaming, merupakan solusi yang sangat menjawab dari permasalahan para pendengar Radio Dahlia yang berada diluar jangkauan gelombang stasiunnya. Dengan cara streaming tersebut, radio dahlia akan tetap bisa didengarkan di luar wilayah Jawa Barat tanpa hambatan apapun.

Implementasi menurut Pius A Partanti dalam kamus ilmiah populer mempunyai arti pelaksanaan, penerapan implement. Sedangkan implementasi yang penulis maksudkan dalam focus penelitian ini adalah pelaksanaan program siaran dakwah islam di radio streaming Dahlia 101.5 FM Bandung yang disiarkan secara *continue* dengan menggunakan format acara yang berfariatif

Dari beberapa latar belakang yang ada, radio streaming juga turut andil dalam menyiarkan kajian atau materi-materi yang diterapkan dalam siaran radio Dahlia FM. Maka dalam penulisan skripsi ini, penulis mengambil judul **“IMPLEMENTASI PESAN DAKWAH**

MELALUI RADIO STREAMING DAHLIA 101.5 FM TERHADAP PEMAHAMAN KEAGAMAAN MAD'U”

1.2 Rumusan masalah

- a. Bagaimana kategorisasi pesan yang disampaikan da'i di radio streaming Dahlia 101.5 FM?
- b. Bagaimana upaya da'i dalam peningkatan pemahaman keagamaan mad'u melalui radio streaming Dahlia 101.5 FM?

1.3 Tujuan Penelitian

Merupakan kemutlakan, bahwa melaksanakan segala macam tindakan atau usaha harus mempunyai tujuan yang pasti, sebab tanpa adanya tujuan, maka sia-sialah usaha tersebut. Demikian dalam penelitian ini sudah barang tentu penelitian mempunyai tujuan-tujuan yang hendak dicapai. Tujuan yang ingin diperoleh penulis ada dua, yaitu tujuan umum dan khusus. Tujuan umumnya adalah untuk mengetahui implementasi dakwah islam melalui radio streaming Dahlia 101.5 FM Bandung. Dan tujuan khususnya adalah :

1. Untuk mengetahui kategorisasi pesan yang disampaikan da'i di radio streaming Dahlia 101.5 FM
2. Untuk mengetahui upaya da'i dalam peningkatan pemahaman keagamaan mad'u radio streaming Dahlia 101.5 FM

1.4 Kegunaan Penelitian

Beritik tolak pada masalah diatas, maka peneliti bertujuan sebagai berikut:

- a. Bersifat umum

- 1) Untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
 - 2) Untuk melaksanakan salah satu tri darma perguruan tinggi khususnya di bidang penelitian
- b. Bersifat khusus
- 1) Untuk mengetahui kategorisasi pesan yang disampaikan da'I di radio streaming Dahlia 101.5 FM
 - 2) Untuk mengetahui upaya da'i dalam peningkatan pemahaman keagamaan mad'u radio streaming Dahlia FM

1.5 Kerangka Berfikir

Adapun kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kerangka secara teoritikal, konseptual dan operasional.

a. Kerangka Teoritis

Secara teoritikal, sebagaimana diungkapkan Larry A. Samover, manusia tidak dapat menghindar dari komunikasi dalam interaksi sesamanya. Pada hakikatnya ketika manusia berkomunikasi yaitu memindahkan atau menyalin pikirannya dalam bentuk lambang. Komunikasi bukan hanya sekedar tukar-menukar pikiran atau pendapat saja akan tetapi komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk berusaha mengubah pendapat dan tingkah-laku orang lain.

Salah satu cara kebiasaan manusia membebaskan diri dari sikap pribadi dan kelasnya dapat digambarkan melalui komunikasi, bahkan dengan komunikasi manusia mampu untuk memengaruhi orang lain. Namun memiliki banyak makna dan definisi. (DeddyMulyana, 2000: 4)

Kemudian, Raymond S. Ross mendefinisikan bahwa komunikasi sebagai sebagai proses transaksional yang meliputi pemisahandan pemilihan lambing secara kognitif sehingga membantu orang lain mengeluarkan pengalamannya atau respon yang sama.

Pendapat lain mengenai komunikasi, Werther dan Davis dalam bukunya Teori Komuunikasi memaparkan bahwa komunikasi merupakan jembatan pengertian diantara orang-orang sehingga mereka dapat membagi apa yang mereka rasakan dan apa yang mereka ketahuinya.

Sebenarnya dakwah tidak akan mampu berjalan tanpa adanya komunikasi. demikian komunikasi tanpa dakwah akan kehilangan nilai-nilai Ilahi dalam kehidupan. Maka dari sekian banyak definisi dakwah ada sebuah definisi yang menyatakan, bahwa dakwah adalah proses komunikasi efektif dan kontinyu, bersifat umum dan rasional, dengan menggunakan cara-cara ilmiah dan sarana yang efisien, dalam mencapai tujuan-tujuannya

Sejalan dengan Teori dakwah, Sayyid Quthb dengan pernyataannya, seakan- akan yakin bahwa dakwah Islam terdapat nilai- nilai universal. Definisi Sayyid Quthb ini memiliki kesamaan makna dengan apa yang diungkapkan oleh Masdar F, Mashudi yang mengartikan dakwah sebagai suatu proses penyadaran untuk mendorong manusia agar tumbuh dan berkembang sesuai dengan fitrahnya.

Demikian yang dikemukakan oleh M, canard (1991 : 168), dalam the encyclopaedia islam yang disadur oleh lewis, Pellat dan Schact, bahwa dalam pengertian keagamaan, dakwah

adalah undangan Allah dan para rasul yang ditunjukkan kepada umat manusia untuk beriman kepada agama yang benar, yaitu Islam.

Jika dikaji menggunakan pendekatan ilmu komunikasi, Al-Quran mengandung ajaran tentang Teori prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Menurut Ronald L. Applebaum dan Karl W.E. Atanols dalam Malik dan Irianta, adalah,

“Complex process of communication by which one individual or group elicits (intentionally or unintentionally) by nonverbal or verbal means a specific response from another individual or group”. Persuasi adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (baik dengan sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.

Devito menjelaskan komunikasi persuasif dalam bukunya komunikasi antarmanusia bahwa pembicaraan persuasif menentang pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi dan menyodorkan informasi kepada khalayak.

Pendekatan yang digunakan dalam komunikasi persuasif adalah pendekatan psikologis. Dari penjelasan tersebut Devito mengemukakan bahwa terdapat dua macam tujuan atau tindakan yang ingin dicapai dalam melakukan komunikasi persuasif. Tujuan tersebut dapat berupa untuk mengubah sikap atau perilaku receiver atau untuk memotivasi perilaku receiver.

b. Kerangka Konseptual

Secara konseptual, Abu Bakar Zakaria, dalam kitabnya *ad-Da'wat ila al-Islam* mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan untuk mengajarkan manusia apa yang baik bagi mereka dalam kehidupan dunia dan akhirat menurut kemampuan mereka

Menurut Asmuni Syukir, Dakwah adalah proses merealisasikan suatu usaha mengajak manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi kearah yang lebih baik, dawah bersifat pembinaan dan pengembangan dalam rangka mencapai tujuan tertentu yaitu kebahagiaan di dunia maupun akhirat.

Apabila definisi dakwah dikaitkan dengan beberapa fenomena dakwah, pemahaman dakwah dari sudut bahasa, serta pengembangan makna konsep dakwah, maka dapat dinyatakan bahwa dawah merupakan proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat Islam. “ Proses” menunjukkan kegiatan yang terus menerus, berkesinambungan, dan bertahap.

Sejalan dengan pengertian dakwah, dalam prosesnya dakwah akan melibatkan unsur- unsur yang terbentuk secara sistematis, antara unsur satu dengan unsur lainnya saling berkaitan dinataranya : *pertama*, Da'i (Subjek Dakwah) yang mempunyai tugas pokok meneruskan tugas Rasul Muhammad SAW, ia adalah pewaris Nabi yang berarti harus menyampaikan ajaran- ajaran Allah yang termuat dalam Al- Qur'an dan Sunnah. Da'i dalam perspektif komunikasi dapat dikategorikan sebagai komunikator yang bertugas menyebarkan dan menyampaikan informasi- informasi dari sumber melalui saluran yang sesuai pada komunikan (mad'u).

Kedua, Maudu (Pesan Dakwah) adalah pesan – pesan, materi atas segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da'i (subjek dakwah) kepada mad'u yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada didalam Al- Qur'an dan Hadits.

Ketiga , Uslub (Metode Dakwah) adalah suatu cara dalam berdakwah, menghilangkan rintanganatau kendala- kendala dakwah, agar mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Secara teoritis, Al- Qur'an menawarkan metode yang tepat gunna dalam menegakkan dakwah,

yaitu dengan cara yang bijaksana (Hikmah), nasehat yang baik (Maui'dzah Hasanah), dan berdiskusi yang baik (Mujadalah).

Keempat, Wasilah (Media dakwah) adalah media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat urgent dalam menentukan perjalanan dakwah.

Pada prinsipnya media dakwah adalah berbagai alat (instrument), sarana yang dapat digunakan untuk pengembangandakwah Islam yang mengacu pada kultur masyarakat dari yang klasik, tradisional sampai modern seperti, mimbar, panggung, media cetak dan elektronik dan sebagainya.

Kelima, Mad'u (Objek Dakwah) adalah seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan untuk berikhtiar, kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya.

Kemudian jika kita tinjau dari segi da'i, seorang da'i ibarat seorang guide atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan hidup dunia dan akhirat. Ia adalah petunjuk jalan yang harus mengerti dan memahami terlebih dahulu mana jalan yang boleh dan tidak boleh dilalui. Perbuatan dan tingkah laku da'i selalu dijadikan tolak ukur oleh masyarakatnya. Kemunculan da'i sebagai pemimpin adalah kemunculan atas pengakuan masyarakat yang tumbuh secara bertahap.

Sedangkan fungsi da'i diantaranya, meluruskan akidah serta memotivasi umat untuk beribadah dengan baik dan benar. Sebagai seorang da'i harus memiliki perhatian terhadap sesama untuk bersama menegakkan yang ma'ruf dan meninggalkan yang munkar.

Media dalam dakwah merupakan hal yang harus diperhatikan oleh seorang Da'i. karena sampai atau tidaknya sebuah pesan, bergantung pada media yang digunakannya. Banyak orang yang memerlukan sebuah alat agar bisa melakukan dua pekerjaan dalam satu waktu secara bersamaan. Tanpa ingin tertinggal informasi juga tidak ingin meninggalkan sebuah pekerjaan.

Media yang bisa mendukung penggunaannya untuk tetap bisa melakukan hal yang lain, adalah media yang bersifat auditif. Media yang bersifat auditif itu adalah radio. Dengan cara mendengarkan radio, maka pendengarnya tetap bisa melakukan pekerjaan yang lain dan tidak sedikitpun mengganggu pekerjaannya.

Namun, ada kekurangan dari radio yang juga termasuk kekurangan dari media elektronik lainnya. Yaitu jangkauan dari sebuah gelombang radio yang tidak bisa mencapai lokasi pendengarnya yang berada jauh dari radio tersebut. maka ditemukanlah penelitian agar tetap bisa mempergunakan media auditif ini walau harus terhalang jarak yang sangat jauh. Dengan system streaming, pendengar radio tetap bisa menikmati seluruh program acara radio tersebut.

Kata streaming mempunyai arti pengaliran atau mengalirkan. Dari sudut pandang prosesnya, streaming berarti sebuah teknologi pengiriman file dari server ke klien melalui jaringan paket-based semisal internet. File tersebut merupakan paket time-stamped yang disebut stream. Sedangkan dari sudut pandang pengguna, streaming adalah teknologi yang memungkinkan suatu file dapat segera dijalankan tanpa harus menunggu selesai didownload dan terus mengalir tanpa ada intrupsi.

Radio streaming adalah layanan penyiaran audio yang ditransmisikan melalui internet. Radio internet tidak berasosiasi dengan radio tradisional, maka stasiun radionya bersifat independen dan tidak tergabung dalam perusahaan penyiaran manapun. Radio streaming ini

dapat diakses dari elaha dunia manapun. Tanpa harus mengunduh file, tetapi langsung mengalir tanpa ada hambatan apapun.

c. Kerangka Operasional

Secara operasional, media komunikasi mempunyai berbagai macam media untuk tetap bisa menyampaikan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Maka dalam hal ini, radio merupakan salah satu media yang mempunyai peran dalam berjalannya kegiatan dakwah.

Seorang da'i dituntut untuk bisa mengemas pesan dakwah dengan media yang berfariatif. Dengan media radio itu sendiri, maka da'I dituntut untuk lebih handal lagi dalam cara berbicara agar bisa menarik perhatian para pendengarnya.

Dapat diambil kesimpulan bahwa media merupakan hal yang sangat mempengaruhi berjalannya proses dakwah. Maka radio adalah salah satunya dalam media dakwah yang mempengaruhinya. Terlebih radio streaming yang dapat diakses bebas di belahan dunia manapun. Tanpa ada gangguan jaringan ataupun kesulitan untuk mengunduh sebuah rekaman.

Untuk mengetahui makna sebenarnya dari judul diatas maka ada baiknya jika kita mencoba untuk mengetahui definisi konsepnya terlebih dahulu. Adapun konsep yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini adalah :

Dakwah ditinjau dari segi bahasa, berasal dari bahasa Arab "*da'wah*". Da'wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *ain* dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, berpengaruh dalma menanamkan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendo'akan, menangisi dan meratapi (Ahmad Warson Muawwir, 1997:406). Dalam al-qur'an, kata da'wah dan berbagai bentuk katanya dapat

ditemukan sebanyak 198 kali menurut hitungan Muhammad Sulthon (2003 : 4), dan 212 kali menurut Asep Muhiddin (2002;40). Ini berarti, al-qur'an mengembangkan makna dari kata *da'wah* untuk berbagai penggunaan.

Kegiatan komunikasi yang menggunakan media disebut dengan komunikasi massa. Komunikasi massa memiliki ciri-ciri penting: (Asep Saeful Muhtadi 2012:70)

1. Komunikasi massa bersifat satu arah.
2. Komunikasinya bersifat melembaga
3. Pesan yang disampaikan bersifat umum.
4. Media yang digunakannya menimbulkan keserempakan
5. Komunikasinya bersifat heterogen

Radio adalah salah satu bentuk dari komunikasi massa. Radio mendapat julukan sebagai “kekuasaan yang ke lima” (*the fifth estate*), setelah pers (surat kabar) dianggap sebagai “kekuasaan yang keempat” (*the fourth estate*)

Sebenarnya televisi lebih sempurna dari radio, karena kalau radio sifatnya “*auditive*” (hanya dapat didengar), maka televisi selain auditif, juga visual (dapat dilihat). Namun demikian belum lagi televisi diberi julukan “*the sixth estate*” (kekuasaan yang keenam).

Itulah sebabnya kalau dalam sesuatu negara terjadi revolusi, kudeta atau pemberontakan, maka nomor satu dikuasai adalah radio.

Radio siaran dalam arti kata “*broadcast*” telah dimulai pada tahun 1920 oleh stasiun radio KDKA Pittsburg di Amerika Serikat.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy pengertian siaran radio adalah :
“Penyebaran secara elektronik berbagai acara dalam bentuk kata-kata, musik, dan lain-lain yang sifatnya audial (untuk didengarkan) kepada khalayak yang tersebar”. (Effendy, 1989:301)

Dengan dihiasi musik dan didukung efek suara atau kata-kata, suatu acara yang disajikan melalui penyebaran secara elektronik yang kita sebut dengan siaran radio, akan menjadi hidup. Walaupun hanya dapat didengar saja, namun siaran radio dapat tetap hidup hanya dalam bentuk kata-kata dan musik dengan suasana akrab.

Keuntungan radio dapat mengajak partisipasi audience untuk ikut aktif dalam setiap acara yang dibuat sehingga, seakan-akan audience diajak untuk merasakan atau menyaksikan sesuatu kejadian yang sedang disiarkan dan audience dapat mengeluarkan opininya tentang acara tersebut.

Pada siaran radio, suara merupakan satu-satunya potensi yang dapat digunakan. Oleh karena itu jika berbicara melalui radio harus menggunakan program acara yang tepat sehingga audience dapat mempunyai tanggapan dan imajinasi yang tepat terhadap apa yang dikomunikasikan.

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa : “Radio mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima atau *“the fifth estate”* setelah pers dianggap sebagai kekuasaan keempat atau *“the fourth estate”*. Faktor-faktor yang menjuluki radio sebagai *“the fifth estate”* yaitu :

1. Radio siaran bersifat langsung untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar. Program yang akan disiarkan tidaklah mengalami proses yang kompleks.
2. Radio siaran menembus jarak dan rintangan, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dengan radio dapat dicapainya.
3. Radio siaran mengandung daya tarik, disebabkan sifatnya yang serba hidup karena mengandung tiga unsur yang ada padanya yaitu : musik, kata-kata, dan efek suara. (Effendy, 1986 : 107)

Siaran radio dirasakan sangat besar manfaatnya oleh masyarakat, hal ini disebabkan fungsi radio itu sendiri yang dapat memberi informasi, hiburan serta pendidikan bagi masyarakat Indonesia. Pada asalnya, fungsi radio siaran hanya tiga yaitu sebagai hiburan, mendidik dan memberi penerangan kepada khalayak, tetapi setelah mengalami proses perkembangan terdapat fungsi-fungsi tertentu yang dimiliki radio sebagai media komunikasi.

Pada awalnya radio memiliki tiga fungsi utama yaitu sebagai media hiburan, media penerangan dan sebagai media pendidikan. Namun pada akhirnya fungsi radio bertambah menjadi empat fungsi. Selain tiga fungsi terdahulu, fungsi tambahan dari radio adalah sebagai media propaganda. Fungsi ini terlihat jelas pada masa kepemimpinan Delolf Hilter di Jerman.

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa radio adalah “Sebagai sarana penghibur, radio amat mengandalkan musik sebagai tulang punggung kehidupannya. Orang mendengarkan radio terutama ingin mendengarkan musik, karena musik merupakan hiburan” (Effendy, 1991 : 78)

Adapun sifat-sifat dari radio siaran, menurut Onong Uchjana Effendy adalah sebagai berikut :

1. Auditif

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

2. Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi yang menggunakan salurah bahasa dan bersifat masal yang akan memiliki dua faktor gangguan, gangguan pertama adalah apa yang disebut “*semantic noise factor*” dan yang kedua adalah “*Channel noise factor*” . Gangguan teknis dapat berupa “*interferensi*”, yakni dua atau lebih gelombang yang berdempetan, sehingga membuat isi siaran sukar dimengerti, atau gangguan karena pesawat penerima lainnya dan sebagainya.

3. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim, seorang penyiar seolah-olah berada dikamar pendengar dengan penuh hormat dan cekatan menghadirkan acara-acara yang menggembarakan kepada penghuni rumah, sifat ini tidak dimiliki oleh media lainya. (Effendy, 1983 :87-89)

Radio internet yang juga dikenal sebagai web radio, net radio, streaming radio atau e-radio adalah layanan penyiaran audio yang ditransmisikan melalui internet. Penyiaran yang dilakukan melalui internet disebut sebagai webcasting karena tidak menular secara luas melalui sarana nirkabel. Radio internet memiliki sebuah media streaming yang dapat menyediakan saluran audio terus menerus dan tidak ada kontrol operasional penyiaran seperti media penyiaran tradisional pada umumnya. Banyak stasiun radio Internet yang berasosiasi dengan stasiun radio tradisional (bukan stasiun radio internet), namun bagi radio internet yang jaringannya hanya menggunakan internet dan tidak berasosiasi dengan radio tradisional, maka stasiun radionya bersifat independen dan tidak tergabung dalam perusahaan penyiaran manapun.

Layanan radio internet dapat diakses dari belahan dunia manapun, misalnya, orang dapat mendengarkan stasiun radio Australia dari Eropa atau Amerika. Namun, ada juga beberapa jaringan seperti Clear Channel di AS dan Chrysalis di UK yang membatasi penyiaran dalam

negerinya sendiri karena masalah perizinan jenis musik tertentu dan iklan. Radio internet cukup populer bagi kalangan ekspatriat maupun pendengar lain karena banyaknya kepentingan serta kebutuhan yang sering kali tidak cukup baik disediakan oleh stasiun radio lokal (seperti musik-musik alternative, hiburan maupun info-info lain yang tidak dapat diakses pada radio lokal). Seperti pada umumnya radio, radio internet juga tetap memiliki layanan-layanan program yang terdapat dalam radio tradisional.

1.6 Langkah-langkah penelitian

1.6.1 Penentuan lokasi penelitian

Tempat penelitian yang dipakai oleh penulis adalah Radio Dahlia. Hal tersebut diambil oleh penulis atas dasar tersedianya data yang akan dijadikan sebagai objek penelitian, masalah implementasi dakwah pada radio streaming yang sangat penting bagi umat Islam. Karena ketika terpaan media dakwah memberikan banyak informasi, maka akan banyak halangan dikarenakan on air yang sudah berlalu waktunya. Selain itu radio Dahlia yang termasuk kepada ranah Islam, dengan demikian tentu penelitian ini sejalan dengan implementasi dari jurusan KPI.

1.6.2 Metode penelitian

Mengacu pada masalah penelitian, maka metode yang digunakan adalah analisis isi. Karena dalam pembahasan skripsi adalah menganalisis isi pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u.

Penggunaan metode analisis ini dengan cara menganalisis seluruh isi pesan yang telah disampaikan oleh da'i. yang meliputi kategorisasi pesan yang disampaikan da'i. mengenai fiqh ibadah, hadits, tafsir Qur'an dan pembahasan tentang permasalahan keluarga.

1.6.3 Informan

Informan adalah objek penting dalam sebuah penelitian. Informan adalah orang-orang dalam latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dikarenakan penelitian ini dilaksanakan oleh Radio Dahlia, tentunya informasi kunci diambil dari Radio Dahlia, dua orang menjadi informan kunci dan satu sebagai informan tambahan.

1.6.4 Jenis data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi :

- d. Data tentang Radio Dahlia, yaitu seputar sejarah dan juga konten yang terdapat dari setiap rubrik.
- e. Data tentang implementasi radio streaming dakwah yang diberikan oleh radio Dahlia terhadap kepribadian muslim.

1.6.5 Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder sebagai berikut :

- a. Untuk data primer, dapat dihasilkan dari hasil observasi dan wawancara terhadap pengelola Radio Dahlia, yaitu direktur utama radio Dahlia, narasumber radio Dahlia, penyiar radio Dahlia dan bagian programmer radio Dahlia.
- b. Untuk data sekunder dalam penelitian ini, dapat dihasilkan dari beberapa literatur yang ada, baik buku, dokumentasi dan lain-lain.

1.7 Teknik pengumpulan data

Beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.7.1 Observasi

Observasi dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Sedangkan menurut Syaodih N. (2006 : 220) mengatakan bahwa, observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu abjek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah terjun ke lapangan terlibat seluruh pancaindra. Secara tidak langsung adalah pengamatan yang dibantu oleh media visual/audio visual, misalnya teleskop, handycam dan lain-lain. Namun yang terakhir ini dalam penelitian kualitatif berfungsi sebagai alat bantu karena yang sesungguhnya observasi adalah pengamatan langsung pada “*natural setting*” bukan setting yang sudah direkayasa. Observasi ini tentunya dilakukan di Radio Dahlia yang terletak di Jl. Burangrang No. 28 lantai 1, Bandung 40262

1.7.2 Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya (interviewer) dengan pihak yang ditanya atau penjawab (interviewee)

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui pertanyaan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistic dan jelas dari informan.

Wawancara ini dilakukan kepada pihak pengelola radio Dahlia untuk mendapat data-data yang berhubungan dengan sejarah radio Dahlia

1.8 Analisis data

Analisis data kualitatif (Lexi J. Maleong 1990) menjelaskan bahwa yang termasuk dalam langkah-langkah analisis data kualitatif meliputi:

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber data
- b. Mengadakan reduksi data dengan jalan membuat abstraksi
- c. Menyusun abstrak kedalam satuan-satuan
- d. Mengkategorisasikan satuan-satuan
- e. Pemeriksaan keabsahan data
- f. Penafsiran data

