

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu kota yang mempunyai kepadatan penduduk yang cukup tinggi, peranan media sangat penting bagi masyarakat kota Bandung diantaranya sebagai media hiburan, informasi, edukasi, dan lain-lain. Salah satu media yang sudah tua dan tetap diminati oleh masyarakat kota Bandung adalah media radio. Radio di kota Bandung telah mengalami berbagai kemajuan dan peminat yang masih banyak, berbagai program acara siaran disuguhkan untuk para pendengar dengan segmentasinya masing-masing. Radio Cosmo adalah salah satu radio yang menyuguhkan program acara yang menarik, setiap hari senin-jum'at Radio Cosmo menyuguhkan acara hiburan yang bernama "Canda-canda Sore". Acara tersebut menyuguhkan acara hiburan yang menarik karena didalamnya terselip nilai-nilai dakwah yang dapat dipetik oleh para pendengar.

Berkaitan dengan hal tersebut, pada era globalisasi saat ini hasil-hasil teknologi komunikasi canggih merupakan kejadian atau perubahan besar yang hampir tidak memberikan kemungkinan kepada semua negara di dunia ini untuk menolaknya. Begitupun dengan dunia Islam atau dakwah juga tidak bisa lepas dari perkembangan zaman, tantangan dakwah Islam saat ini semakin berat ditengah gempuran media barat. Oleh karena itu, dakwah Islam harus bisa menghadapi berbagai tantangan umat Islam dewasa ini. Dakwah merupakan suatu yang sangat relevan untuk dikembangkan di era informasi ini, salah satu media

dakwah yang efektif dan dapat dikembangkan pada era informasi ini adalah media visual, audio, dan audiovisual.

Dakwah adalah proses menyampaikan pesan-pesan Qurani kepada seluruh umat manusia di setiap waktu dan tempat agar mad'u menjadikan pesan tersebut sebagai pedoman dalam menempuh kehidupan dengan metode-metode dan media-media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para khalayak atau para penerima pesan-pesan dakwah.

Dalam Q.S Fushilat ayat 33 mengatakan bahwa:



“siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (Depag RI, 2007: 480)

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa, menyeru atau mengajak merupakan inti dalam proses dakwah seorang *da'i* menyampaikan pesan-pesan moralnya kepada *mad'u* dengan menggunakan bahasa yang terbaik atau yang dikenal dengan bahasa tutur. (Hikmat, 2011: 259)

Dunia dakwah pada saat ini sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan berbagai media dan metode aktivitas dakwah akan semakin efektif dan bisa menghadapi tantangan zaman, seperti halnya *Dakwahtainment*. Munculnya *Dakwahtainment* dikarenakan maraknya program acara yang menggabungkan dakwah dengan hiburan, sehingga *dakwahtainment* dapat menjadi peluang dan tantangan tersendiri bagi para sarjana dakwah. Tetapi, selain menjadi tantangan *dakwahtainment* juga bisa menjadi peluang yang sangat besar

bagi sarjana dakwah yang ingin menyebarkan pesan-pesan Islam melalui media massa. Pada dasarnya *dakwahtainment* merupakan sebuah cara atau teknik berdakwah atau menyiarkan agama yang dianggap bisa diterima oleh masyarakat.

Misalnya, para Wali dalam merumuskan pesan-pesan dakwahnya menggunakan bentuk syair tembang, lakon atau cerita wayang, seni musik gamelan (dalam acara sekaten). Inovasi dakwah tersebut berorientasi pada tujuan, yaitu tercapainya target syi'ar Islam. Inovasi bertujuan untuk menarik minat orang agar memeluk Islam atau mempertebal keimanan orang yang sudah beragama Islam. Salah satu inovasi dalam teknik dakwah adalah humor.

Humor yang merupakan bagian dari hiburan bisa menjadi teknik dalam berdakwah dan humor sendiri mudah diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia. Hal itu dikarenakan, jauh sebelum Indonesia merdeka, humor sendiri secara informal sudah menjadi bagian dari kesenian rakyat, misalnya ludruk, ketoprak, lenong, wayang kulit, wayang golek, dan sebagainya. Humor dalam kehidupan masyarakat Indonesia adalah sesuatu yang lucu dan dapat menimbulkan kegelian atau tawa. Dalam ranah sosial, humor sering disebut dengan istilah; *lawak*, *banyol*, *guyonan*, *bodoran*, dan sebagainya. (Junaedi, dkk, 2013: 2)

Dalam jurnal Bahasa dan Seni Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang (2007: 218) mengatakan bahwa humor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tetapi juga bisa dijadikan sebagai teknik untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Karena, baik dakwah maupun humor dilihat dari bentuk

komunikasinya memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk menyampaikan pesan atau gagasan kepada pendengar atau komunikan.

Tentunya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, tidak terlepas dari *wasilah al-Dakwah* (media dakwah). 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 penting dalam menentukan perjalanan dakwah. Media dakwah dibagi menjadi tiga yaitu: (1) media tradisional; gendang, rebana, suling, wayang, dan lain-lain, (2) media modern: telepon, radio, tape recoder (media *auditif*); surat kabar, majalah, brosur dan lain-lain (media *visual*); televisi, video, internet dan lain-lain (media *audiovisual*), (3) perpaduan antara media tradisional dan modern. (Aliyudin, 2009: 95-96)

Salah satu media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah adalah radio. Pada era sekarang, dakwah dengan menggunakan media radio cukup efektif, mengingat kesibukan masyarakat yang sangat padat, maka dakwah melalui radio yang memiliki daya langsung akan menjadikan pesan-pesan dakwah dapat lebih efektif dan bisa diterima serta dimonitori oleh pendengar secara luas. Selain itu, media radio memiliki kelebihan daya tembus yang luas, sehingga informasi dakwah dapat memiliki daya tembus yang luas jangkauannya. Saat ini siaran-siaran dakwah yang dikemas sedemikian rupa melalui radio mempunyai daya tarik tersendiri bagi pendengarnya dan ini pun menjadi salah satu kelebihan dari media radio.

Radio sebagai media massa mempunyai andil yang cukup besar dalam penyiaran dan penerangan agama kepada masyarakat. Melalui program siarannya yang menghibur, juga mampu meningkatkan pemahaman keagamaan dan mampu menarik serta mempengaruhi masyarakat untuk mengamalkan ajaran agama Islam dalam kehidupannya. Dengan kata lain, siaran humor yang disisipi nilai-nilai Islami melalui radio sangat mungkin dapat mempengaruhi proses peningkatan pemahaman agama pada masyarakat dengan mudah.

Di Kota Bandung, terdapat banyak frekuensi radio. Ini memberikan indikasi bahwa radio mempunyai tempat dihati masyarakat sebagai salah satu media massa yang dapat menghibur, terlebih lagi kehidupan sosial masyarakat Kota Bandung tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Masyarakat Kota Bandung yang mayoritas penduduknya beragama Islam tentu menjadi pertimbangan tersendiri bagi pengelola radio dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang menghibur tetapi mengandung nilai-nilai Islami yang dapat diserap dan dipahami dengan mudah oleh masyarakat menengah ke bawah. Sehingga acara yang disajikan adalah acara yang bersifat menghibur atau humor, tetapi tidak lepas dari misi penyampaian nilai-nilai Islami dari sang penyiar yang berperan sebagai *da'i* maupun misi dari lembaga radio itu sendiri.

Radio Cosmo yang berlokasi di Jl. Dr. Djunjunan Dalam No. 81 (Pasteur) Bandung ini selain berperan sebagai media massa yang memberikan hiburan dan informasi juga dalam diri pribadi penyiar memiliki misi dakwah yang bertujuan meningkatkan pemahaman agama pada masyarakat. Hal ini terbukti dengan disajikannya acara hiburan yang disisipi nilai-nilai Islami oleh penyiar.

Setiap hari senin-jum'at, Radio Cosmo menyuguhkan program hiburan bernama Canda-canda Sore atau yang sering dikenal dengan CCS, acara hiburan yang bergenre humor itu disiarkan langsung pada pukul 14.00-16.00 WIB. Program acara CCS ini, menyajikan berbagai informasi yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat Kota Bandung. Acara yang berdurasi panjang itu terbagi menjadi tiga segmen, yaitu: (1) Baca SMS; (2) Keluarga Ceu Eti; (3) *Guest Star* (sesuai tema). Selama ini, radio yang berdiri sejak tanggal 20 Agustus 2001 serta menyandang peringkat ke-5 radio terbaik se-Jawa Barat ini, banyak diminati oleh masyarakat khususnya bagi Sohib Cosmo yaitu sebutan bagi para pendengar setia Radio Cosmo 101,9 FM. “Berdakwah tidak harus melalui mimbar saja, tetapi dengan menyisipkan nilai-nilai Islami di dalam humor, masyarakat tidak akan merasa seperti sedang didakwahi. Selain itu, masyarakat akan mudah memahami maksud dari apa yang penyiar sampaikan mengenai ajaran Islam”, (Budi Kusumah, Wawancara 23 Nopember 2015)

Berikut adalah sedikit transcript rekaman siaran acara “Canda-canda Sore” di Radio Cosmo pada tanggal 2 November 2015, pada segmen ke dua pukul 14.15 WIB: “**Ceu eti:** *Matak ge ulah sok kajongjonan* // **Imas:** *Mang wahyu mah, ayeuna ngawitan amengan kabumi dapet kue..* // **Ceu eti:** *Emmm... enya eta rezeki selalu min haitsu laa yahtasib. Allah geus ngajangjikeun bakal masihan rezeki ka umat-umat na min haitsu laa yahtasib, asal urang na iman ka Allah*”. Untuk lebih jelasnya, penulis melampirkan transcript rekaman siaran acara “Canda-canda Sore” pada bab selanjutnya, sebanyak 10 kali siaran pada bulan tanggal 2 Nopember – 13 Nopember 2015.

Siaran radio pada umumnya, menempatkan program siaran hiburan dan program siaran dakwah dalam segmen yang berbeda, radio yang lain menyiarkan program siaran dakwah secara khusus dan terpisah pada waktu-waktu tertentu, hal ini berbeda dengan apa yang Radio Cosmo lakukan, meskipun Radio Cosmo juga menyiarkan program siaran khusus dakwah tetapi mereka juga memiliki suatu program siaran humor yang disisipi nilai-nilai dakwah. Untuk itu, dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui lebih dalam apa saja isi pesan dakwah yang disampaikan dalam acara Canda-canda Sore (CCS) di radio Cosmo 101,9 FM. Untuk lebih jelasnya penulis mengambil judul penelitian sebagai berikut:

DAKWAH HUMOR MELALUI RADIO (Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Program Siaran “Canda-canda Sore” di Radio Cosmo 101,9 FM)

B. Rumusan Masalah

Untuk mengarahkan langkah-langkah dalam penelitian ini serta penelitian dapat di fokuskan, maka perumusan masalahnya sebagai berikut:

- 1.) Bagaimana isi pesan dakwah humor pada program siaran “Canda-canda Sore (CCS)” Radio Cosmo 101,9 FM Bandung pada bulan November 2015?
- 2.) Bagaimana kategorisasi pesan dakwah humor pada program siaran “Canda-canda Sore (CCS)” Radio Cosmo 101,9 FM Bandung pada bulan November 2015?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

- 1) Agar mengetahui bagaimana isi pesan dakwah humor pada program siaran “Canda-canda Sore (CCS)” Radio Cosmo 101,9 FM Bandung pada bulan November 2015.
- 2) Agar mengetahui bagaimana kategorisasi pesan dakwah humor pada program siaran “Canda-canda Sore (CCS)” Radio Cosmo 101,9 FM Bandung pada bulan November 2015.

b. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis penelitian diharapkan memiliki manfaat. Manfaat tersebut bisa bersifat teoritis dan praktis, untuk penelitian kualitatif, manfaat penelitian lebih bersifat teoritis, yaitu untuk mengembangkan ilmu, namun juga tidak menolak manfaat praktisnya untuk mengembangkan masalah. Bila penelitian kualitatif dapat menemukan teori, maka akan berguna untuk menjelaskan, memprediksikan dan mengendalikan suatu gejala.

Sedangkan secara praktis dari hasil penelitian dapat memberikan gambaran dalam proses penyiaran dakwah Islam yang lebih baik lagi bagi penyiar maupun bagi audiens di Kota Bandung lewat media massa yaitu Radio.

D. Kerangka Pemikiran

1. Dakwah

Dakwah adalah upaya memanggil, menyeru dan mengajak manusia menuju jalan Allah SWT atau ajakan kepada agama-Nya yaitu Islam. Pemahaman ini sejalan dengan penjelasan Allah dalam Q.S Yusuf ayat 108:



“Katakanlah: "Inilah jalan (agama) ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha suci Allah, dan aku tiada Termasuk orang-orang yang musyrik." (Depag RI 2007: 248)

Dalam pandangan Ibn Taimiyah, dakwah dalam arti seruan kepada *al-Islam* itu adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan, dan mentaati perintah-Nya.

Sedangkan dalam pandangan Syaikh Ali Mahfuzh murid Syaikh Muhammad Abduh dalam buku *Quantum Dakwah* (Sukayat, 2009: 1-3) memberi batasan mengenai dakwah sebagai: “*membangkitkan kesadaran manusia di atas kebaikan dan bimbingan, menyuruh berbuat makruf dan mencegah dari perbuatan yang mungkar, supaya mereka memperoleh keberuntungan, kebahagiaan di dunia dan di akhirat*”.

Dalam pendekatan psikologi komunikasi melihat aktivitas dakwah sebagai proses membangkitkan motivasi untuk melakukan sesuatu tindakan yang dinilai benar menurut ajaran. Aktivitas dakwah menargetkan terjadinya perubahan, baik individu, maupun kelompok, penggunaan berbagai saluran, termasuk pemilihan bahasa dan logika yang digunakan, pemanfaatan media cetak ataupun elektronik, serta beragam media sosial lainnya, dimaksudkan untuk mempermudah proses perubahan tersebut. Proses dakwah sendiri pada dasarnya merupakan komunikasi sosial yang dilakukan untuk melakukan perubahan. (Muhtadi, 2012: 45)

Dakwah mempunyai tujuan umum, yaitu sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah, salah satunya adalah tersampainya pesan atau gagasan kepada khalayak. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka seorang juru dakwah harus memiliki metode atau teknik. Pada zaman seperti saat ini, dipandang perlu untuk melakukan inovasi dalam teknik dakwah salah satunya menggunakan teknik hiburan atau humor.

2. Humor

Humor dengan misi dakwah, yaitu humor yang menyampaikan makna pesan berupa nilai-nilai Islamiyyah yang di dalam interaksi sosialnya berusaha membawa audiens ke arah perubahan budaya yang lebih baik, mendekati kebenaran syariat dan akidah Islamiyyah. (Amin, 2009: 247) dalam hal ini terlihat jelas bahwa humor dalam misi dakwah mempunyai sifat persuasi atau mempengaruhi khalayak (*mad'u*) ke arah perubahan yang lebih baik.

Hal tersebut sesuai dengan perspektif komunikasi yang disampaikan oleh Yusup Hamdan seorang Dekan Fidkom Unisba dalam Mulyana (2008),

menyebutkan bahwa humor menyediakan sarana persuasi yang efektif. Melalui humor kita dapat mempengaruhi orang dengan cara yang menyenangkan.

Dalam jurnal Bahasa dan Seni Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang (2007, 216), mengartikan humor sebagai rasa atau gejala yang merangsang kita untuk tertawa atau cenderung tertawa secara mental, ia bisa berupa rasa, atau kesadaran, di dalam diri kita (*sense of humor*); bisa berupa suatu gejala atau hasil cipta dari dalam maupun dari luar diri kita. Lebih lanjut menurut Suhadi, bila dihadapkan pada humor, kita bisa langsung tertawa lepas atau cenderung tertawa saja; misalnya tersenyum atau merasa tergelitiki di dalam batin saja. Rangsangan yang ditimbulkan haruslah rangsangan mental untuk tertawa, bukan rangsangan fisik seperti dikelitiki.

Selanjutnya untuk memahami humor pada ranah ontologis, berikut teori yang membahas tentang humor. Menurut Jalaludin Rakhmat (2000: 126-127), dikalangan para filosofis dikenal tiga teori tentang humor, yakni; *Pertama, teori superioritas dan degradasi*. Menurut teori ini kita tertawa apabila menyaksikan sesuatu yang janggal (mengikuti plato), atau kekeliruan atau cacat (kata aristoteles). Objek yang membuat kita tertawa adalah objek ganjil, aneh dan menyimpang. Sebagai subjek, kita mempunyai kelebihan (superioritas), sedangkan objek tertawa kita mempunyai sifat-sifat yang rendah. Teori ini menurut Rakhmat, tepat untuk menganalisis jenis-jenis humor yang termasuk satire, yakni humor yang mengungkapkan kejelekan, kekeliruan, atau kelemahan orang, yakni humor yang mengungkapkan kejelekan, kekeliruan, atau kelemahan orang, gagasan, atau lembaga untuk memperbaikinya.

Kedua, teori bisosiasi. Teori ini menurut Rakhmat dirumuskan oleh Arthur Koestler, tetapi berasal dari filsuf-filsuf besar seperti Pascal, Kant, Spencer, Schopenhauer. “kita tertawa”, kata filsuf yang disebut terakhir, “bila secara tiba-tiba kita menyadari ketidaksesuaian antara konsep dan realitas”. Menurut teori ini, humor timbul karena kita menemukan hal-hal yang tidak di duga, atau kalimat (juga kata) yang menimbulkan dua macam asosiasi. Yang pertama disebut *unexpected turns*, yakni teknik belokan mendadak; dan kedua, *puns* yakni asosiasi ganda.

Ketiga, teori inhibisi. Teori ini menurut Rakhmat dibangun oleh Sigmund Freud, Charles Bernard . Renouvier, Auguste Penjon, dan Jhon Dewey. Teori humor yang dikemukakan mereka tengarai sebagai teori yang paling teoritis. Menurut mereka kita banyak menekankan ke alam bawah sadar kita pengalaman-pengalaman yang tidak enak atau keinginan-keinginan yang tidak bisa kita wujudkan (yang secara sosial tidak dapat diterima, menurut istilah psikologi). Salah satu diantara golongan yang kita tekan itu adalah dorongan agresif. Dorongan agresif itu masuk ke alam bawah sadar kita dan bergabung dengan kesenangan bermain dari masa kanak-kanak kita.

Dalam perkembangan selanjutnya, humor bisa dibedakan dalam lima bentuk kriteria: (1) Kriteria Bentuk Ekspresi; (2) Kriteria Inderawi; (3) Kriteria Bahan; (4) Kriteria Etis; (5) Kriteria Estetis. Dari semua bentuk kriteria memiliki jenis-jenis tertentu, salah satu kriteria yang berkaitan dengan dakwah adalah Kriteria Etis yang memiliki jenis-jenis sebagai berikut: (1) *Humor Sehat (Edukatif)*, adalah humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan atau

membawa misi edukatif dalam lawakannya; (2) *Humor Tidak Sehat*, adalah humor yang bersifat murni lawakan tanpa misi tertentu. (Junaedi & Ridwan, 2013: 10-12) Yang berkaitan dengan tujuan dakwah adalah *Humor Sehat* yang dalam humornya memiliki misi untuk menyampaikan pesan yang bertujuan untuk mendidik para audiens, pesan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang selanjutnya akan dijelaskan mengenai apa pengertian dari pesan dakwah.

3. Pesan Dakwah

Pesan dakwah atau yang bisa disebut dengan *maudu* adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh *da'i* (subjek dakwah) kepada *mad'u* (objek dakwah), yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunah Rasul-Nya. (Aliyudin, 2009: 80)

Pesan dakwah menurut Al-Qur'an Surat Al-A'raf (7): 157, pesan dakwah harus mengandung (1) *amar maruf nahi munkar*, perintah berbuat baik dan larangan berbuat jelek; (2) Penjelasan tentang halal dan haram; (3) Hal-hal yang membebaskan manusia dari beban kehidupan dan belenggu yang memasung kebebasannya. Dari sini harus ada perubahan dari dalam diri pembuat pesan, bahwa pesan dakwah tidak hanya berbicara tentang halal dan haram saja tetapi berbicara tentang kritik sosial, karena pesan dakwah bersifat religius, sosial, ekonomi, kultural, bahkan politis. (Dulwahab, 2010: 29)

Pesan dakwah dalam pandangan Munir Amin (2009: 88) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau sesuatu yang harus disampaikan subjek (*da'i*) kepada objek (*mad'u*) dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah

maupun Sunnah Rasul-Nya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisikan ajaran Islam.

Pada dasarnya seluruh pesan dakwah bersumber pada dua sumber pokok ajaran Islam yaitu, Al-Qur'an dan Hadis. Berdasarkan sumber pokok ajaran Islam tersebut, secara konseptual pesan dakwah menurut Al-Bayanuniy (2010: 231) terbagi menjadi tiga aspek permasalahan, yaitu:

Aspek Akidah. Akidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aspek akidah ini digambarkan dalam enam rukun iman yang disebutkan Rasulullah SAW dalam hadis jibril AS. Demikian pula termasuk pada aspek semua masalah akidah yang dibawa Islam dan yang oleh sebagian mereka disebut dengan *Nizham Aqidah* (aturan akidah dalam Islam)

Aspek Syariah. Syariah adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam agama Islam, baik yang berhubungan dengan Tuhan (*habluminallah*), maupun antar manusia sendiri (*habluminannas*). (Munir Amin, 2009: 90) Aspek Syariah ini termasuk juga semua hukum yang dibawa Islam, baik untuk tingkatan individu dan keluarga maupun masyarakat umum. Maka aspek ini mencakup apa yang dinamakan *Nizham* (aturan) ibadah, muamalah dan ekonomi, aturan *ahwal syakhsiyah*, aturan hukum dan politik, aturan sosial, aturan *hisbah* (pengujian), aturan jihad dan sebagainya yang penjelasannya memenuhi kitab-kitab fikih dan hukum.

Aspek Akhlak. Aspek akhlak merupakan pelengkap bagi aspek akidah dan syariah seseorang, meskipun begitu aspek akhlak tetaplah sangat penting untuk menyempurnakan keimanan dan keislaman seseorang. Aspek akhlak ini

digambarkan dalam akhlak mulia dan sifat yang baik serta perlakuan yang lurus yang dibawa oleh ajaran Islam, dimana Rasulullah SAW diutus untuk menyempurnakan dan menetapkannya. Aspek Akhlak dalam Islam termasuk ke dalam pesan dakwah yang penting untuk disampaikan kepada *mad'u*. Islam menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas dalam kehidupan manusia. Dengan akhlak yang baik dan keyakinan agama yang kuat maka Islam membendung terjadinya dekadensi moral.

4. Radio

Dalam kecenderungan era informasi dan globalisasi sekarang ini, hal yang harus dimanfaatkan oleh para pelaku dakwah adalah media komunikasi massa elektronik yang telah berumur sangat tua, yaitu media radio. Keberadaan radio dalam dunia komunikasi massa manfaatnya telah dirasakan oleh seluruh masyarakat, dilihat dari sejarah kemunculan radio sebagai media komunikasi massa yang berpengaruh terhadap berita kemerdekaan Indonesia pada saat itu. Radio sampai sekarang masih memiliki eksistensi yang cukup berpengaruh kepada masyarakat, terlepas dari kelemahan yang dimiliki media komunikasi massa radio, kita juga tidak dapat terlepas dari kelebihan-kelebihan khas yang dimiliki oleh radio sebagai media komunikasi massa yang telah berumur sangat tua.

Sebagai produk dari perkembangan teknologi komunikasi massa, radio mempunyai peranan yang cukup strategis apabila dimanfaatkan untuk pelaksanaan dakwah Islam, karena dapat menjangkau sasaran khalayak lebih banyak dan waktu yang relatif singkat. Hal ini seperti diungkapkan oleh Onong

Uchjana Effendy, bahwa radio memiliki tiga karakteristik: (1) *Radio Siaran Bersifat Langsung*, siaran radio untuk mencapai sasaran pendengar tidaklah mengalami proses yang kompleks, berbeda dengan majalah atau surat kabar yang memiliki proses yang panjang untuk sampai kepada khalayak; (2) *Radio Menembus Jarak dan Rintangan*, siaran radio dalam mencapai tujuannya tidak terhalang oleh jarak dan rintangan, karena frekuensinya bisa mencapai gunung-gunung, lembah, maupun lautan luas, semuanya tidak menjadi rintangan; (3) *Radio Mengandung Daya Tarik*, daya tarik ini disebabkan karena sifat radio yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada pada radio yaitu musik, kata-kata, dan efek suara. (Effendy, 1993: 139-144).

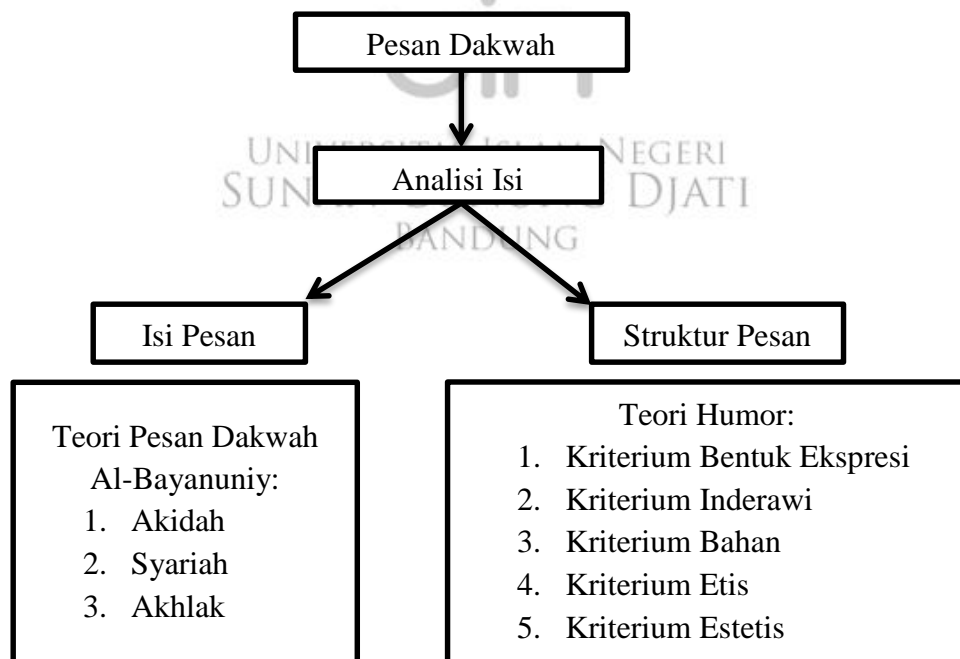
Melengkapi karakteristik media komunikasi massa radio yang disimpulkan Onong di atas, Darwanto Sastro Subroto (1995: 21) merinci lebih lengkap tentang karakteristik radio, sebagai berikut: (1) Dapat didengar oleh kelompok yang relatif besar; (2) Dapat mencapai seluruh lapisan masyarakat; (3) Penyiaran beritanya paling cepat karena relatif tidak ada hambatan teknologi; (4) Secara pragmatis lebih banyak *entertainment* dan lebih banyak variasinya, serta dapat dinikmati pada sembarang waktu, misalnya sedang membaca, menyetir mobil dan sebagainya; (5) Proporsi musik lebih banyak; (6) Penyiarannya rata-rata memiliki suara yang baik dan indah.

Sebagai bagian dari media massa, radio sebagaimana diungkapkan di atas memiliki daya tarik kuat dari sifatnya yang serba hidup serta unsur-unsur yang dimilikinya, yaitu musik, kata-kata dan efek suara. Unsur-unsur tersebut diaplikasikan dalam program acara guna melaksanakan fungsi-fungsinya sebagai

mana media massa lainnya. Karena itu, Menurut Onong (1993: 137), radio memiliki tiga fungsi, yaitu: (1) *Sarana Hiburan*, artinya seseorang dapat terhibur hatinya dan terisi waktu luangnya. (2) *Sarana Penerangan*, artinya seseorang dapat mengetahui suatu informasi dengan cepat dan langsung. (4) *Sarana pendidikan*, artinya dengan mendengarkan radio dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan prilaku seseorang jadi lebih bersifat mendidik.

Tidak hanya tiga fungsi di atas yang disebutkan oleh Onong, tetapi radio juga memiliki fungsi yang ke empat yaitu: (4) *Sarana Propaganda* (usaha untuk memanipulasi persepsi), fungsi ini merujuk pada Hitler yang memanfaatkan media radio untuk mempropagandakan ide-idenya dalam sebuah lagu dengan perantara radio.

Untuk memudahkan penelitian ini maka kerangka berpikir peneliti dapat digambarkan melalui skema berikut ini:



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

E. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian, sering pula disebut prosedur penelitian atau metodologi penelitian, secara garis besar mencakup kegiatan penentuan: lokasi penelitian, metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data. (Fak.Dakwah dan komunikasi, 2013: 77)

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio Cosmo 101,9 FM yang berlokasi di Jl. Dr. Djundjuran Dalam No. 81 (Pasteur) Bandung. Penelitian dilokasi ini berdasarkan pertimbangan bahwa, terdapat masalah yang layak untuk diteliti yaitu radio yang menyiarkan suatu acara hiburan bergenre humor tetapi esensi di dalam siaran tersebut terdapat nilai-nilai Islami. Lokasi tempat penelitian memiliki cukup data untuk dijadikan bahan penelitian. Karena peneliti sekarang sedang tinggal di Kota Bandung sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan observasi dan melakukan komunikasi sebagai upaya-upaya mengangkat data-data yang diperlukan.

2. Metode Penelitian

Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi salah satunya program Siaran Canda-canda Sore (CCS) di Radio Cosmo 1010,9 FM pada bulan November 2015. (Rakhmat, 2002: 89)

Analisis isi terbagi menjadi dua yaitu: analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. *Analisis isi kuantitatif* digunakan untuk menganalisis data populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan *Analisis isi Kualitatif* digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. (Sugiyono, 2012: 8-9)

Merujuk pada pendapat diatas maka penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) kualitatif dan menggunakan rumus *Formula Holsti* untuk menemukan reliabilitas antar koder. Karena berdasarkan objek kajian penelitian yang memfokuskan pada pendalaman dan penelaahan isi pesan dakwah pada program siaran “Canda-canda Sore (CCS)” di Radio Cosmo 101,9 FM. Penelitian ini dibatasi hanya pada minggu pertama dan minggu kedua di Nopember 2015 sebanyak 10 siaran.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang mengarah pada pendalaman isi pesan dakwah program siaran Canda-canda Sore (CCS) Radio Cosmo 101,9 FM pada bulan November 2015, baik dari segi pengemasan maupun dari isi pesannya. Secara teknis, jenis data ini akan diangkat melalui penelaahan terhadap isi pesan dakwah program siaran Canda-canda Sore (CCS) Radio Cosmo 101,9 FM pada bulan November 2015 .

b. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer adalah merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pengasuh program siaran Canda-canda Sore (CCS) Radio Cosmo 101,9 FM Bandung.
- 2) Narasumber program siaran Canda-canda Sore (CCS) Radio Cosmo 101,9 FM Bandung.
- 3) Materi atau pesan dakwah humor yang berbentuk rekaman pada siaran Canda-canda Sore (CCS) Radio Cosmo 101,9 FM Bandung.

c. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah berbagai literatur atau rujukan buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang hendak dicapai dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan beberapa teknik, diantaranya:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. (Fak.Dakwah dan komunikasi, 2013: 84) Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik observasi langsung dengan cara mengamati langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data tentang keadaan Radio Cosmo 101,9 FM, keadaan crew radio, pelaksanaan proses siaran, dan orang-orang yang terlibat dalam proses siaran.

Observasi dilakukan dalam penelitian ini tujuannya untuk memudahkan penelitian dalam mengklasifikasikan data dan untuk menambah keakuratan data yang diperlukan.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung. (Fak.Dakwah dan komunikasi, 2013: 84) Dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara terstruktur, yaitu dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak pimpinan Radio Cosmo 101,9 FM, crew radio, dan orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan program siaran di Radio Cosmo, dengan tujuan untuk memperoleh data yang akurat, berdasarkan pedoman atau catatan yang telah dipersiapkan.

c. Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, peraturan-peraturan,

ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

5. Analisi Data

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada generalisasi. (Sugiyono, 2012: 9) Sehingga pendekatan kualitatif umumnya bersifat induktif, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan dan mengecek data (isi pesan dakwah humor program siaran “Canda-canda Sore” pada bulan Nopember 2015) dengan membuat tabel sesuai karakteristik dan memasukkannya secara berurutan.
- b. Menganalisis isi pesan data (isi pesan dakwah humor program siaran “Canda-canda Sore” pada bulan Nopember 2015), dengan cara mengklasifikasikan data sesuai karakteristik pesan dakwah yang telah dibuat.
- c. Menarik kesimpulan dengan cara memberikan pendapat dan alasan yang dapat mendukung pada isi pesan dakwah humor program siaran “Canda-canda Sore” Radio Cosmo 101,9 FM pada bulan Nopember 2015.