

**KOMUNIKASI DAKWAH THOLABUL ‘ILMI
DI RADIO KARTIKA JOMBANG JAWA TIMUR**



**Diajukan Pada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Gelar
Sarjana Sosial Islam Dalam Bidang Ilmu
Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

Oleh:

**Yusuf Priya Atmaja
0421008**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2009

**KOMUNIKASI DAKWAH THOLABUL ‘ILMI
DI RADIO KARTIKA JOMBANG JAWA TIMUR**



**Diajukan Pada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Gelar
Sarjana Sosial Islam Dalam Bidang Ilmu
Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

Oleh:

**Yusuf Priya Atmaja
0421008**

Pembimbing I

**Drs. Mokh. Sahlan, M. Pd
NIP : 150260462**

Pembimbing II

**Andayani, SIP, MSW
NIP 150292260**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2009



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi saudara Yusuf Priya Atmaja
Lamp :

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengarahkan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Yusuf Priya Atmaja
NIM : 04210048
Judul Skripsi : Komunikasi Dakwah Tholabul 'Ilmi Diradio
Kartika Jombang Jawa Timur

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah, Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk dimunaqoshahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana *Strata Satu dalam Ilmu Sosial Islam*.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 23 Juli 2009

Pembimbing I

Drs. Mukhammad Sahlan, M. Si
NIP. 19680501 1999303 1 006

Pembimbing II

Andayani, SIP, MSW
NIP150292260



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1272/2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

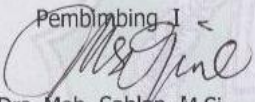
**KOMUNIKASI DAKWAH THOLABUL 'ILMI
DI RADIO KARTIKA JOMBANG JAWA TIMUR**

Nama : Yusuf Priya Atmaja
NIM : 04210048
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 25 Agustus 2009
Nilai Munaqasyah : B

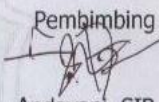
dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

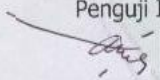
Pembimbing I


Drs. Moh. Sahlan, M.Si.
NIP. 19680501 199303 1 006

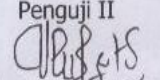
Pembimbing II


Andayani, SIP., M.Si.
NIP. 19721016 199903 2 008

Penguji I


Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP. 19661226 199203 2 002

Penguji II


Dra. Hj. Evi Septiani TH., M.Si.
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 5 Oktober 2009
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
Dekan




Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 19561123 198503 1 002

MOTTO

**“Raihlah Ilmu, Dan Untuk Meraih Ilmu Belajarlah
Untuk Tenang Dan Sabar.....”**

(Khalifah Umar)

**“Hidup Itu Adalah Tentang Siapa Yang Kamu
Cintai Dan Kamu Sakiti.....”**

(Orang Bijak)

HALAMAN PERSEMBAHAN :

Kupersembahkan Skripsi ini kepada :

Ibu ku, terimakasih atas semua bimbingan, kasih sayang dan kesabaran ibu yang telah membuat ku menjalani hidup ini terasa berarti. Maaf kan aku yang belum bisa membahagiakan ibu, hingga sang Khaliq memanggil ibu untuk selamanya.
Hanya do'a yang bisa aku panjatkan buat ibu yang tak pernah berhenti hingga nafas ini terhenti.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji kepada Allah yang menjadikan Muhammad SAW sebagai Rasul, yang menerangi setiap jiwa dalam belahan dunia, juga atas rahmat dan petunjuk-Nya penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Komunikasi Dakwah Tholabul ‘Ilmi Radio Kartika Jombang Jawa Timur** sebagai syarat dalam menyelesaikan studi strata satu di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada Nabi Muhammad SAW dan para pengikutnya.

Akhirnya setelah melalui perjalanan yang panjang, penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan banyak pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penyusun menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas curahan semua nikmat, cinta dan kasih-Mu.
 2. Ayahanda Djawadi dan Ibunda Kinasih Dewi Rukmini (Alm) serta keluarga tercinta yang dengan kasihnya memberikan motivasi dan keyakinan.
 3. Prof. Dr. HM. Amin Abdullah selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
 4. Prof. Dr. H. M. Bahri Ghozali, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
 5. Dra. Hj. Evi Septiani, M.Si, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 6. Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si, selaku Dosen Penasehat Akademik.
- Terimakasih atas nasehatnya nan sejuk serta arahan yang baik.

7. Andayani, SIP,MSW selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan dan banyak memberi arahan serta berpartisipasi dalam skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
9. Keluarga besar Radio Kartika FM yang telah banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini
10. KH Imron Djamil yang tak pernah lelah memberi petunjuk-petunjuk suci.
11. Keluarga besar Wisma Fajar, Ibu Kos, Samsul 'Bariyo', @hlam (ahmad), haSBY, Dwi '22' Isnaini, Sigit 'Sir Alex' Risto, Inul 'Gattuso', Qoriey 'serie 32?', Yun 'Yuyun', Muyayin 'Jayengk', Agus 'Good WG', Rinto 'Harahap', Roni 'Wayne', Arif 'Wnsobo', Ari, Wawan, Mas Imam. Semua."Ayo main bola lagi, (dan lagi)!"
12. Sahabat-sahabat PMII khususnya korps Geger, terimakasih atas semua perjuangan atas nama pengabdian dan perdamaian bersama kalian.
13. buat farhan, zaki, bos adang, munif toni, herman, suryanto, maiula, afi, agus nur cahyo, tatik, canda tawa dan kegilaan kalian tak kan kulupa sampai nafas ku terhenti
14. Keluarga besar SANPALAS serta para Ustadz-Ustadzah TPQ Nurul Jadid.
15. Dan semua pihak yang telah membantu dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak penyusun sebutkan namanya.

Atas dasar ini menunjukkan bahwasannya manusia dihiasi dengan sifat kekurangan, semoga kekurangan dalam kajian ini, Allah menyempurnakan

pada kajian para sarjana masa depan, dengan demikian hanya kepada Allah kami bertawakal, insya Allah.

Yogyakarta, 23 Mei 2009

Penulis

Yusuf Priya Atmaja
NIM : 04210048

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAKSI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Tinjauan Pustaka	8
G. Landasan Teori	11
1. Tinjauan Mengenai Komunikasi.....	11
2. Tinjauan Mengenai dakwah.....	26
3. Tinjauan Mengenai Komunikasi Dakwah.....	34
4. Tinjauan Mengenai Radio.....	35
H. Metode Penelitian.....	38

BAB II GAMBARAN RADIO KARTIKA FM JOMBANG

A. Letak Geografis.....	42
B. Sejarah Berdirinya Radio Kartika FM.....	42
C. Asas Dasar dan Tujuan Berdirinya Radio Kartika FM.....	43
D. Visi Dan Misi Radio Kartika FM.....	45
E. Struktur Organisasi.....	45
F. Sasaran Pendengar.....	46
G. Kegiatan Dakwah.....	48
H. Sekilas Tentang Tholabul ‘Ilmi.....	49
I. Visi Dan Misi Tholabul ‘Ilmi.....	50
J. Narasumber dan materi acara Tholabul Ilmi	51
K. Konsep Acara Tholabul Ilmi.....	53
L. Penentuan Tema dan Penyusunan Acara Tholabul Ilmi.....	54
M. Proses dan Mekanisme Penyiaran Tholabul ‘Ilmi.....	56

BAB III KOMUNIKASI DAKWAH THOLABUL ‘ILMI

A. Proses komunikasi Tholabul ‘Ilmi di Radio Kartika FM.....	60
--	----

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran-saran.....	78
C. Penutup.....	79

DAFTAR PUSTAKA.....	81
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAKSI

Dalam hal ini penggunaan media dakwah tidak lepas dari usaha para Da'i untuk menyampaikan dakwah yang efektif, yang dilakukan melalui media elektronik, seperti radio dan televisi, surat kabar, dan lain-lainnya. Radio sebagai salah satu hasil kemajuan teknologi komunikasi, harus digunakan sebaik mungkin. Karena penggunaan radio untuk kepentingan dakwah Islam selama ini menunjukkan bahwa teknologi tersebut dapat di manfaatkan untuk kepentingan agama Islam. Dakwah yang dilakukan melalui media radio mempunyai nilai lebih, hal ini di sebabkan adanya faktor-faktor yang dimiliki radio.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi dalam program acara Tholabul 'Ilmi. Kertertarikan peneliti dalam mengambil tema ini adalah pertama peneliti melihat rujukan dalam acara ini adalah kitab Al-Hikam kedua acara Tholabul 'Ilmi merupakan ikon dari radio kartika yang membuat radio ini menjadi terkenal. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi wacana keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan mengambil subjek radio Kartika dan obyeknya dalam program acara Tholabul 'Ilmi. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Untuk menghindari adanya tumpang tindih dan kesalah pahaman interpretasi, penulis perlu memberikan pembatasan istilah tentang judul penelitian ini. Sebab, mengetahui batasan atau proposi suatu peristilahan dengan menggunakan pendekatan dari segala bahasa, akan banyak menolong menerangkan artinya lebih lanjut.

1. Komunikasi Dakwah

Komuniikasi secara etimologi, berasal dari bahasa latin *comunication* dan kata ini bersumber pada kata *communis*, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Sedangkan secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain.¹ Sedangkan *Dakwah*, secara bahasa artinya mengajak dan mendorong dengan kesatuan tujuan, sedangkan secara istilah, dakwah adalah mengajak orang kepada kebenaran, mengerjakan perintah dan menjahui larangan agar memperoleh kebahagiaan di masa sekarang atau yang akan datang². Sedangkan *komunikasi dakwah* merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan berupa ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad dalam rangka mendorong manusia untuk melakukan

¹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung ; PT Remaja Rosda Karya, 2002) hal 3-4.

² Barmawie Umary, *Azaz-Azaz Ilmu Dakwah*, (Semarang; Romadhon,1969) hal 52.

kebaikan mengikuti petunjuk, menyuruh melakukan kebajikan melarang perbuatan mungkar agar memperoleh kesejahteraan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.

2. Tholabul ‘Ilmi

Adapun yang dimaksud dengan Tholabul ‘Ilmi dalam skripsi ini adalah sebuah acara diradio yang bernuansakan agama Islam, dimana sang komunikator (da’i) menggunakan kitab Al-Hikam sebagai rujukannya.

3. Radio Kartika

Menurut Donal Menicol dalam bukunya “ Radio Concues of Spoce” menyatakan bahwa radio adalah suatu penerimaan pesan (*messag*) dalam jarak pendek dengan menggunakan aliran listrik³.

Radio Kartika adalah nama dari salah satu radio swasta yang berlokasi di Kabupaten Jombang dengan frekuensi 90.7 FM. Dalam siaran, Radio Kartika ini dikelola oleh yayasan yang berbentuk perseroan terbatas.

Adapun yang dimaksud komunikasi dakwah dalam skripsi ini adalah proses penyampaian pesan dakwah dimana komunikator (da’i) dan sebagai rujukan utmannya sang komunikator menggunakan kitab Al-Hikam selain sebagai pendukung berjalannya proses penyampaian dakwahnya, komunikator menggunakan media elektronik (radio).

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Mengingat fungsi dan peran dakwah yang demikian penting dan menentukan, maka pengertian dakwah dan segala sesuatu yang berkaitan

³ Onong Uchjana Effendi, *Radio Siaran dan Praktek*, loc.it

dengan dakwah, harus dipahami secara tepat dan benar, sejalan dengan ketentuan Al –Qur'an , Sunnah Rasul dan Sirah Nabawiyah yang berisikan petunjuk bagaimana dakwah itu dilakukan, sehingga menghasilkan pribadi-pribadi yang istiqomah dan tangguh, dan melahirkan tatanan masyarakat yang Islami.

Dalam proses pengertian yang intergalistik, dakwah merupakan proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengemban dakwah dalam rangka mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju perkehidupan yang Islami. Suatu proses yang berkesinambungan adalah suatu proses yang bukan insidental atau kebetulan, melainkan benar-benar direncanakan, dilaksanakan dan dievaluasi secara terus menerus oleh para pengemban dakwah dalam rangka mengubah perilaku sasaran dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah dirumuskan.

Sudah bukan waktunya lagi, dakwah dilakukan asal jalan, tanpa sebuah perencanaan yang matang, baik yang menyangkut materinya, tenaga pelaksana, ataupun metode yang dipergunakannya. Memang benar, sudah menjadi sunnatullah, bahwa kita berhak menghancurkan yang batil seperti yang tertera dalam surat Al-Isra': 81

وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَزَهَّقَ الْبَاطِلُ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا ﴿٨١﴾

Dan Katakanlah: "Yang benar Telah datang dan yang batil Tela lenyap".

*Sesungguhnya yang batil itu adalah sesuatu yang pasti lenyap*⁴.

Tetapi *Sunnatullah* ini berkaitan dengan *Sunnatullah* yang lain, yaitu bahwasannya Allah SWT sangat mencintai dan meridhai kebenaran yang diperjuangkan dalam sebuah barisan yang rapi dan teratur.

Agar dakwah dapat dilakukan secara efisien, maka penting untuk membuat stratifikasi. Stratifikasi dibuat berdasarkan tingkat usia, tingkat pendidikan dan pengetahuan, tingkat sosial ekonomi, dan pekerjaan, berdasarkan tempat tinggal, dan lain sebagainya. Salah satu arti hikmah berdakwah adalah kemampuan untuk mengenal dan golongan dan kondisi sasaran dakwah, bahkan Rasulullah Saw menyatakan “bawahsannya kami diperintahkan untuk menyampaikan ajaran Islam sesuai dengan kemampuan akal manusia”.

Menurut hadis ini, kita kita harus mengemas pesan dakwah sesuai karakter komunikan dengan sistem sosial yang berlaku dalam suatu masyarakat. Kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dan komunikasi menyebabkan terjadinya interaksi sosial. Agar dakwah bersifat komunikatif, seorang da'i memerlukan pengetahuan tentang gejala-gejala sosial atau tingkah laku manusia dalam sosio kulturenya dan seberapa jauh keyakinan agama mempengaruhi tingkahlakunya. Oleh karena itu dakwah bersinggungan langsung dengan beberapa disiplin ilmu, antara lain komunikasi, sosiologi, psikologi sosial, psikologi agama di samping ilmu agama lainnya.

Dalam hal ini penggunaan media dakwah tidak lepas dari usaha para

⁴ Al-Isra (17):81

Da'i untuk menyampaikan dakwah yang efektif, yang dilakukan melalui media elektronik, seperti radio dan televisi, surat kabar, dan lain-lainnya. Radio sebagai salah satu hasil kemajuan teknologi komunikasi, harus digunakan sebaik mungkin. Karena penggunaan radio untuk kepentingan dakwah Islam selama ini menunjukkan bahwa teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk kepentingan agama Islam. Dakwah yang dilakukan melalui media radio mempunyai nilai lebih, hal ini disebabkan adanya faktor-faktor yang dimiliki radio, yang sifatnya sangat menguntungkan bagi pendengarnya yaitu radio mempunyai daya tarik yang kuat. Di samping itu radio juga memiliki kekuatan yang lebih menguntungkan bagi pendengarnya, siaran yang dapat dinikmati dalam segala situasi dan kondisi, seperti dapat didengar sambil makan, sambil tiduran dan sambil belajar bahkan sambil mengemudikan mobil.

Maju mundurnya Islam tergantung kepada upaya intensitas dakwah yang sistematis, hal ini tercipta bila didukung oleh perangkat sarana dan prasarana yang memadai, diantara sarana dakwah media masa termasuk radio. Dakwah adalah kegiatan komunikasi yang dapat dilakukan melalui lisan seperti, ceramah, khutbah, dan pidato, tetapi juga dapat melalui tulisan seperti surat kabar, majalah, buku-buku dan bulletin, serta dapat juga dengan melalui media elektronik seperti radio, televisi, dan film. Radio sebagai media komunikasi elektronik mempunyai prospek yang sangat strategis dalam era informasi, sebagai proses *Transfer Of Value* sebab radio merupakan salah satu media informasi yang luas dan jauh.

Radio Kartika adalah salah satu radio yang ada di kabupaten Jombang , Jawa Timur. Dalam kesehariannya Radio Kartika mempunyai program acara yang berbeda-beda. Selain acara hiburan (musik), Radio kartika juga mempunyai program berita ataupun sering mengadakan program tanya jawab sekitar permasalahan pemerintah daerah yang di sajikan dalam acara “Jombang Hari Ini”. Yang tidak kalah pentingnya radio kartika juga menyajikan siaran tentang dakwah Islam.

Dalam menyiarkan program dakwah Islam, Radio Kartika mempunyai waktu-waktu tertentu, yaitu menjelang azdan magrib dan pagi hari sesudah sholat subuh. “Tholabul ‘Ilmi “ merupakan, salah satu acara keagamaan yang di siarkan oleh Radio Kartika Jombang. Acara yang di asuh oleh H imron Djamil ini mempunyai cara tersendiri untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Melalui kajian kitab Al-Hikam karangan *Ibnu Atho’illah As-Sakandary*, H Imron Jamil mencoba menyampaikan pesan yang terdapat dalam kitab tersebut tentunya dengan cara dan metode yang berbeda serta menggunakan bahasa yang mudah di pahami.

Dalam menyampaikan pesan dakwahnya, H Imron Djamil selalu menggunakan bahasa jawa dan membumbuhinya dengan humor-humor yang bersifat membangun. Walaupun acara “Tholabul ‘Ilmi” masih berusia muda, namun mendapat respon yang sangat besar di kalangan masyarakat Jombang. Hal inilah yang menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian terhadap acara” Tholabul ‘Ilmi” yang di asuh oleh H Imron Djamil.

C. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Proses Komunikasi (yang terwujud dalam unsur-unsur proses komunikasi) pada program acara Tholabul ‘Ilmi berlangsung?

D. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui proses komunikasi dakwah yang dilakukan oleh KH Imron Djamil dalam mengajak masyarakat Jombang dalam ajaran Islam yang sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah Rasul melalui acara “Tholabul ‘Ilmi” yang disiarkan radio Kartika.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Dari hasil penelitian ini penulis berharap agar tulisan dapat berguna sebagai :

1. Sumbangan pemikiran penulis berkaitan dengan bagaimana mengemas pesan dakwah melalui radio dan memberikan performa yang baru dalam berdakwah dengan menggunakan teknologi yang sedang berkembang saat ini.
2. Sebagai acuan praktis yang mengajarkan bagaimana memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai media berdakwah dengan tidak meninggalkan tradisi lama dalam berdakwah. Seperti filosofi NU⁵ “*al*

⁵ Membaca NU Studies, disampaikan oleh Machasin dalam acara bedah buku NU Studies, 2007

muhafazah 'ala al-qodim al salih wa-l-akhz bi-jadid al-aslah"

F. TELAAH PUSTAKA

Berdasarkan studi pustaka yang dilakukan penulis, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai Komunikasi Dakwah yang mana penelitian ini guna mengetahui sejauh mana materi dakwah dapat diterima oleh *mad'u* (obyek dakwah).

Pada tahun 2005 pernah dilakukan penelitian tentang komunikasi dakwah oleh Veronika Lystiarini dengan judul "*Komunikasi Dakwah Dalam Ruubrik Cerpen Majalah Rindang*". Dalam penelitian Veronika meneliti sejauh mana cerpen sebagai media dalam berkomunikasi sekaligus mengandung pesan-pesan yang bermuatan dakwah⁶. Dengan menggunakan metode kualitatif, yang menjadi objek penelitiannya adalah proses komunikasi dan pesan-pesan dakwah dan subyek adalah cerpen majalah rindang edisi Januari-Desember 2004. Ada beberapa poin yang penting dalam penelitian tersebut : *pertama*, penelitian tersebut menunjukkan adanya proses komunikasi dakwah dalam cerpen yang mengacu pada materi pesan dakwah. *Kedua*, adanya pesan-pesan dakwah dalam setiap isi cerpen dan pesan tersebut muncul pada saat terjadi konflik. Dalam hal ini konflik yang dimaksud adalah konflik pribadi antar tokoh dalam setiap cerpen. Serta pesan dakwah yang muncul saat konflik terjadi adalah seputar aqidah, ibadah maupun akhlak, sehingga pesan-pesan yang berada didalamnya berfungsi secara

⁶ Veronica lystiarini, "*Komunikasi Dakwah Dalam Ruubrik Cerpen Majalah Rindang*" skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2005

maksimal.

Penelitian karya Muh Sholihin Hamdani dengan judul “*Komunikasi, Dakwah Badan Koordinasi TPA-TQA Terhadap Ustadz/Ustadzah TPA-TQA Di Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten*” menggunakan metode penelitian yang bersifat kualitatif dengan tujuan, penelitian tersebut adalah untuk mengetahui metode dan materi komunikasi dakwah badan koordinasi TPA-TQA terhadap para Ustadz/Ustadzah TPA-TQA⁷.

Ada beberapa poin yang dapat di simpulkan dalam penelitian ini, *pertama*: materi komunikasi dakwah dalam aktivitas BADKO TPA-TQA memfokuskan pada peningkatan kemampuan dengan menguasai materi-materi dalam dunia TPA-TQA, *kedua*: para ustadz/ustadzah harus menguasai teknik-teknik atau metode-metode yang membuat para santri tertarik, *ketiga*: meningkatkan kemampuan para ustadz/ustadzah dengan memberikan materi metodologi pengajaran IQRA’ serta metode BCM (bermain, cerita dan menyanyi) adalah upaya memvotivasi para ustadz/ustadzah agar mampu menanamkan nilai aqidah dan akhlak kepada santri dengan cara yang digemari anak-anak.

S Purnamasari pada tahun 2005. Dengan penelitian yang dilakukan berjudul “*Komunikasi Dakwah Aktivitas Takmir Masjid*“. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian tersebut dinyatakan bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan takmir masjid meliputi aktivitas dakwah

⁷ Muh Sholihin Hamdani “*Komunikasi, Dakwah Badan Koordinasi TPA-TQA Terhadap Ustadz/Ustadzah TPA-TQA Di Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten*”. skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2005

bil hal dan aktivitas dakwah bil lisan pada jama'ah Desa Bangunharjo periode 2001-2003. Bila dikaitkan dengan komunikasi dakwah, terdapat beberapa unsur-unsur komunikasi diantaranya, yang menjadi pelaku komunikasi adalah da'i kemudian komunikannya adalah jama'ah sedangkan pesannya (materi dakwah) adalah aqidah, syari'ah dan metodenya adalah dialog dan media⁸.

Sementara itu, penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Bonang Jaladri pada tahun 2005 dengan judul “ *Komunikasi Dakwah Politik Partai Keadilan Sejahtera Kabupaten Klaten Di Jawa Tengah*” dalam penelitian tersebut peneliti menggambarkan tentang unsur-unsur komunikasi dakwah politik Partai Keadilan Sejahtera serta pola komunikasi dakwah politik yang dilaksanakan oleh Partai Keadilan Sejahtera di Kabupaten Klaten. Bentuk komunikasi yang dipergunakan adalah persuasif politik dalam bentuk-bentuk kegiatan seperti : TOP (*Training Orientasi Partai*) TRP (*Ta'lim Rutin Partai/ Ligo*) Training Kader dan Daurah. Tabligh akbar juga merupakan bentuk komunikasi dakwah politik yang dipergunakan ketika akan menghadapi pemilu⁹.

Dari beberapa telaah yang sudah dilakukan peneliti, peneliti memandang pentingnya riset mengenai komunikasi dakwah dalam radio, karena masih langkahnya penelitian yang membahas tentang komunikasi dakwah yang menggunakan media elektronik (radio). Selain itu penelitian

⁸ S Purnamasari, *Komunikasi Dakwah Aktivitas Takmir Masjid*, skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2005

⁹Bonang Jaladri, “ *Komunikasi Dakwah Politik Partai Keadilan Sejahtera Kabupaten Klaten Di Jawa Tengah*” skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2005

yang akan dilakukan yaitu penelitian “Komunikasi Dakwah Tholabul ‘Ilmi Di radio Kartika Jombang Jawa Timur” yang menggunakan bahasa Jawa di Radio Kartika menjadi sangat menarik karena ingin mengkaji bagaimana bahasa dan budaya lokal sangatlah penting untuk mencapai komunikasi yang efektif.

G. LANDASAN TEORI

1. Tinjauan Tentang Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama makna*. Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan yang dianut secara sama¹⁰.

Dalam buku Komunikasi Yang Efektif, *James G Robbin dan Barbara S. Jones* mendefinisikan komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang, yang mengandung arti atau makna perbuatan penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lainnya. Lebih jelasnya, suatu pemindahan atau penyampaian informasi, mengenai fikiran dan perasaan-

¹⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007)hal 46

perasaan.¹¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa “komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media,” yang dapat disimpulkan tujuannya adalah memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau perilaku (*behavior*).

b. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau pekerjaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain. Proses komunikasi terjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder.¹²

Secara *primer* proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang dapat berupa bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna dan lain-lain.¹³

Berdasarkan paparan di atas dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut, yakni lambang-lambang dengan perkataan lain, pesan (message) yang disampaikan oleh

¹¹ James G. Robbins dan Barbara S. Jones, *Komunikasi Yang Efektif*, (Jakarta, Pedoman Ilmu Jaya, 1986) hal 1

¹² Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* (Bandung Remaja Karya, 1984) hal 14

¹³ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003) hal 33

komunikator kepada komunikan terdiri atas isi (*content*) dan lambang (*symbol*).

Seperti yang telah diterangkan di muka, media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang. Seperti telah disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan setara (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan.

Secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.¹⁴

Seperti yang telah disebutkan di atas, suatu komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seorang komunikator (sumber/encoder) kepada komunikan (decoder). Sebuah proses komunikasi sudah pasti mengandung beberapa komponen serta elemen yang sangat mempengaruhi kelangsungan serta kelancaran proses yang berlangsung itu sendiri. Syarat utama bahwa komunikasi dapat dipahami adalah bahwa lambang-lambang di beri arti yang sama oleh pemakai lambang dan penerima lambang.

¹⁴ *Ibid* hal37

Menurut onong uchjana effendi¹⁵, proses komunikasi bermedia atau komunikasi bermedia (mediated communication), adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana lain untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan banyak jumlahnya. Adapun saluran atau sarana komunikasi tersebut adalah surat kabar, telepon dan lain sebagainya. Stasiun radio merupakan salah satu sarannya.

Banyak model-model komunikasi massa yang digunakan dalam praktek komunikasi sekarang ini. Sekian banyak model komunikasi namun hanya beberapa yang sesuai dan digunakan dalam proses komunikasi di media massa khususnya media radio. Pada penelitian komunikasi dakwah Tholabul 'Ilmi di radio kartika Jombang, peneliti melihat acara Tholabul 'Ilmi merupakan salah satu media dakwah yang mempunyai peran besar terutama dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman keagamaan. Berbicara mengenai pesan-pesan dakwah dalam acara Tholabul 'Ilmi tentu tidak lepas dari hubungan antara sumber informasi/komunikator, pesan, komunikan, hambatan, serta saluran yang menjadikan satu rangkaian sebagai penguat pengaruh media komunikasi dan cara-cara komunikasi dalam proses komunikasinya.

Adapun penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Shanon dan Weaver yaitu *The Mathematical Theory Of Communication*

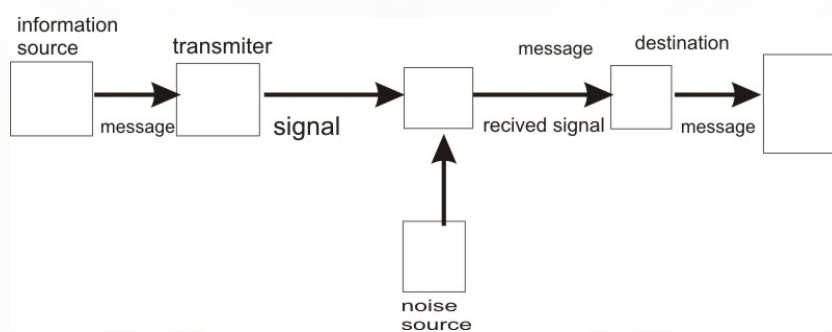
Teori matematikal ini acapkali disebut model Shanon dan Weaver sebab teori komunikasi yang muncul pada tahun 1949

¹⁵ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1984) hlm 9

merupakan perpaduan gagasan *Claude E. Shanon* dan *Warrn Eaver*. Adalah shanon yang pada tahun 1948 mengetengahkan teori matematik dalam komunikasi permesinan (*enginerring communication*) yang kemudian bersama warren pada tahun 1949 ditetapkan pada proses komunikasi manusia (*human communiction*)¹⁶.

Pada model ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Suatu konsep yang paling penting pada model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan¹⁷.

Model matematikal dari Shanon dan Weaver itu menggambarkan komunikasi sebagai proses linier. Alasan memilih teori ini sebab *The Mathematical Theory Of Communication* ini cukup mewakili untuk menggambarkan terjadinya proses komunikasi melalui komponen komponen yang terdapat pada teori tersebut. Pada gambar ini dapat terlihat komponen-komponen komunikasi yang dimiliki oleh teori model Shanon dan Weaver.



TEORY MATEMATIKAL SHANON DAN WEAVER

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Sakti, 2003) hlm 257.

¹⁷ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bansung : Remaja Rosdakarya, 1995) hlm 138

Gambar menunjukkan bahwa sumber informasi (*information source*) memproduksi sebuah (*message*) untuk dikomunikasikan. Pesan tersebut terdiri dari kata-kata lisan, musik, gambar dan lain-lain. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi isyarat (*signal*) yang sesuai bagi saluran yang akan dipergunakan. Saluran (*chanel*) adalah media yang menyalurkan isyarat dan pemancar kepada penerima (*receiver*). Penerima melakukan kebalikan operasi yang dilaksanakan pemancar, yakni merekonstruksi pesan dari isyarat. Tujuan (*destination*) adalah orang atau benda kepada siapa atau kepada apa pesan ditujukan¹⁸.

Dari gambar di atas, dapat kita pahami bahwa yang ada dalam proses komunikasi yaitu sumber informasi/ komunikator sebagai penyampai pesan, saluran/ media, komunikan sebagai penerima pesan, gangguan dan efek sebagai hasil dari tujuan (*destination*).

c. Komponen-komponen komunikasi

Pada setiap model komunikasi mempunyai unsur-unsur yang menjadi satu rangkaian dalam terciptannya proses komunikasi. Proses komunikasi dalam acara Tholabul 'Ilmi ini dapat melihat komponen-komponen yang melingkupinya untuk mencermati proses yang terjadi. Dalam hal ini untuk mencermati proses komunikasi menggunakan komponen-komponen komunikasi yang terdapat pada teori Shanon dan Weaver yaitu :

1) Komunikator (*source*)

Komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator dalam bentuk komunikasi lain. Komunikator disini meliputi jaringan, stasiun lokal, direktur, staf teknis yang berkaitan dengan sebuah acara. Jadi yang dimaksud komunikator dalam hal ini

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Sakti, 2003) hlm 258.

adalah gabungan dari berbagai individu dalam sebuah lembaga media massa khususnya radio. Dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya mempunyai ciri sebagai berikut :

a) Ciri-ciri komunikator

- (1) Kumpulan individu, yang dimaksud dengan kumpulan individu adalah individu-individu yang tergabung dalam satu bagian lembaga media massa memiliki kredibilitas yang menjadi faktor pendukung seorang komunikator dalam komunikasi.

Komponen kredibilitas komunikator :

- (a) *Authority*, otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman
 - (b) *Good Sense, pendengar* menyukai (dan akhirnya menerima) gagasan yang dikemukakan oleh pembicara yang dipandang objektif.
 - (c) *Good character, termasuk* akhlak yang baik adalah kejujuran, integritas, ketulusan.
 - (d) *Good Will, komitmen* yang ditunjukkan dengan kesediaan untuk *memberikan* informasi tambahan, bila khalayak memerlukan.
 - (e) *Dinamisme, adalah* ekspresi fisik dari komitmen psikologi terhadap topik¹⁹.
- (2) Dalam berkomunikasi individu-individu itu terbatas perannya dengan sistem media massa
- (3) Pesan yang disebarkan atas nama media yang bersangkutan dan bukan atas nama pribadi unsur-unsur yang terlibat.

b) Sifat komunikator

Karena media massa adalah lembaga atau organisasi, maka

¹⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Dalam Pendekatan* (Bandung : remaja rosdakarya, 2007), hlm 74-75

komunikator pada komunikasi massa seperti : wartawan, sutradara, penyiar radio atau penyiar televisi, adalah komunikator yang terlembagakan (institutionalized communicato)²⁰. Seorang komunikator harus memiliki sifat-sifat antara lain²¹.

- (1) Tidak boleh terlalu otokratis
- (2) Harus dapat menguasai aspirasi masyarakat/ komunikan
- (3) Mendelegasikan dan membagi tanggung jawab
- (4) Penuh inspiratif
- (5) Mengahrgai kemampuan orang lain
- (6) Mawas diri

2) Pesan (message)

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator yang didalamnya berupa informasi yang disampaikan kepada komunikan. Dalam berkomunikasi hal yang pokok adalah dimana pesan mampu diterima dengan baik oleh komunikan melalui penyampaian yang baik dan benar oleh seorang komunikator.

Pesan mempunyai inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panang lebar mengupas berbagai segi, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah pada kepada

²⁰ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002) hlm 53.

²¹ Widjaja, *Ilmu komunikasi, Pengantar Studi* (Jakarta : Rineka Cipta, 2000) hlm 58

tujuan akhir komunikasi itu²².

Pesan dalam komunikasi memiliki arti yang penting dimana sebuah pesan mencoba untuk mempengaruhi dan mengubah sikap dan juga tingkah laku seorang komunikan sehingga memiliki kesamaan persepsi atau pandangan. Ada beberapa bentuk pesan yang biasa digunakan dalam komunikasi diantaranya :

a) Bentuk pesan : Informatif, Persuasif dan Koersif.

(1) Informatif

Bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta-fakta) kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya : jika audiens adalah kalangan cendekiawan.

(2) Persuasif

berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini atas kehendak sendiri (bukan dipaksa). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

(3) Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Bentuk

²² *Ibid.* hlm 32

yang terkenal dari penyampaian model ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik (khalayak). Koersif dapat berbentuk perintah-perintah, intruksi dan sebagainya.

b) Sifat pesan

Sifat pesan melalui media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk sekelompok orang tertentu. Karena pesan melalui media massa sifatnya umum, maka sifatnya menjadi *universal*, mengenai segala hal, dan dari berbagai tempat diseluruh jagad. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (*transient*), hanya untuk sajian seketika. Pesan melalui radio hanya sekilas sampai ditelinga pendengar, lalu hilang diganti oleh pesan lain²³.

c) Metode penyampaian pesan

Melalui lisan, tatap muka, langsung atau menggunakan media/ saluran

d) Merumuskan pesan yang mengena²⁴

Pesan yang disampaikan harus tepat, pesan-pesan yang mengena harus memenuhi syarat-syarat :

(1) Umum

Berisikan hal-hal yang umum dipahami oleh audiensi/

²³ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, hlm 53

²⁴ Widjaja, *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*, (Jakarta : Rieneka Cipta. 2000) hlm 33

komunikasikan, bukan soal-soal yang Cuma berarti atau dipahami oleh seorang atau kelompok tertentu.

(2) Jelas dan Gamblang

Pesan haruslah jelas dan gamblang, tidak samar-samar. Jika mengambil perumpamaan hendaklah perumpamaan yang senyata mungkin untuk tidak ditafsirkan menyimpang dari yang kita maksudkan, maka pesan tersebut harus benar-benar jelas.

(3) Bahasa yang jelas

Sejauh mungkin hindarilah menggunakan istilah-istilah yang tidak dipahami oleh audiens dan komunikan. Situasi daerah dan kondisi dimana berkomunikasi tentulah tidak sama antara satu daerah dengan daerah yang lain.

(4) Positif

Secara kodrati manusia selalu tidak ingin mendengar dan melihat hal-hal yang tidak menyenangkan dirinya. Oleh karena itu setiap pesan agar diusahakan/ diutarakan dalam bentuk positif. Kemukakan pesan untuk lebih mendapatkan simpati dan menarik

(5) Seimbang

Pesan yang disampaikan hendaklah tidak ekstrim dan tidak selalu menentang (mempertentangkan dua kutub yang berbeda) yang baik dan buruk.

(6) Sesuaikan dengan keinginan komunikan

Orang-orang yang menjadi sasaran/ komunikan dari komunikasi yang kita lancarkan selalu mempunyai keinginan-keinginan atau kepentingan-kepentingan tertentu. Dalam hal ini kounikator dapat menyesuaikan dengan keadaan, waktu dan tempat.

3) Komunikan (*Audience*)

Komunikan adalah penerima pesan, sedangkan *Audience* yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, ribuan pendengar radio, pembaca buku atau ratusan pembaca jurnal ilmiah.

Menurut hiebert dan kawan-kawan dalam buku komunikasi massa karangan naruddin menyebutkan setidaknya-tidaknya ada lima karakteristik, yaitu²⁵:

- a) *Audience*, cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagai pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka. Individu-individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran
- b) *Audience*, cenderung besar,. Luas dan ini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun ukuran luas inisiatifnya bisa jadi relatif. Sebab, ada media tertentu yang khlayanya banyak, ada yang mencapai ribuan dan jutaan.

²⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada 2007) hlm 55

Baik ribuan atau jutaan itu tetap bisa disebut *Audience* meskipun jumlahnya berbeda. Tetapi, perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi tak ada ukuran pasti tentang luasnya *Audience* itu.

- c) *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu punya sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada.
- d) *Audience* cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain.
- e) *Audience* secara fisik dipisahkan dari komunikator.

4) Chanel/ Saluran

Chanel adalah saluran penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan media. Unsur pada saluran menyangkut semua peralatan mekanik yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan komunikasi massa. Tanpa saluran ini pesan-pesan tidak dapat menyebar secara luas, cepat dan simultan. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah surat kabar, majalah, radio film televisi, dan internet. Yang dipelajari disini bukan aspek-aspek teknis dari media itu, melainkan aspek psikologi sosialnya. Contohnya, kapasitas dan ciri-ciri dari masing-masing dalam membawakan pesan-pesan komunikasi, fungsi, dan peranannya dalam kehidupan sosial psikologi masyarakat, serta efek yang ditimbulkan²⁶

Pada media radio keseluruhan sistem gelombang yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di rumah merupakan saluran yang membantu komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Adapun proses siaran disebuah radio meliputi, pra produksi, produksi dan pasca produksi.

5) Gangguan (noise)

Gangguan dalam saluran komunikasi massa biasanya selalu ada.

²⁶ Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta : Grasindo, 2006), hlm 7

Di dalam media gangguan berupa sesuatu hal, seperti kesalahan gambar tidak jelas pada televisi, gangguan gelombang radio, baterai yang sudah aus. Kenyataan, semakin kompleks teknologi yang digunakan masyarakat, semakin besar munculnya gangguan.

Acapkali kita alami dalam komunikasi, lain yang dituju tapi lain yang diperoleh. Dengan perkataan lain apa yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan. Hal ini disebabkan adanya hambatan-hambatan, terutama adalah :

(a) Hambatan bahasa (*language facto*)

Pesan akan disalah artian sehingga tidak mencapai apa yang diinginkan, apabila bahasa yang digunakan tidak dipahami oleh komunikan. Termasuk dalam pengertian ini penggunaan istilah-istilah yang mungkin dapat diartikan berbeda atau tidak dimengerti sama sekali. Demikian juga kita menggunakan istilah-istilah yang ilmiah tapi belum merata (baku) seperti dampak, kendala, canggih, rekayasa dan sebagainya. Namun dalam komunikasi hal-hal seperti sering terlontar dengan tujuan lain, atau sekedar penonjolan diri dan pengalihan perhatian.

(b) Hambatan teknis (*noiser faktor*)

Pesan dapat tidak utuh diterima komunikan karena gangguan teknis. Msalnya suara tidak sampai karena pengeras suara rusak, bunyi-bunyian, halilintar, lingkungan yang gaduh dan lain-lain. Salah satu cara untuk mengatasi gangguan gelombang pada radio dengan meningkatkan

kualitas teknologi yang digunakannya²⁷.

6) Efek (*delayed feed back*)

Umpan balik merupakan bahan yang direfleksikan kepada sumber/komunikator setelah dipertimbangkan dalam waktu tertentu sebelum dikirimkan²⁸. Efek yang dihasilkan dari media radio tidak langsung dapat diketahui oleh komunikator, efeknya tertunda. Dalam hal ini komunikator dalam jangka waktu tertentu dapat mengetahui efek yang terjadi pada komunikan dan tidak langsung dapat diketahui seperti komunikasi tatap muka.

Steve H. Chaffe melihat efek media massa dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yaitu :

- (1) Efek kognitif, yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami, atau diapresiasi khalayak, efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan dan informasi.
- (2) Efek efektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, efek ini berhubungan dengan emosi, sikap dan nilai
- (3) Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan

²⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta :Raja Grafindo Persada), hlm 114

²⁸ *Ibid*, hlm 109

berperilaku²⁹.

2. Tinjauan Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah aktivitas menyeru manusia kepada hidayah Allah dan mencegah mereka dari yang sebaliknya. Satu hal yang perlu digaris bawahi, bahwa subyek maupun objek utama dari dakwah adalah manusia. Sehingga dalam setiap pembahasan mengenai dakwah, faktor manusia tidak bisa tidak harus disertakan.

Dakwah, secara bahasa (*etimologi*) berarti jeritan, seruan atau permohonan.³⁰ Sedangkan dari segi istilah definisi dakwah adalah suatu aktifitas yang mendorong manusia untuk memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana agar mereka mendapat kesejahteraan dan kebahagiaan didunia dan akhirat.³¹

Menurut Achmad Mubarak, dakwah adalah pekerjaan mengkomunikasikan pesan Islam kepada manusia. Secara lebih operasional, dakwah adalah mengajak atau mendorong manusia kepada tujuan yang definitif yang rumusannya bisa diambil dari al-qur'an dan hadist, atau dirumuskan oleh da'i, sesuai dengan ruang lingkup dakwahnya³².

²⁹ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2005) hlm 219

³⁰ Sayid Muhammad Nuh, *Dakwah Fardiyah*, (Solo: Era Intermedia, 2000) hal 13

³¹ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1967) hal 11

³² Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah Mengajak Secara Persuasive*, dalam pengantar buku Psikologi Dakwah, Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, Jakarta, Prenada Media, 2006

Dalam bukunya *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar*, M Arifin mendefinisikan dakwah merupakan kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran sikap penghayatan serta pengamalan terhadap suatu ajaran agama sebagai mesagge yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan³³.

Dari definisi-definisi tersebut dapat penulis simpulkan bahwa dakwah adalah usaha manusia dalam mengajak kejalan yang diridhoi allah SWT dengan cara yang bijaksana agar tercapai kebahagiaan didunia dan akhirat.

Dakwah adalah hukumnya wajib bagi setiap Muslim, hal ini sesuai dengan firman allah SWT dalam surat Ali-Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: *Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung*³⁴.

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa aktifitas berdakwah Islamiyah

³³ H.M Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2004)hal6

³⁴ Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang CV Asy Syifa' 1999

merupakan kegiatan yang didasari semangat (anjuran) alqur'an dan kita pun sudah tahu bahwa melaksanakan yang wajib akan mendapat ganjaran pahala dan kalau ditinggalkan maka akan mendapat dosa.

b. Subjek Dakwah

Dalam bukunya *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, Mansyuhur Amin mendefinisikan subyek dakwah adalah setiap orang yang menyatakan sepenuh hati bahwa dirinya pemeluk agama Islam maka sekaligus ia memikul suatu kewajiban untuk melaksanakan dakwah Islam baik secara langsung maupun tidak langsung.³⁵

Fungsi dakwah Islam adalah menyebarkan agama Islam beserta ajaran-ajaranNya kepada orang lain. Dan berdakwah merupakan kewajiban setiap Muslim, melakukan amar ma'ruf nahi munkar, jadi setiap Muslim adalah da'i, karena sudah menjadi kewajibannya.

c. Obyek Dakwah

Obyek dakwah sangatlah luas, ia adalah masyarakat yang lahir dengan beraneka latar belakang dan kedudukan yang berbeda.

Toha Yahya Umar mendefinisikan obyek dakwah adalah mencakup seluruh lapangan ilmu pengetahuan asalkan berguna untuk masyarakat dan kemanusiaan sepanjang yang tidak bertentangan dengan dasar-dasar yang tertera dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.³⁶

³⁵ Mansyuhur Amin, *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*, (Yogyakarta; Al-Amin Press, 1997)

³⁶ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, op.cit, hal 39

Dalam hal ini yang dimaksud obyek dakwah adalah masyarakat sebagai penerima dakwah, sasaran dakwah atau kepada siapa dakwah itu ditujukan, merupakan kumpulan dari individu dimana materi dakwah akan disampaikan dan tiap-tiap individu akan mempunyai cara-cara yang berbeda dalam menerima dakwah karena masing-masing mempunyai daya tangkap yang berbedapula. Untuk itu seorang juru dakwah harus mempelajari dan menyelidiki terlebih dahulu keadaan masyarakat yang akan dijadikan sebagai obyek dakwah.

a. Materi Dakwah

Materi dakwah ialah pesan-pesan yang disampaikan dalam kegiatan dakwah. Materi dakwah ini adalah ajaran-ajaran agama Islam. Ajaran-ajaran Islam inilah yang wajib disampaikan kepada umat manusia dan mengajak mereka agar mau menerima dan mengikutinya³⁷.

Secara garis besar, materi dakwah dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1) Keyakinan dan Aqidah

Akidah ini merupakan fondamen bagi setiap muslim. Akidah inilah yang menjadi dasar dan yang memberikan arah bagi hidup dan kehidupan seorang muslim³⁸.

Aqidah sendiri adalah keyakinan hidup yakni iman yang bertolak

³⁷ Mansyur Amin, "*Metoda Dakwah Islam Dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktivitas Keagamaan*" (Yogyakarta: sumbangsih, 1980)hal17.

³⁸ *Ibid*

dari hati, meliputi ketahuidan yaitu iman kepada allah, iman kepada malaikat, iman kepada kitab suci, iman kepada hari kiamat, iman kepada qada' dan qadar.

2) Hukum-Hukum Islam

Hukum-hukum itu merupakan peraturn-peraturan atau sistem-sistem yang disyari'atkan oleh allah swt untuk umat manusia, baik secara terperinci maupun pokok-pokok saja, kemudian Rasulullah memberikan keterangan dan penjelasan³⁹.

Adapun hal yang meliputi hukum-hukum Islam diantaranya

1. Ibadah yaitu hubungan langsung antara manusia dengan allah secara vertical yang tata cara dan upacaranya sudah ditentukan secara terperinci didalamnya, termasuk sholat, puasa, zakat, haji.
2. Mu'amalah yaitu norma yang mengatur hubungan manusia dengan sesamanya dan dengan alam sekitarnya secara horizontal⁴⁰

3) Akhlak⁴¹.

Akhlak atau moral merupakan pendidikan jiwa agar jiwa seseorang dapat bersih dari sifat-sifat yang tercela dan dihiasi dengan sifat-sifat

³⁹ *Ibid* hal 18

⁴⁰ Ahmad Zaki Yamani, Syari'at *Islam Yang Kekal Dan Persoalan Masa Kini* (Jakarta: PT Intermasa, 1977) hal 14

⁴¹ Asmuni syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya; Al-ikhlas, 1984) hal

terpuji, seperti rasa persaudaraan dan saling tolong-menolong antar sesama manusia, sabar, tabah, belas kasih dan sifat-sifat terpuji lainnya.

Dalam memberi materi dakwah, harus diperhatikan kondisi obyek dakwah. Tentu saja yang ditujukan pada kelompok masyarakat umum akan berbeda dengan yang ditujukan pada anak-anak dan pelajar. Agar materi dakwah dapat diterima dengan baik ada baiknya kalau mengenalkan /mengetahui latar belakang pendidikan, stastus sosial, ekonomi dari obyek dakwah. Selain itu seorang mubaligh harus memiliki pengetahuan yang dalam mengenal dakwah dengan jalan selalu belajar dan mencari wawasan.

b. Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat dakwah untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya⁴². Dengan demikian media dakwah dapat diartikan segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.

c. Metode Dakwah

Dakwah tidak hanya mempergunakan lisan atau tulisan, akan tetapi akan mempergunakan gambar dan gambar yang hidup, seluruh indera

⁴² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1984) hal163

manusia yang bisa menimbulkan persepsi akan menjadi menjadi sasaran dakwah, sebab tujuan dakwah adalah akan merubah manusia sesuai dengan pola yang diberikan dakwah⁴³.

Dalam hal ini penggunaan metode sangatlah penting, agar tidak terjadi kesalahan dalam menjalankan tujuan atau cita-cita dakwah tersebut. Metode dakwah merupakan cara atau jalan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri. Metode dakwah mencakup seluruh aktifitas kehidupan, karena kaum Muslimin dengankemampuan yang ada pada dirinya, bisa menjadikan setiap amal yang diperbuat dan setiap aktivitas yang dilaksanakan sebagai jalan untuk berdakwah menuju jalan yang lurus⁴⁴.

Dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan metode-metode:

1) Dengan Hikmah

Dengan hikmah yaitu metode untuk melakukan suatu langkah atau tindakan yang bermanfaat, efektif, bijaksana dan tepat pada sasaran. Pandai memilih waktu, mampu menyelesaikan dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

2) Dengan nasehat yang baik

Nasehat yang baik adalah bentuk nasehat yang seluruhnya berdasarkan atas garis agama Islam. Nasehat yang baik disini menyangkut dalam bentuk amar ma'ruf nahi munkar yaitu

⁴³ Syafa'at Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, (Jakarta wijaya 1982)hal152

⁴⁴ Sayid Muhammad Nuh, *Dakwah Fardiyah*, op.cit hal 26

memberi nasehat agar melaksanakan apa yang diperintahkan oleh agama dan menjahui apa yang dilarang oleh agama.

3) Dakwah dengan berdiskusi

Adalah dakwah dengan bertukar pikiran untuk mendorong berfikir secara benar atau dengan argumen yang kuat lagi benar. Biasanya metode ini ditujukan kepada sasaran dakwah yang lebih tinggi tingkat pemahaman makna daripada dakwah sehingga dalam menghadapi segala sesuatu tidak hanya menerima begitu saja.

Ketiga metode tersebut dapat dikembangkan menjadi metode dakwah yang sangat bermanfaat bagi para da'i, dengan tidak melakukan penyimpangan dari ketentuan-ketentuan yang telah digariskan dalam al-qur'an. Hal ini termaktub dalam al-qur'an surat An-Nahl ayat 125 sebagai berikut :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“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 petunjuk⁴⁵ .

⁴⁵ An-Nahal (16)125

3. Tinjauan Tentang Komunikasi Dakwah

Pada dasarnya dakwah juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi (tabligh). Setiap Muslim, seperti juga Nabi saw, disuruh mengkomunikasikan ajaran Islam, betapapun saat itu pengetahuan nabi tentang Islam masih sangat sedikit. Komunikasi itu dapat terjadi secara lisan, maupun tulisan. Komunikasi juga dapat terjadi secara individual maupun massal. Komunikasi juga dapat terjadi antarpersonal, *face to face*, dapat juga melalui media. Media yang dipakai pun bermacam-macam. Ada media cetak, media elektronik maupun yang lain⁴⁶

Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan dengan visi dan misi dakwah. Hal ini sejalan dengan rumusan yang dikemukakan oleh pakar komunikasi, Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas, dimana seseorang (mubaligh/komunikator) menyampaikan pesan-pesan (*message*) yang bersumber atau sesuai dengan al qur'an dan sunnah dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan⁴⁷.

Jadi jika dilihat dari segi proses, komunikasi dakwah dengan komunikasi pada umumnya, hampir sama. Perbedaan keduanya terletak pada muatan pesannya, pada komunikasi sifatnya netral, sedangkan pada

⁴⁶ Andy Dermawan, dkk. (ed.), *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: LESFI, 2002)hal27-28

⁴⁷ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta : Gaya Media Pratama 1997), hal 49

dakwah terkandung nilai keteladanan dan kebenaran⁴⁸.

4. Tinjauan Tentang Radio

Radio adalah “ siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara, misal mendengarkan berita dan lain-lain⁴⁹. Pengertian radio menurut James Maxwell, radio adalah merupakan suatu gerakan magnetic yang dapat mengarungi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik⁵⁰.

Dalam proses komunikasi peran radio sebagai media publik adalah mewadai sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu informasi, pendidikan dan hiburan⁵¹. Tidak terpenuhinya salah satu dari tiga kebutuhan tersebut akan membuat radio kehilangan fungsi sosial, kehilangan pendengar, dan pada akhirnya akan digugat masyarakat sebab tidak berguna bagi mereka

Radio merupakan salah satu media elektronik modern yang banyak dikenal masyarakat. Dalam penyampaian pesan-pesan sangat jelas dan tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Oleh karena itu sangat memungkinkan bagi para da'i untuk menggunakan radio sebagai untuk

⁴⁸ Faizah dan Lalu Muchasin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006)hal 36

⁴⁹ Maman S Mahayana dkk, *Kamus Ungkapan Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1997)hal 257.

⁵⁰ Onong Uchjana Effendi, *Radio Siaran Teori Dan Praktek* op.cit hal 21.

⁵¹ Masduki, *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter Dan Penyiar*, (Yogyakarta: LkiS, 2006)hal 2.

menggunakan radio sebagai media dalam berdakwah, apalagi hal tersebut didukung dan dilindungi oleh pemerintah sesuai dengan keputusan menteri agama RI No 44 tahun 1978 yang menyatakan “ bahwa dakwah dan kuliah subuh melalui radio merupakan upaya penyampaian ajaran agama kepada masyarakat berfungsi dan bertujuan menyeru, mengajak umat beragama pada jalan yang benar dan memperkuat persatuan serta kesatuan bangsa guna meningkatkan amal dalam usaha bersama membangun masyarakat selaras dengan pengahyatan dan pengalaman pancasila”⁵².

Disamping itu radio juga mempunyai beberapa sifat yang menguntungkan, yaitu:

1. Radio Memiliki Daya Langsung

Dakwah melalui siaran radio, untuk mencapai sasarnya, yakni para pendengar, relatif mengalami proses yang kompleks. Setiap materi dakwah tinggal di ucapkan di depan corong radio sebanyak yang diinginkan. Pelaksanaanya pun berlangsung dengan mudah dan cepat.

2. Radio 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, dakwah lewat radio, dapat ditembusnya, selama dalam jangkauan pemancar.

3. Radio Memiliki Daya Tarik

⁵² Tuntunan *Praktis Penerangan Agama Islam* (Jakarta : Penerbit Multi Yasada CO, 1979)hal 50.

Faktor selanjutnya yang menjadikan radio tetap 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)⁵³.

Hal inilah yang menjadikan radio salah satu media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan⁵⁴. Radio memiliki kekuatan besar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar.

Dakwah yang dilakukan melalui radio akan menimbulkan efek umpan balik dari pendengar, proses umpan balik ini adalah tertunda karena tidak dapat diketahui secara langsung ketika penyiar selesai menyampaikan pesan, hal inilah yang harus diperhatikan komunikator. Sedangkan kelebihan radio adalah karakternya yang mempunyai daya langsung, daya tembus dan daya tarik. Sedangkan kelemahan radio yang harus diperhatikan komunikator adalah sifatnya yang sekilas dan tidak dapat diulang sehingga komunikator dituntut untuk benar-benar dalam mempersiapkan apa yang akan disampaikan seefektif mungkin, dengan keterbatasan waktu dan presentase penyiar mampu memberikan

⁵³ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* op.cit hal 139-143.

⁵⁴ Masduki, *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter Dan Penyiar*. Op.cit

kesan kepada pendengar.

H. METODE PENELITIAN

Metode artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya. Jadi metode penelitian adalah ilmu mengenai jalan yang dilewati untuk mencapai pemahaman. Jalan tersebut harus ditetapkan secara bertanggung jawab ilmiah dan data yang dicari untuk membangun/memperoleh pemahaman harus melalui syarat ketelitiannya, artinya harus dipercaya kebenarannya⁵⁵.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Dalam bukunya metode penelitian kualitatif, *Lexy Moleong* mengutip pendapat *Denzin* dan *Licln*, menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasa dimanfaatkan adalah, wawancara, pengamatan (observasi) dan pemanfaatan dokumen⁵⁶. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini, dikarenakan peneliti akan melakukan pengamatan bagaimana proses komunikasi berlangsung dalam program acara Tholabul 'Ilmi serta dampak program acara Tholabul 'Ilmi pada masyarakat Jombang dan sekitarnya.

⁵⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Bumi Aksara : Jakarta), hal 1-3

⁵⁶ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Remaja Rosdakarya : Bandung), hal

Ketetapan menggunakan metode dalam penelitian merupakan syarat utama dalam mengumpulkan data untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini :

1. Subyek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah Radio Kartika FM sebagai media elektronik yang menyiarkan program acara Tholabul 'Ilmi. Sedangkan Objek penelitian ini adalah proses komunikasi dakwah pada acara Tholabul 'Ilmi yang bermuatan pesan dakwah.

2. Metode pengumpulan data

Metode yang dimaksud disini adalah cara atau pola yang harus ditempuh untuk memperoleh data atau informasi yang diperoleh dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

- a. Interview

Interview adalah cara pengumpulan data melalui wawancara terhadap pihak-pihak yang terlibat di dalam program acara tholabul ilmi yang disajikan dalam bentuk pertanyaan.

Dalam penelitian ini digunakan interview bebas terpimpin. Dengan demikian sekalipun telah terikat dengan pedoman wawancara (interview guide) tetapi pelaksanaannya berlangsung dalam suasana tidak terlalu formal, harmonis dan terkesan tidak kaku⁵⁷.

Metode interview ini penulis gunakan untuk mendapatkan data tentang program cara tholabul ilmi, meliputi proses komunikasi dakwah

⁵⁷ Cholid narbuko dan H. abu achmadi, metodologi penelitian (Jakarta : PT Bumi aksara, 2003) hlm 23.

dan pesan dakwah kepada pendengar. Selain itu hal-hal yang terkait dalam acara tersebut.

b. Observasi

Menurut M Nasir observasi merupakan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa adanya pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut⁵⁸. Jadi observasi adalah suatu pengamatan yang khusus dan pencatatan yang sistematis ditujukan pada suatu atau beberapa masalah dalam penelitian dengan maksud untuk mendapatkan data yang diperlukan dan pemecahan persoalan yang dihadapi.

Adapun observasi yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah observasi non partisipan, yaitu peneliti tidak turut ambil bagian dalam kegiatan yang diteliti. Metode ini digunakan sebagai pelengkap dan penguat data yang telah diperoleh melalui metode sebelumnya.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk menyelidiki atau mencari data dari benda-benda tertulis seperti buku, majalah. Koran catatan harian dan sebagainya⁵⁹. Dalam penelitian kualitatif penggunaan dokumentasi atau data-data adalah sangat penting yaitu untuk mencari data primer atau sekunder.

Adapun dokumen yang penulis perlukan antara lain dokumentasi rekaman suara dalam acara Tholabul 'Ilmi berupa rekaman kaset yang disampaikan oleh da'i. Selain itu penulis juga menggunakan alat bantu

⁵⁸ M. Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998) hlm 212

⁵⁹ Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991) hlm202

berupa MP4 dan Walkman guna membantu dalam pengumpulan data.

3. Analisa Data

Tahap analisa data merupakan tahap yang penting dan menentukan. Pada tahap ini data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat di pakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

Metode yang penulis gunakan dalam hal ini adalah deskriptif kualitatif, artinya data yang diperoleh kemudian disusun dan digambarkan menurut apa adanya yaitu hanya merupakan penyingkapan fakta tanpa melakukan penguji hipotesa, semata-mata untuk memberi gambaran yang tepat dari suatu individu keadaan, gejala atau kelompok secara objectif berdasarkan kerangka yang telah dibuat, dengan ungkapan-ungkapan kalimat, sehingga dapat dijadikan kesimpulan yang logis terhadap permasalahan yang diteliti.

BAB IV

KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan

dari keseluruhan data yang telah dikumpulkan dan dianalisa, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara sederhana, komunikasi dakwah merupakan penyampaian pesan kepada orang lain atau khalayak banyak yang didasarkan pada ajaran-ajaran agama⁸⁴. Komunikasi dakwah dalam skripsi ini merupakan proses penyampaian pesan dakwah yang menggunakan kitab Al-Hikam sebagai sumber utama dan radio sebagai alat bantu dalam penyampaian pesan dakwah tersebut.
2. Acara Tholabul Ilmi selama ini dapat berjalan dibawah seorang da'i yang memiliki lima komponen kredibilitas yaitu, *Authority*, *Good Sense*, *Good character*, *Dinamisme* dan *Good Will*. Kelima kredibilitas tersebut sangat dibutuhkan oleh seorang komunikator untuk menyampaikan pesan yang menyangkut hal-hal yang sensitif yang berkaitan dengan agama. Hal ini menjadi sangat signifikan jika dibenturkan pada realitas keberagamaan ideologi masyarakat.
3. Acara Tholabul Ilmi yang disiarkan melalui radio kartika tidak ditemukan adanya hambatan baik berupa teknis maupun non teknis. Chanel atau saluran bukan hambatan yang ditemui oleh komunikan, begitu pula bahasa yang digunakan oleh komunikator, sehingga bahasa yang sesuai

⁸⁴ Yang dimaksud ajaran-ajaran agama disini adalah Al-Qur'an dan Al-Hadist

diterapkan pada target audience menjadi karakter penentu tersampainya pesan dengan baik dan lancar. Adapun bahasa yang dipergunakan dalam acara tafsir qur'an tersebut adalah bahasa Jawa.

4. Berdasarkan proses komunikasi yang berlangsung di dalam acara Tholabul 'Ilmi tersebut penulis dapat menyimpulkan bagaimana efek yang tercipta. Melalui kredibilitas tersebut, pesan yang berupa materi tentang tafsir qur'an dapat diterima oleh komunikan sehingga menimbulkan efek baik berupa penambahan pengetahuan, perubahan pemahaman sampai pada perubahan perilaku menjadi hal yang sangat signifikan peneliti dapatkan. Oleh sebab itu proses komunikasi di acara Tholabul 'Ilmi sudah berjalan dengan baik sehingga acara ini menciptakan audience yang memiliki intelektual yang tinggi.

B. Saran

1. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan Mahasiswa UIN

Radio merupakan salah satu hasil kecanggihan teknologi di abad yang modern ini. Perlu diketahui radio memiliki berbagai kelebihan untuk berkomunikasi meski tak sedikit pula kelemahannya. Dalam hal ini khususnya mahasiswa KPI yang notabennya arah jurusanannya adalah penyiaran, harus lebih banyak menguasai tentang dunia penyiaran khususnya yang berlandaskan agama islam

Komunikasi dakwah melalui media cetak merupakan proses komunikasi secara sekunder, sehingga proses umpan-balik yang tertunda menjadi konsekuensi bagi d'ai atau penulis. Untuk itu, dibutuhkan

perencanaan dan persiapan yang matang guna kelancaran proses komunikasi.

2. Tholabul 'Ilmi dan Radio Kartika

Setelah melihat perkembangan yang terjadi pada radio Kartika FM sekarang ini, penulis memandang perlu untuk menggambarkan keadaan yang terjadi pada radio tersebut yang berhubungan dengan acara tholabul 'ilmi, bahwa acara Tholabul 'Ilmi telah mendapatkan tanggapan yang cukup baik oleh masyarakat yang ada di kota Jombang dan sekitarnya. Hal ini dapat di buktikan dengan banyaknya pendengar yang merespon acara tersebut dengan melakukan umpan-balik dengan meminta pihak radio untuk memutar kembali acara tersebut.

Dari segi materi yang disampaikan dalam program acara Tholabul 'Ilmi di Radio Kartika, tidak saja memberikan materi untuk jangka waktu pendek, namun materi yang disampaikan bertujuan untuk jangka waktu yang cukup panjang.

C. Penutup.

Puji dan syukur yang tiada terkira penulis haturkan kehadirat Allah SWT, karena atas nikmat dan karuniaNya yang telah Diaberi selama penulisan skripsi ini. Akhirnya penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan segala kemampuan yang ada.

Banyak terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah dengan rela membagi waktunya untuk ikut urun rembug dan sekedar

berdiskusi membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, kepada dosen pembimbing terimakasih banyak atas pengertiannya yang luar biasa kepada penulis yang nalar kemampuan menganalisisnya biasa-biasa saja. Terimakasih juga penulis haturkan kepada KH Imron Djamil yang telah memberi banyak waktu buat penulis yang dengan setia menjawab dan menjelaskan secara arif dan bijaksana, serta kepada pimpinan radio kartika yang selama penelitian senantiasa mendampingi dan memberi arahan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekhilafan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Namun demikian, hal itu akan dijadikan penulis sebagai pelajaran untuk dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi ke depannya. Serta berterimakasih yang setulusnya kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini. Semoga bermanfaat dan dapat memberi sumbangan bagi khasanah Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Mansyur. *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Al-Amin Press, 1997
- Arifin, M. *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar*. Cetakan ke-6. Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- . “*Metoda Dakwah Islam Dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktivitas Keagamaan*” Yogyakarta: sumbangsih, 1980.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Barmawie, Umary. *Azaz-Azaz Ilmu Dakwah*, Semarang: Romadhon, 1969
- Dermawan, Andy dkk. (ed.), *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LESFI, 2002
- Effendi, Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2002.
- , *Radio Siaran dan Praktek*. Bandung: Penerbit Alumni, 1991.
- , *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: Remajda Karya 1984.
- , *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Faizah dan Lalu Muchasin Effendi. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenada Media, 2006.
- Habib, Syafa’at. *Buku Pedoman Dakwah*, Jakarta: Wijaya 1982.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Reaserch* Yogyakarta : Penerbit ANDI, 2001.
- Kusnawan, Aep (et.). *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Bandung, Benang Merah Press, 2004.
- Mulyana, Deddy. *Komunikasi Budaya*. Bandung ; Remaja Rosdakarya, 2004.
- . *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007.

Mahayana, Maman S. dkk, *Kamus Ungkapan Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1997.

Nuh, Sayid Muhammad. *Dakwah Fardiyah*. Solo: Era Intermedia, 2000.

Omar, Toha Yahya, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Wijaya, 1967.

Robbin, James G dan Barbara S. jones, *Komunikasi Yang Efektif*, Jakarta, Pedoman Ilmu Jaya, 1986.

Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997.

Tuntunan Praktis Penerangan Agama Islam, Jakarta : Penerbit Multi Yasada CO, 1979

Lampiran-Lampiran

Interview Guide I

1. Bagaimana dan sejarah berdirinya radio Kartika ?
2. Apa yang menjadi landasan atau asas berdirinya radio Kartika ?
3. Apa target dan tujuan utama dari berdirinya radio ini ?
4. Berapa presentase pendengar radio Kartika FM
5. Bagaimana perencanaan program program yang bermuatan dakwah islam?
6. Berapa presentasi muatan dakwah Islam yang disiarkan di radio Kartika ?
7. Bagaimana awal munculnya program acara Tholabul 'Ilmi ?
8. Bagaimana pihak radio Kartika bisa menjalin kerjasama dengan KH Imron Djamil dalam acara Tholabul 'Ilmi ?
9. Siapa target utama dari acara Tholabul 'Ilmi ?
10. Apakah metode, materi, da'i serta target pendengarnya sudah sesuai dengan perencanaan yang diharapkan ?

Interview Guide II

1. Bagaimana awal kerjasama dengan radio Kartika ?
2. Apakah kerjasama ini bagian dari program dakwah?
3. Apakah kerjasama ini hanya terjalin di Radio Kartika ?
4. Mengapa menggunakan kitab al-hikam sebagai rujukan utama, mengapa tidak menggunakan kitab yang lain?
5. Metode apa yang anda gunakan dalam menerangkan kitab Al-Hikam?
6. Materi dakwah apa saja yang disampaikan dalam dakwah tersebut?
7. Bagaimana cara menentukan tema untuk acara Tholabul 'Ilmi radio Kartika dalam tiap harinya dan siapa penyusunnya?



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274)
552230 Yogyakarta 55221

Nomor : UIN/2/PD.I/TL.01//699 /2008
Lamp. :
Hal : **Permohonan izin penelitian.**

Yogyakarta, 29 Oktober 2008
Kepada Yth.,
Gubernur Pemerintah Propinsi DIY
C.q. Kepala Bakeslinmas Pemerintah
Propinsi DIY
di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Terkait dengan bahan penulisan skripsi/thesis, dengan hormat bersama ini kami mohon izin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di bawah ini :

Nama : Yusuf Priya Atmaja
Nomor Induk : 04210048
Semester : IX
Jurusan : KPI
Alamat : Sapen Gk. I/574 Sleman , Yogyakarta.
Judul skripsi : Komunikasi dakwah Tholabul 'Ilmi di Radio Kartika Jombang
Metode penelitian : Deskriptif Kualitatif
Waktu : 01 Nopember 2008 s.d. 01 Feb 2009

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini kami sampaikan desain penelitian dimaksud sebagaimana terlampir.

Demikian atas izin dan kerjasama Saudara diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb


a.n. Dekan
Pembantu Dekan I
Drs. H.M. Kholili, M.Si.
NIP. 150222294

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Dakwah;
2. Kepala Bapeda Pemerintah Kab. Jombang;
3. Pimpinan Radio Kartika Jombang Jatim;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Peringgal.



**PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN PERENCANAAN DAERAH
(BAPEDA)**

Kepatihan, Danurejan, Yogyakarta - 55213
Telepon : (0274) 589583, 562811 (Psw. : 209-219, 243-247) Fax. : (0274) 586712
Website <http://www.bapeda@pemda.diy.go.id>
E-mail : bapeda@bapeda.pemda-diy.go.id

Nomor : 070/5645
Hal : Ijin Penelitian

Yogyakarta, 03 Nopember 2008
Kepada Yth.
Gubernur Prov. Jawa Timur
Cq. Ka. BAKESBANG

di SURABAYA

Menunjuk Surat :

Dari : Dekan Fak. Dakwah UIN "Suka"
Nomor : UIN/2/PD.I/TL.01/1698/2008
Tanggal : 29 Oktober 2008
Perihal : Ijin Penelitian

Setelah mempelajari rencana/proyek statemen/research design yang diajukan oleh peneliti/surveyor, maka dapat diberikan surat keterangan kepada :

Nama : YUSUF PRIYA ATMAJA
No Mhs. : 04210048
Alamat Instansi : Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta
Judul Penelitian : KOMUNIKASI DAKWAH THOLAB'UL 'ILMI DIRADIO KARTIKA JOMBANG JAWA TIMUR

Waktu : 03 Nopember 2008s/d 03 Maret 2009

Lokasi : Jombang Prov. Jawa Timur

Peneliti berkewajiban menghormati/mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di daerah setempat.

Kemudian harap menjadikan maklum.

A.n. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta
Kepala BAPEDA Propinsi DIY



Tembusan: Kepada Yth.

1. Gubernur DIY (Sebagai Laporan);
2. Dekan Fak. Dakwah UIN "Suka";
3. Yang bersangkutan.

NIP. 110 025 913



PEMERINTAH PROPINSI JAWA TIMUR
BADAN KESATUAN BANGSA
JL. PUTATINDAH No. 1 TELP. (031)-5677935-5681297-5675493
SURABAYA - (60189)

Surabaya, 17 Desember 2008

Kepada

Yth. Sdr. Bupati Jombang

di

JOMBANG

Nomor 072 / 6608/212/2008
Lampiran
Perihal Penelitian/Survey/Research

U.P. Kabakesbang dan Linmas

Menunjuk Surat Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tanggal 3 Nopember 2008

Nomor 070/5645

Bersama ini dibentahukan bahwa :

Nama YUSUF PRITYA ATMAJA

Alamat Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta

Pekerjaan Mahasiswa

Kebangsaan

Bermaksud mengadakan penelitian/survey/research

Judul KOMUNIKASI BAKWAN THOLABUL 'ILMI MIRABIO KARTIKA JOMBANG
JAWA TIMUR.

Pembimbing -

Peserta -

Waktu 3 (tiga) bulan

Lokasi Kabupaten Jombang

Penelitian wajib menta'ati peraturan dan tata tertib yang berlaku di daerah setempat

Demikian harap menjadi maklum



Drs. SLAMET SUPRIYONO, M.Si

Pembina
Nip. 510 063 253

Tembusan

Yth. 1. Sdr. Gubernur DIY (up. BAPEDA)

2. Sdr. Yang bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN JOMBANG
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Jl. KH. Wahid Hasyim 137 Telp. (0321) 861560 Fax. (0321) 864555
JOMBANG

SURAT IJIN

NOMOR: 072/III/32 /415.42/2008

TENTANG

PENELITIAN

- Dasar :
- a. Peraturan Daerah Nomor 35 Tahun 2004 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jombang;
 - b. Peraturan Bupati Jombang Nomor 19 Tahun 2006 tentang Standar Pelayanan Minimal Pelayanan Perijinan Bidang Penelitian;
 - c. Keputusan Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Jombang Nomor: 188/08/415.42/2007 tentang Pendelegasian Kewenangan Penandatanganan Ijin Penelitian;
 - d. Surat Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Nomor: UIN/2/PD.1/TL.01/1698/2008 Tanggal: 29 Oktober 2008 Perihal Permohonan Ijin Penelitian;

MENGIJINKAN

Kepada

Nama : **YUSUF PRIA ATMAJA**
Nirrn/Nim : 04210048
Peguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas/Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat : Sapen Gk.I/574 Sleman,Yogyakarta.
Kegiatan : Penelitian
Waktu : Tanggal 23 Desember 2008 s/d 23 Pebruari 2009
Judul : **"KOMUNIKASI DAKWAH THOLABUL ILMI DI RADIO KARTIKA JOMBANG"**
Lokasi : Kab. Jombang;

Demikian untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, dan apabila telah menyelesaikan pekerjaan Penelitian supaya melaporkan hasil pekerjaannya pada Bappeda Kabupaten Jombang.

Ditetapkan di: Jombang
Pada tanggal: 23 Desember 2008

a.n.KEPALA BAPPEDA KABUPATEN JOMBANG
Kepala Bagian Tata Usaha



J. MUH. PRIHANDONO, MM
Pembina Tingkat I
NIP. 080 069 174

Tembusan, Yth Sdr:

1. Kepala Kantor Kesbanglinmas Kab.Jombang;
2. Direktur Radio Kartika Jombang;
3. Dekan FD UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
4. Yang bersangkutan.



KARTIKA FM

90.7 Mhz *Ancene Jooss....!!*

Nomor : 005/SK.KTK/III-2009
Lamp : -
Hal : Pemberitahuan

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah:

Nama : Faris Ramadan
Jabatan : Manager Radio Kartika FM Jombang
Alamat : Jl. Brigjend Kretarto 5A Sambong Jombang

Menyatakan bahwa:

Nama : Yusuf Pria Atmaja
Status : Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
NIM : 04210048

Benar-benar telah melakukan penelitian di Radio Kartika FM Jombang dalam rangka mengerjakan skripsi berjudul "**Komunikasi Dakwah Thalabul Ilmi di Radio Kartika Jombang Jatim**". Demikian surat pemberitahuan ini dan harap maklum.

PT Radio Swara Jombang Nawa Kartika



Faris Ramadan
Manager