

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA RADIO
RAMA FM, YOGYAKARTA
(STUDI TERHADAP FORMAT KOMUNIKASI
PROGRAM RELIGI EMBUN PAGI)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk memenuhi sebagian dari syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.SosI.)**

Oleh:

MUSTA'IN ABDULLAH
NIM 04210070

Pembimbing:
Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP.19671006 199403 1 003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**



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.00.9/118/2010

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA RADIO RAMA FM YOGYAKARTA
(Studi Terhadap Format Komunikasi Program Religi Embun Pagi)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mustafin Abdullah
NIM : 04210070
Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 21 Januari 2010
Nilai Munaqasyah : **B+**

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji I

Drs. H.M. Kholli, M.Si.
NIP.19590408 198503 1 005

Penguji II

Khadiq, S.Ag., M.,Hum.
NIP. 19700126 199903 1 001

Yogyakarta, 28 Januari 2010
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
DEKAN



Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 19560128 198503 1 002



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi Saudara Musta'in Abdullah

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 : Musta'in Abdullah

NIM : 04210070

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dakwah Pada Radio Rama FM
Yogyakarta (Studi Terhadap Format Komunikasi Program
Religi Embun Pagi)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah, Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk dimunaqsyahkan 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 dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 08 Januari 2010

Pembimbing

Drs. Abdul Rozak, M. Pd
NIP. 19671006 199403 1 003

MOTTO:

Belajar berarti mengisi, mengosongkan dengan mengamalkan. Kosong dan isi adalah prinsip satu kesatuan dasar. Isi dan kosongkanlah selalu.

PERSEMBAHAN:



*Untuk IBU dan AYAH:
Sebagai jalan menebus kenakalanku.*

Kata pengantar

Segala puji bagi Allah, Tuhan seru seluruh alam. Dzat yang selalu melindungiku dalam suka dan duka. Berkat segala rahmatnya, penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelas SI dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sholawat serta salam, saya haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad S.A.W yang dengan kehadirannya beliau di bumi, kita mengerti mana jalan menuju rahmat Allah dan mana jalan menuju kemurkaannya. Kepada sahabat-sahabatnya yang selalu mengiringi langkah dakwahnya seperti Abu Bakar, Umar, Utsman dan Ali, Khalid bin Walid, kami ucapkan beribu ucapan terima kasih karena mau setia pada ajaran Allah dengan sepenuh jiwa. Tak lupa pada keluarganya, semoga Allah selalu memberikan rahmatnya selalu.

Selanjutnya, penyusun ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tiada batasnya kepada semua pihak yang telah berjasa dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penghargaan dan ucapan terima kasih ini saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Musa Asy'ari, Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Prof. Dr. HM. Bahri Ghazali, Dekan Fakultas Dakwah
3. Drs. Abdul Rozak, M.Pd, selaku pembimbing skripsiku
4. Drs.H.M. Kholili dan Bapak Khadiq, S.Ag, M, Hum selaku penguji skripsiku.
5. Kepada Ayah kandung dan Ayah angkatku, juga pada Ibu kandung dan angkatku, terima kasih atas kasih sayangnya yang telah diberikan kepadaku tanpa bosan.. Juga tak lupa kepada saudara-saudaraku H. Sholihin, Muzammil Hasan, Salamah Hasan, Wardatul Hasanah, Sulastri, Pani, terima kasih atas dukungannya kepadaku.

6. Kepada Almarhum KH. Sayadi pengasuh pesantren Darul Falah, Denok Lumajang, K.H. Mutawakkil Alallah selaku pengasuh pondok pesantren Genggong, Probolinggo, KH. Idris Marzuki, selaku pengasuh pesantren Lirboyo, Kediri, kami ucapkan terima kasih atas bimbingannya karena telah memperkenalkan ilmu Allah kepadaku.
7. Kepada Guruku Gus Zainal Arifin Thoha (alm) dan Mbak Maya Veri Octavia yang tak jemu memberikan semangat dalam berkarya dan mendekatkan diri kepada Allah. Juga adik-adikku yang cantik dan ganteng-ganteng, Vina, Hasan, Hafidz, Syifa dan Ziya yang telah menghibur penyusun dengan tangis dan regekannya serta tawa dan senyumnya yang menentramkan.
8. Kepada Guru Dorna dan Cak Mufid, sahabat-sahabat Hasyim Asy'ari: Muhammadun, M. Muhibuddin, Rosyid arsitek, Rosyid algojo, Budi, Gano, Syekh Wijo, Lukman Santoso, udin, Baha, Wahyu ErTe, Fauzi, Yunus, Mahwi, Basyir, Ipul PeGe, Ipul Kecil, dan semuanya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-satu. Teman-teman di kontrakan dan sekitarnya: Wahed dan teh Wiwik, Hamid dan Tika, Rif'an dan Lely, Vivi dan Asrodi, Suhari, Agus Harianto, Aziz Sa'du, Khalifi, Hari gitar, Suhari dan Irman dan Muchlis Amrin. Juga sahabat mengajarku di TPA Al-Hidayah: Idris, Anam, Asad. Juga kepada sahabat. candaku yang koplak, A. Darsuki, Ali Po, Bibil, Tasyrik dan H. Hamid. Terima kasih atas ketulusan persahabatannya.

Kepada mereka semua, penyusun hanya dapat berdoa dan berharap, Semoga segala amal kebbaikannya yang telah diberikan kepada penyusun, dicatat di sisi Allah sebagai amal saleh dan mendapatkan balasan yang lebih baik di sisi-Nya. Amin.

Penyusun sadar sesadar-sadarnya, dalam skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi. Untuk itu penyusun berharap kritik konstruktif dan masukan dari pembaca sekalian. Akhirnya, sekali lagi kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam proses

penyusunan skripsi ini, penulis sampaikan terima kasih. Semoga karya yang sangat sederhana dan terbatas ini dapat memberikan manfaat, barakah dan maslahah di dunia dan akhirat. Amien...

Yogyakarta, 1 Juli 2009

Penyusun

Musta'in Abdullah

ABSTRAK

Keberadaan media masa yang berupa Radio dengan berbagai pilihan program yang beraneka bagi para pendengarnya, menjadikan pilihan format sebuah siaran memiliki peran penting dalam menarik perhatian pendengarnya. Disini, Radio Rama melalui program religi Embun Pagi yang bersiaran pada pagi hari, tepatnya jam 6-8, menjadi siaran yang cukup memiliki respon positif bagi kalangan pendengar Radio di Yogyakarta.

Tentu, keberhasilan penyiaran program Embun Pagi tidak lepas dari strategi komunikasi yang dilakukan pengelola Radio Rama, teruma pemilihan format komunikasi yang memadukan format siaran berupa renungan keagamaan, infotainment dan request musik Islami. Hal ini mengapa kemudian semakin lama program Embun Pagi mendapatkan apresiasi dari pendengar radio yang ada di Yogya dan Jawa Tengah.

Banyaknya program siaran radio yang menyajikan sekedar hiburan, tanpa memberikan nilai lebih bagi peningkatan produktifitas kerja para pendengarnya, menjadikan Radio Rama melalui program Embun Pagi melakukan terobosan format program yang betul-betul mampu menjadikan pendengarnya memiliki inspirasi dalam meningkatkan produktifitas kerja. Tentunya, juga menjadi inspirasi bagi terbentuknya keimanan yang kuat dalam diri seseorang.

Dalam skripsi ini penulis akan membahas bagaimana strategi manajemen Rama melalui program Embun Pagi, menampilkan kesejukan hati bagi pendengarnya, sehingga melalui informasi dan renungan yang diberikannya, para pendengar semakin memiliki semangat dalam melangkah kaki dalam menjalani aktifitas kesehariannya.

Dalam penelitian skripsi ini, jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, dokumentasi dan wawancara. Adapun pembahasan dalam penelitian adalah menggunakan metode deskriptif analisis yang memaparkan tentang bagaimana penerapan strategi komunikasi dalam format program religi Embun pagi.

Hasil dari penelitian ini secara garis besarnya adalah adanya korelasi secara positif atas respon pendengar Rama terhadap format komunikasi dalam program Embun Pagi. Hal ini berbeda dengan program rama morning show yang sebelumnya terbukti kurang memiliki respon positif dari pendengar Rama itu sendiri.

Selama peneliti melakukan penelitian pada Radio Rama, telah terbukti memiliki kepercayaan dari pihak sponsor dan pendengar radio yang ada di Yogyakarta. Selain itu, program embun pagi terbukti menjadi salah satu program unggulan yang ada dalam penyiaran seluruh program yang ada di radio Rama.

Selama program Embun Pagi mengudara—tepatnya pada tanggal 8 Januari 2007, hingga kini, program ini selalu mengudara setiap hari. Semakin banyaknya pendengar yang merasa membutuhkan adanya program Embun Pagi bagi pengetahuan agama dan permasalahan sosial menjadi alasan, mengapa strategi komunikasi dalam format komunikasi dalam program ini menjadi terobosan baru dalam manajemen Rama dalam mengambil hati para pendengar radio di Yogyakarta. Dan secara jelasnya bagaimana strategi komunikasi Radio Rama melalui program Embun Pagi memberikan hasil positif bagi diterimanya program ini dalam hati pendengar, secara jelasnya ada di Bab III.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	hal
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Perumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan penelitian.....	5
F. Telaah Pustaka.....	6
G. Kerangka Pemikiran Teoritik	
1. Konsepsi Tentang Strategi Komunikasi Dakwah.....	9
a. Strategi.....	9
b. Strategi Komunikasi.....	10
1) Megenal Khalayak.....	11
2) Penyusunan pesan.....	12
3) Menetapkan metode.....	14
4) Pemilihan media.....	20
5) Mengetahui Efek yang ditimbulkan.....	22
c. Strategi Dakwah.....	24

c Tujuan Dakwah.....	24
H. Metode Penelitian	
1. Subyek dan Obyek Penelitian.....	26
2. Jenis Penelitian.....	26
3. Sumber Data.....	27
4. Metode Pengumpulan Data.....	27
5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	29
6. Analisis Data.....	30
BAB II GAMBARAN UMUM PROGRAM RELIGI EMBUN PAGI	
A. Awal Pembuat Program Embun Pagi.....	32
B. Maksud dan Tujuan.....	33
C. Segmen Pendengar.....	34
D. Makna Filosofis Embun Pagi.....	34
E. Struktur Organisasi.....	35
F. Format Siaran.....	37
G. Jenis Informasi.....	37
H. Sistem Siaran Iklan.....	38
BAB III STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA RADIO RAMA FM, YOGYAKARTA	
A. Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Rama FM.....	40
B. Strategi Komunikasi Dakwah dalam Format Komunikasi Program Embun Pagi.....	42
1. Merumuskan Sasaran Komunikasi (khalayak).....	42
2. Menyusun Pesan.....	53
3. Menetapkan Metode Komunikasi.....	58

4. Media yang digunakan.....	59
5. Menyeleksi dan Meningkatkan Kemampuan Komunikator....	62
6. Melihat Efek yang ditimbulkan.....	70

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran-Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Demi menghilangkan kesalahpahaman serta memberikan kejelasan mengenai judul skripsi “**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA RADIO RAMA FM, YOGYAKARTA (STUDI TERHADAP FORMAT KOMUNIKASI PROGRAM RELIGI EMBUN PAGI)**”, penulis perlu menjelaskan istilah tersebut melalui perincian definisi kata sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Dakwah

Sebelum menguraikan strategi komunikasi dakwah secara bersamaan, perlu kiranya penulis memberikan pengertian satu persatu dari definisi ketiga kata tersebut. Pertama adalah definisi strategi yang berarti sebuah perencanaan (planning) dan management untuk mencapai sebuah tujuan, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana teknik (cara) operasionalnya¹.

Sedangkan definisi kedua, yakni komunikasi adalah proses dengan mana seorang individu (komunikator) mengoperkan stimuli (biasanya menggunakan lambang-lambang bahasa) untuk mengubah tingkah laku individu (komunikan) yang lain².

¹ www.one.indoskripsi.com

² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico, 1994), hlm.14.

Dan definisi kata ketiga, yakni dakwah adalah seruan untuk meningkatkan amal ibadah bagi pemeluk agama Islam³. Dengan demikian, Strategi komunikasi dakwah berarti perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator untuk merubah perilaku komunikasi sesuai dengan ajaran Islam.

2. Radio Rama FM, Yogyakarta

Yang dimaksud Radio Rama FM, Yogyakarta adalah radio swasta yang ada di Jalan KH. Ali Maksum 378, Krapyak, Bantul, serta mengudara pada frekuensi 93,5 Mhz.

3. Format Komunikasi

Yang dimaksud format adalah bentuk⁴. Dan Komunikasi adalah pemberitahuan⁵. Dengan demikian, format komunikasi berarti bentuk suatu pemberitahuan.

4. Program Religi Embun Pagi

Maksud dari kata program disini adalah rancangan mengenai asas-asas serta usaha yang akan dijalankan. Sedangkan definisi Religi adalah kepercayaan terhadap suatu ajaran agama tertentu. Dalam hal ini penulis menitik beratkan pada ajaran agama Islam. Dengan demikian, program religi berarti rancangan mengenai asas kepercayaan terhadap suatu ajaran agama yang akan, sedang atau bahkan telah dijalankan oleh komunikator.

Sedangkan Embun Pagi adalah nama program religi di Radio Rama yang selalu disiarkan setiap pagi hari mulai jam 6.00-8.00 WIB secara langsung. Dan program ini disiarkan secara rutin setiap hari. Dengan demikian, Program religi

³ Em Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Difa Publisher), hlm.232.

⁴ Ibid, hlm 296.

⁵ Anwar Arifin, Opcit, hlm, 14

Embun Pagi adalah usaha yang dilakukan pengelola Radio Rama FM dalam menanamkan nilai ajaran Islam kepada pendengarnya dalam segala sendi kehidupan.

B. Latar Belakang Masalah

Di era teknologi informasi, berbagai bentuk media komunikasi telah mampu mempermudah manusia dalam melakukan interaksi dengan sosial lingkungannya. Bahkan, melalui media informasi ini, berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan suatu “pemberitaan” kepada khalayak ramai, mampu dengan mudah dikomunikasikan secara massal.

Salah satu media informasi yang memberikan peran penting bagi komunikasi atas suatu “pemberitaan” adalah radio. Dalam hal ini, radio telah menjadi sarana manusia untuk menjalin komunikasi dalam segala hal (ekonomi, pendidikan, kesehatan dan budaya).

Meskipun demikian, selain sebagai media penyampai “berita”, tidak sedikit kemudian menjadikan radio sebagai sarana untuk mempengaruhi ruang kesadaran orang lain agar memiliki kesamaan perspektif dalam melihat sesuatu.

Dengan melihat manfaat yang diberikan sebuah radio bagi penyampaian suatu “berita” secara massal serta pengaruh yang mampu ditimbulkan dari pesan yang ada didalamnya, sejatinya radio cukup efektif bagi dakwah Islam dewasa ini.

Berkaitan dengan penggunaan misi dakwah melalui radio, radio Rama FM, memiliki peran penting dalam mewarnai dakwah Islam dewasa ini. Hal ini terlihat dari beberapa program religi dalam siarannya setiap hari. Dan salah satu

format komunikasi program religi yang efektif bagi penyampaian misi dakwah adalah program religi Embun Pagi.

Dalam program religi Embun Pagi, radio Rama FM mampu menghadirkan kesejukan Qolbu pendengar dengan memadukan tiga tipe komunikasi yang sangat efektif. Pertama adalah komunikasi dakwah melalui komunikasi lagu-lagu nasyid.

Selanjutnya, Komunikasi dakwah yang disampaikan AA, Gym secara off air. Dan dilanjutkan dengan komunikasi persuasif dan informatif dari penyiar Rama FM—khususnya berhubungan dengan penyajian ajaran Islam seperti masalah tauhid, ibadah, akhlak dan mu'amalah, yang telah dikemas secara baik. Di Indonesia, radio yang menggabungkan berbagai unsur komunikasi dakwah yang beraneka dalam satu program acara tidaklah banyak. Dan kecenderungan yang ada, format komunikasi dakwahnya masih lebih menitik beratkan pada komunikasi seorang da'i saja. Dan ini terlihat marak dipraktekkan program radio yang ada di Indonesia di Bulan Ramadhan.

C. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah yang telah disebutkan diatas , maka dapat diambil rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah dalam format komunikasi program religi Embun Pagi di Radio Rama FM, Yogyakarta?.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan format komunikasi program religi Embun Pagi dalam memberikan solusi atas problem sosial masyarakat dalam perspektif Islam .
2. Mengetahui strategi komunikasi penyiar Radio Rama FM dalam membawakan program religi Embun Pagi.

E. Kegunaan Penelitian

Diharapkan dari penulisan skripsi ini mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi para penyiar radio pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Dakwah yang *concern* terhadap radio khususnya, hal ini mampu menjadi rujukan dalam mencari format program komunikasi yang efektif dan efisien dalam menyiarkan ajaran Islam.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi khasanah keilmuwan komunikasi dan penyiaran Islam yang berkaitan dengan strategi komunikasi dakwah di Radio.

F. Telaah Pustaka

Berbincang tentang strategi komunikasi dakwah pada Radio Rama, khususnya dalam program religi Embun Pagi, sungguh amat menarik untuk kita bahas lebih lanjut. Terutama usaha radio Rama FM dalam merancang strategi komunikasi siaran Islam yang efektif bagi pendengarnya.

Dalam merealisasikan strategi komunikasi efektif yang dilakukan penyiar program religi Embun pagi di Radio Rama FM, berbagai perpaduan strategi komunikasi yang efektif mampu mereka tampilkan. Salah satu strategi komunikasi yang mereka gunakan adalah memadukan metode komunikasi persuasif dan informatif⁶.

Dengan kemampuan memadukan strategi komunikasi persuasif dan informatif inilah, penyiar Radio Rama mampu memberikan pengaruhnya terhadap pendengarnya. Meskipun, pendengar terkadang tidak menyadari bahwa ia sedang dipengaruhi. Mengingat, informasi yang diberikan penyiar Radio Rama, terbukti memberikan manfaat terhadap pemecahan problem sosial pendengarnya.

Dalarn hal ini, Radio Rama FM sebagai media massa, telah mampu menjadikan pendengar yang sebelumnya kurang mengetahui terhadap problem sosial yang mereka hadapi, mampu mendapatkan akses solusi mudah dalam menghadapi setiap problem hidupnya. Khususnya seputar kewajiban pengetahuan

⁶ Metode komunikasi persuasif adalah metode komunikasi dimana komunikator (penyiar Rama), mempengaruhi pendengarnya. Dalam hal ini, khalayak digugah baik pikirannya, maupun terutama perasaannya. Dalam komunikasi persuasif ini, komunikator (penyiar Rama), terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah kena sugesti atau suggestible. Dan sugesti yang digunakan penyiar Rama dalam acara Embun pagi adalah dengan memberikan pencerahan agama melalui pemutaran lahu Nasyid dan ceramah singkat AA,Gym. Sedangkan komunikasi informatif adalah komunikasi yang dilakukan komunikator untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan (adopsi metode komunikasi dari buku Anwar Arifin, *strategi komunikasi, sebuah pengantar ringkas*, Bandung: Armico, 1994), hlm 75-76.

tentang kewajiban manusia sebagai wakil Tuhan di muka bumi (*khalifatullah fil ard*)..

Sebagai Radio yang terbilang masih muda, radio Rama telah membuktikan eksistensinya sebagai radio yang memberikan kesejukan qolbu dihati pendengarnya. Sehingga tidak heran bila radio Rama ini telah memberikan sumbangsih besar bagi tegaknya ajaran Islam di muka bumi ini.

Tanpa bermaksud mengunggulkan radio Rama FM dibanding radio lain, konsistensi dakwah yang disajikan melalui program religinya terbukti menjadikan radio Rama mampu memikat hati pendengarnya.

Berkaitan dengan penelitian penulis tentang “strategi komunikasi dakwah pada radio Rama, khususnya studi terhadap format komunikasi program religi Embun Pagi”, penulis tidak banyak menemukan buku yang membahasnya. Namun, ada beberapa kajian yang penulis temukan memiliki korelasi dengan penelitian penulis ini. Pertama adalah penelitian Ahmad Rais (2002) yang berjudul strategi komunikasi tim kampanye Capres Cawapres (studi kasus strategi komunikasi tim kampanye Amin-Siswono). Dalam hal ini, usaha tim sukses dalam membangun citra kandidat dan mengetahui proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program komunikasi yang dijalankan tim. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa strategi komunikasi dibutuhkan untuk mengefektifkan kampanye politik yang dijalankan.⁷

Dalam hal ini, strategi komunikasi meliputi perencanaan komunikasi, pelaksanaan program dan mengevaluasinya. Secara umum, langkah-langkah yang

⁷ Ahmad Rais, *Strategi komunikasi tim kampanye capres-cawapres* (Studi kasus strategi komunikasi tim kampanye Amien-Siswono Yudo Husodo pada pemilu presiden 2004), Yogyakarta: Fisipol UGM, 2000, hal. (t.h.)

dilakukan adalah melakukan perencanaan dan pengembangan program, analisis dan segmentasi khalayak, penyusunan pesan, metode penyampaian pesan, pemilihan media, peranan komunikator dan perencanaan program.

Selain itu, penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian penulis adalah penelitian Lamin Budiarto (1999) yang berjudul "strategi komunikasi dana sosial rumah zaka Indonesia DSUQ cabang Yogyakarta.. Dalam penelitian ini, Lamin bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang meliputi komunikator, media yang digunakan, pesan yang disampaikan dan efek yang ditimbulkan dalam proses mengkomunikasikan dana sosial yang bersumber dari zakat, infak, sedekah dan wakaf oleh divisi ZIS waf dan publik relation.⁸

Selain itu, ada penelitian yang dilakukan Yanti Dwi Astuti (2008) yang berjudul Strategi komunikasi Polri melalui media massa kepada masyarakat di wilayah poltabes Yogyakarta. Dalam penelitian ini, Yanti Dwi astuti mendapatkan kesimpulan tentang strategi komunikasi polri melalui media massa meliputi perencanaan menganalisa masalah yang ada diwilayahnya, menetapkan tujuan komunikasi mulai dari reformasi untuk menegakkan hukum, lalu melakukan analisis perencanaan dan mengembangkan program poltabes Yogyakarta guna meningkatkan profesionalitas bekerja, melakukan analisis terhadap segmentasi khalayak, penyusunan pesan dan penetapan metode penyampaian pesan, pemilihan media komunikasi melalui SKH Kedaulatan Rakyat, SKH Kompas, radio Sonora FM, dan media massa yang lain⁹.

⁸ Lamin Budiarto, Strategi komunikasi dana sosial rumah zakat Indonesia DSUQ, cabang Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga 1999, hal. (t.h.).

⁹ Yanti Dwi astuti, Strategi Komunikasi Polri melalui media massa kepada masyarakat di wilayah poltabes Yogyakarta: UIN Snan Kalijaga, 2008, hal. (t.h.).

Sedangkan buku yang membahas tentang strategi komunikasi adalah buku karya Anwar Arifin yang berjudul “strategi komunikasi, sebuah pengantar ringkas, yang buku ini diterbitkan Armico Bandung¹⁰. Dalam buku ini, Anwar Arifin mengupas metode komunikasi dalam interaksi sosial. Dalam hal ini, strategi komunikasi meliputi usaha pengenalan komunikator terhadap khalayak, penyusunan pesan dan penetapan metode.

G. Kerangka Pemikiran Teoritik

1. Konsepsi tentang Strategi Komunikasi Dakwah

a. Strategi

Menurut Nickols, konsep tentang strategi pada dasarnya berasal dari kalangan militer yang di adaptasi kedalam dunia bisnis *"the concept of strategy has been borrowed from the millitary and adapted for use in business"*¹¹ Dan kini, konsep strategi tidak hanya digunakan dalam bidang militer dan bisnis, tetapi juga dalam bidang non bisnis seperti dalam ilmu komunikasi.

Mintzberg¹² berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan empat hal;

1. Strategy as a plan, yaitu strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditekankan.

¹⁰ Anwar Arifin, Opcit.

¹¹ [http://home~att.net/~Nikols/strategi defenition](http://home~att.net/~Nikols/strategi%20defenition).

¹² Mintzberg, H &Quinn, the strategy; process, concept, contens, cases, second edition, New Jersey: Prentice hall, Inc, 1991, hal, 23-28.

2. Strategy as a pattern, yaitu strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
3. Strategy as position, yaitu strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan produk atau jasa tertentu dalam pesan yang spesifik.
4. Strategy as a perspective, yaitu strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan versi dan budaya organisasi.

Sedangkan berkaitan dengan dakwah, strategi berarti kepiawian

b. Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, Arifin¹³ menyatakan strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi. Menurut Mulyana¹⁴ komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).

Dalam merumuskan strategi komunikasi, Arifin¹⁵ berpendapat bahwa ada lima faktor yang harus diperhatikan. Pertama, pengenalan khalayak. Dalam penelitian ini, pengenalan khalayak dilakukan dengan melakukan perumusan sasaran komunikasi dari program Embun Pagi. Kedua, penyusunan pesan. Dalam penelitian ini, penyusunan pesan meliputi penentuan tema dan materi. Ketiga,

¹³ Anwar Arifin, Opcit, hal, 59.

¹⁴ Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi, Bandung: Remaja Rosda karya, 2002, hal, 107

¹⁵ Anwar Arifin, Opcit, hal 59.

menetapkan metode. Berkaitan dengan penetapan metode, dalam penelitian ini, manajemen Rama, menggunakan metode canalizing bagi kontinuitas program Embun pagi. Namun demikian, dalam proses siaran yang berlangsung, seringkali pendekatan persuasif dan informatif digunakan. Keempat, penetapan media. Dalam penelitian ini, penetapan media berkaitan dengan dipilihnya media radio sebagai sarana dakwah. Kelima, peranan komunikator. Dalam penelitian ini, peranan komunikator adalah penyeleksian yang dilakukan manajemen Rama agar setiap program yang ada dalam siarannya berjalan secara profesional.

Dan selain dari kelima faktor dalam strategi komunikasi yang tersebut diatas, peneliti memasukkan efek dari komunikasi yang ditimbulkan dari kelima faktor strategi komunikasi yang digunakan dalam program Embun Pagi.

Untuk lebih lanjut memahami keseluruhan faktor strategi komunikasi, penjelasan dari setiap faktor yang ada menjadi sangat penting untuk kita ketahui.

1. Mengetahui Khalayak

Mengetahui khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat, dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator

dan komunikasi bukan saja saling berhubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak, mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tak mungkin berlangsung. Justru itu, untuk berlangsungnya suatu komunikasi dan tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media.

Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama yang meliputi:

- a) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak
- b) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok yang ada.
- c) Situasi dimana khalayak itu berada

2. Menyusun Pesan

Menyusun pesan, berarti menentukan tema dan materi. Dan syarakat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian.

Pada dasarnya setiap individu dalam waktu bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai

sumber. Tetapi, tidaklah semua rangsangan itu dapat mempengaruhi khalayak, justru karena tidak semuanya dapat diproses menjadi milik rohani.

Sesuatu yang menjadi milik rohani, haruslah terlebih dahulu melalui pintu perhatian, setelah melewati panca indera dan menjadi pengamatan.

Dengan demikian, awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA procedur atau *from attention to action procedure*. Artinya, membangkitkan perhatian (attention) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (action) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Dalam permasalahan ini, Wilbur Schramm mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut sebagai berikut.

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.

- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
 - d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.
3. Menetapkan metode

Menurut Arifin,¹⁶ dalam mencapai efektifitas dari suatu komunikasi, selain tentunya dari kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan.

Dalam dunia komunikasi, pada metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek. yaitu: menurut cara pelaksanaannya, dan menurut bentuk isinya.

Hal tersebut diatas, dapat diuraikan lebih lanjut, bahwa yang pertama, semata-mata melihat komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Oleh karena itu, yang pertama (menurut cara pelaksanaannya), dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedang yang kedua (menurut bentuk

¹⁶ Anwar Arifin, *Opcit*, hlm.73-77

isinya), dikenal dengan metode informatif, persuasif, edukatif dan kursif.

a. Redudancy (Repetition)

Metode redudancy atau repetition adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan penggunaan metode ini, banyak manfaat yang dapat diambil darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Hal ini karena justru berkontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan banyak mengikat perhatian.

Meskipun dalam melakukan metode Redudancy dalam berkomunikasi memiliki manfaat agar pesan yang disampaikan komunikator diperhatikan komunikan, namun sebaiknya, komunikator tetap mempertimbangkan variasi-variasi yang menarik dan tidak membosankan dalam pengulangan pesannya.

b. Canalizing

Dalam metode canalizing, seorang komunikator harus menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Jadi dalam proses komunikasi, komunikator terlebih dahulu memenuhi nilai-nilai

dan standar komunikasi dan berangsur merubahnya kearah yang dikehendaki komunikator.

Juga termasuk dalam proses canalizing ini adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Dan tentunya ini bisa kita lakukan dengan memenuhi nilai-nilai standard kelompok dan masyarakat.

Namun bila hal ini kemudian tidak memungkinkan bagi komunikator (mengikuti standar kelompok dan masyarakat), maka cara memecah perlahan komunikasi dengan anggota kelompoknya sehingga mereka tidak memiliki hubungan yang erat, dan kemudian komunikator menarik komunikasi tersebut dalam pengaruhnya menjadi bagian dalam strategi metode komunikasi canalizing ini.

Selain itu, dalam metode canalizing ini, kita bisa menggunakan teori K Berlo tentang inference theory of empathy, atau penurunan dari penempatan diri ke dalam tempat orang lain. Artinya, komunikator mengandaikan diri (pribadi hayal) bagaimana kalau ia berada dalam posisi sebagai komunikasi.

Adanya pribadi hayal ini, komunikator kemudian dapat menemukan dan mengidentifikasi persamaan-persamaan dan perbedaan dengan khalayak, sehingga dengan mudah melakukan penyesuaian diri dengan khalayak tersebut.

c. Informatif

Perlu diketahui, bahwa memberi bentuk tertentu terhadap isi suatu pesan pada khalayak tertentu, dengan sendirinya akan menghasilkan efek tertentu pula. Dalam dunia publistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan.

Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Atau seperti ditulis oleh Jawoto dalam Anwar Arifin 1982:

- 1) Memberikan informasi tentang fakta semata-mata, juga fakta bersifat kontroversial.
- 2) Memberikan informasi dan menuntun umum ke arah suatu pendapat.

Jadi dengan penerangan berrati, pesan-pesan yang dilontarkan itu berisi tentang fakta-fakta dan pendapat-pendapat yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, sehingga bagi komunikan dapat diberi kesempatan untuk menilai menimbang-nimbang dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran pemikiran yang sehat.

Metode informatif ini lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

d. Persuasif

Persuasif berarti, mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini, khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya.

Metode persuasif dengan demikian merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat, khalayak itu dapat dipengaruhi secara tidak sadar. Justru itu, dengan metode persuasif ini, komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah kena sugesti.

Perlu diketahui, bahwa situasi mudah kena sugesti ditentukan oleh kecakapan komunikator untuk mensugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan, dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (suggestibilitas).

Dalam penggunaan metode persuasif dalam proses komunikasi, pesan tidak lagi akan selalu berisi fakta-fakta, tapi juga akan berupa pendapat non fakta, dan bentuk pernyataannya dapat berupa propaganda, reklame dan sebagainya.

e. Edukatif

Metode edukatif, merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi: pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

Oleh karena itu, suatu pernyataan kepada umum dengan memakai metode edukatif ini akan memberikan pengaruh yang mendalam kepada khalayak, kendatipun hal ini akan memakan waktu yang sedikit lebih lama dibanding dengan memakai metode persuasif.

f. Kursif

Kursif (*cursive*) berarti mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Dalam hal ini, khalayak dipaksa, tanpa perlu berpikir lebih banyak lagi, untuk menerima gagasan-gagasan atau idea-idea yang dilontarkan. Oleh karena itu, pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat-pendapat juga berisi ancaman-ancaman.

Metode kursif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi intimidasi. Dan untuk pelaksanaannya yang lebih lancar biasanya dibelakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.

Menyusun suatu pernyataan umum yang bersifat kursif ini tidaklah se-fleksibel pernyataan umum yang lainnya, dan bila memang ada kekuatan yang mendukungnya, tentu efeknya akan lebih besar.

4. Pemilihan media

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Menurut Jalaluddin Rahmat yang mengutip pandangan Elizabeth Noell Neuman bahwa ada empat ciri pokok dalam berkomunikasi melalui media. Terutama bagi media massa.

- a) Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis.
- b) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara para peserta komunikasi.
- c) Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang terbatas dan anonim.
- d) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.¹⁷

5. Peranan Komunikator.

Menurut Arifin,¹⁸ Dalam proses komunikasi antara komunikator dan komunikan, peran komunikator sangat menentukan bagi diterimanya pesan yang disampaikan khalayak.

¹⁷ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi komunikasi Edisi Revisi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 189.

¹⁸ Anwar Arifin, *Opcit*, hlm, 88.

Berkaitan dengan kontekstualisasi peran komunikator dalam dunia jurnalistik, K.H. Zainal Arifin Thoah menguraikan ke-empat sifat yang harus dimiliki seorang da'i (komunikator).

- a) Shiddiq, yakni menjadikan kejujuran diri, sumber tulisan atau referensi, sumber pemberitaan atau fenomena sebagai prasarat yang harus dimiliki aktivis dakwah.
- b) Amanah, yakni memiliki rasa tanggung jawab; terhadap dirinya, terhadap Allah, dan terhadap masyarakat.
- c) Tablig, yakni etos penyampaian kebenaran dengan benar (*al-haq-bil-haq*). Mengingat, kebenaran akan betul-berimplikasi secara benar, apabila kita sampaikan secara benar. Dalam ilmu komunikasi modern, hal ini disebut dengan "komunikasi efektif", yakni efektif dalam bahasa, efektif dalam isi, efektif dalam sasaran, serta efektif dalam mencapai tujuan.
- d) Fathanah, yakni memiliki kecerdasan yang signifikan, terutama dalam jurnalistik. Dalam *fathanah*, pertama-tama Yang diperlukan adalah daya kritis, yakni kritis dalam memilih dan

memilah, serta kritis dalam mengolah serta menyampaikan pesan sehingga tepat sasaran.¹⁹

Oleh karena itu, dalam rangka persiapan ini, komunikator dapat melakukannya dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Melakukan penelitian, orientasi dan pendugaan.
- 2) Menyusun perencanaan dan strategi.

Penelitian yang dilakukan oleh komunikator ini, dimaksudkan untuk mengetahui kondisi dan situasi khalayak, yaitu menemukan data tentang lapangan pengalaman dan kerangka referensinya. Hal ini meliputi.

- a) Pendidikan, agama, bahasa, adat kebiasaan, norma-norma dan usia.
- b) Pekerjaan (pokok dan sampingan), jumlah anak/tanggung dan kekayaan.
- c) Hubungan sosial, pengalaman perjalanan, sumber informasi dan kawan akrab.
- d) Pengaruh sosial, jabatan/kedudukan .
- e) Pengetahuan, sikap dan praktek khalayak tentang pesan-pesan yang akan disampaikan.

6. Mengetahui efek yang ditimbulkan

Dalam proses komunikasi, mengetahui efek yang ditimbulkan antara interaksi seorang komunikator dan

¹⁹ H. Zainal Arifin Thoha, *Aku Menulis Maka Aku Ada*, Kutub, Yogyakarta, 2005, hal.117-120

komunikasikan menjadi rujukan atas sukses tidaknya sebuah komunikasi yang berlangsung.

Dalam keseluruhan proses komunikasi, efek merupakan unsur penting. Menurut Anwar arifin,²⁰ efek bukan hanya sekedar umpan balik dan reaksi penerima (komunikasikan) terhadap pesan yang dilontarkan komunikator, namun lebih merupakan paduan sejumlah “kekuatan” yang bekerja dalam masyarakat, dimana komunikator hanya dapat menguasai satu kekuatan saja, yaitu pesan-pesan yang dilontarkan.

Bentuk konkrit efek dalam komunikasi adalah terjadinya perubahan pendapat atau sikap khalayak akibat pesan yang menyentuhnya. Hal ini menyangkut proses komunikasi yang asasi sifatnya.

Menurut Astrid susanto,²¹ efek komunikasi pada umumnya terhadap individu secara konkrit dapat diklasifikasikan dalam tingkat-tingkat sebagai berikut:

- a. Menerima idea, melaksanakan dan menganjurkan kepada orang lain.
- b. Bisa menerima dan melaksanakan (tanpa merumuskan penganjurannya)
- c. Idea diterima tapi masih dipikirkan pelaksanaannya.
- d. Idea tidak diterima

²⁰ Anwar Arifin, *Opcit*, hlm, 40

²¹ Anwar Arifin, *Opcit*, hlm,41

- e. Idea ditolak bahkan memikirkan kemungkinan mengambil saran/anjuran dari pihak lawan A, yaitu C.
- f. Menolak idea A dan mengambil idea dari lawan A, yaitu C.
- g. Menolak idea dari A, menerima idea dari C (=lawan A) dan menganjurkan penggunaan idea C kepada orang lain.

c. Strategi Dakwah

Dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi berarti kepiawian seorang da'i dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu, serta memiliki watak dasar identifikatif, dan bukan apologistik.²²

Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh da'i akan memiliki dampak cukup signifikan. Tentunya selain adanya usaha secara spiritual seperti mendo'akan komunikan agar selalu mendapatkan rahmat Allah.

d. Pengertian dakwah

²² Andy Dermawan, *Ibda Bi Nafsika Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, (Tiara Wacana, Yogyakarta), hlm. 144.

Secara umum, kata dakwah berasal dari bahasa arab *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti 'memanggil, menyeru, mengundang atau mengajak'.²³ Sehingga, apapun yang bersifat mengajak, entah mengajak pada kebaikan maupun kejelekan, berarti ia masuk dalam katagori dakwah.

Sedangkan dalam Islam, dakwah berarti diartikan sebagai mengajak dan mengundang ummat manusia ke arah kebaikan menuju Allah secara bersama-sama, dengan jalan *hikmah* (Bijaksana), *mauidhatil-hasanah* (pelajaran yang baik), serta melakukan sanggahan terhadap segala macam kebatilan dengan baik untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.²⁴

Menurut H. Endang S. Anshari, dakwah dalam arti terbatas adalah menyampaikan Islam secara lisan, tulisan maupun lukisan (panggilan, seruan, ajakan kepada Islam). Baik dilakukannya dakwah berkaitan dengan kehidupan politik, ekonomi, kesehatan, dan lain sebagainya.²⁵

a. Tujuan Dakwah

Adapun yang dimaksud dengan tujuan dakwah disini adalah:

²³ Andy Dermawan, Ibid, hlm.35.

²⁴ Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung : Diponegoro), hlm.281.

²⁵ Endang S. Anshari, *Wawasan Islam, Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam dan Ummatnya*, (Jakarta : CV Rajawali, 1985), hlm.190.

1. Tujuan untuk perorangan yaitu terbentuknya pribadi Muslim yang mempunyai iman kuat dan perilaku sesuai hukum-hukum yang disyariatkan Allah SWT, serta berakhlakul karimah.
2. Bagi sebuah keluarga yaitu terbentuknya keluarga yang bahagia penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
3. Tujuan untuk masyarakat yaitu terbentuknya masyarakat yang penuh dengan suasana keislaman. Artinya, masyarakat yang memiliki kesadaran akan tugasnya sebagai *khalifatullah* (wakil Allah) di muka bumi yang memberikan *Rahmat Lil Alamiin* (karunia bagi alam semesta).

Tujuan untuk manusia seluruh dunia yaitu terbentuknya masyarakat yang penuh dengan kedamaian, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi, saling tolong menolong dan saling menghormati.²⁶

H. Metode Penelitian

1. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah informan yang akan di minta informasinya tentang obyek yang akan diteliti.²⁷ Para informan tersebut diantaranya adalah Direktur operasional Rama, penyiar dan direktur program religi Embun Pagi.. Dan obyek penelitiannya adalah strategi komunikasi dakwah dalam program religi Embun Pagi.

²⁶ Mansyur Amin, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktifitas Keagamaan* (Yogyakarta : Sumbangsih,1980), hlm.20.

²⁷ Komarudin, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*, (Bandung : Aksara, 1987) hlm. 113

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif karena data-data yang diperoleh dari lapangan berupa kata-kata, baik itu dari hasil wawancara, dokumentasi maupun observasi. Sedangkan datanya berupa kualitatif, sebab hal ini mempertimbangkan penyesuaian metode kualitatif yang lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Sehingga jenis penelitian ini termasuk dalam kategori jenis penelitian deskriptif kualitatif.

3. Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian nanti adalah Direktur operasional radio Rama Fm, Direktur program Embun Pagi serta penyiar Program Embun Pagi. Sedangkan data sekunder diambil dari arsip, dokumen maupun laporan yang mendukung bahan penelitian strategi komunikasi dakwah pada radio Rama FM, khususnya format strategi komunikasi pada program Embun Pagi.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan berbagai cara seperti:

a. Interview (Wawancara)

Adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan

kepada peneliti.²⁸ Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam, dimana tujuannya untuk memperoleh bentuk-bentuk informasi dari semua responden, tetapi susunan dan urutan kalimatnya disesuaikan dengan ciri-ciri responden.²⁹ Jadi penulis nanti pertama kali dalam mengumpulkan data adalah dengan melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung. Data yang akan penulis tanyakan adalah hal-hal yang berkaitan dengan format strategi komunikasi dalam program Religi Embun Pagi kepada pendengar Rama FM.

b. Observasi

Dalam pandangan Suharsimi Arikunto, Observasi adalah suatu metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena-fenomena yang diselidiki atau diteliti baik itu secara langsung maupun tidak langsung.³⁰ Observasi yang penulis gunakan adalah observasi non partisipan, dimana penulis tidak akan ikut berperan serta ambil bagian dalam kehidupan subjek penelitian. Penulis nanti akan mengadakan observasi menurut kenyataan yang terjadi di lapangan dengan cara melukiskan kata-kata secara cermat dan tepat yang penulis amati, mencatatnya dan kemudian mengolahnya menjadi laporan penelitian. Data yang akan dikumpulkan dalam

²⁸ Mardalis, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1995), hlm. 64

²⁹ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu sosial lainnya*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004) hlm. 181

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm 189

observasi ini seperti bagaimana proses komunikasi penyiar dalam mempengaruhi khalayak.

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang tidak diperoleh dengan menggunakan metode di atas berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.³¹ Dalam hal ini bisa berupa data-data, arsip, dokumen, catatan-catatan penting yang ada di Radio Rama FM dan berhubungan dengan permasalahan penelitian.

5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Jenis teknik pemeriksaan keabsahan data yang dipakai adalah Jenis Triangulasi. Pengertian dari triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu sendiri. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini bisa dilakukan dengan jalan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

³¹ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), hlm. 77

- b. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berlainan.³²

Jadi trianggulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kajian dan hubungan dari berbagai pandangan. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan cara :

- a. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
- b. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data.³³

6. Analisis Data

Dalam tahapan ini, data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.³⁴

Penulis menggunakan analisis data model alur Miles dan Huberman, dimana dalam menjelaskan analisis data mempunyai tiga alur yaitu :

- a. Reduksi data, yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.
- b. Penyajian data. Dalam alur ini seluruh data-data di lapangan yang berupa dokumen, hasil wawancara dan hasil observasi akan dianalisis

³² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.331

³³ *Ibid*, hlm. 332

³⁴ Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia, 1991), hlm.269

sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang strategi komunikasi dakwah yang dilakukan pengelola radio Rama, FM.

- c. Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data, dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa dan menginterpretasikan data yang penulis dapatkan melalui penelitian tersebut diatas.³⁵

Dalam Analisis data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana dalam melakukan penelitian, penulis akan mencoba mendeskripsikan fakta dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa dan menginterpretasikannya sehingga penelitian ini dapat ditarik suatu benang merah dari strategi komunikasi dakwah—khususnya format komunikasi dalam program religi Embun Pagi yang dilakukan pengelola radio Rama FM, Yogyakarta.

³⁵ Miles, Mattew B. And Huberman, Michael A., *Analisis Data Kualitatif*, (terjemahan : Tjejep Rohendi), (Jakarta: UI Press, 1992) hlm 16

BAB 1V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pemaparan yang telah disebutkan dalam bab sebelumnya, penulis dapat menguraikan benang merahnya sebagai berikut:

1. Dalam melakukan strategi komunikasi penyiaran program Embun Pagi agar efektif, manajemen Rama FM melakukan langkah perumusan segmentasi pendengar Embun Pagi. Dan dihasilkan dari perumusan para pendengarnya adalah mereka yang berusia 15 hingga 35 tahun. Sedangkan dalam masalah target jenis kelamin, mereka adalah perempuan 60 persen, dan sisanya adalah laki-laki (40%). Dalam masalah ekonomi adalah mereka dari semua kalangan.
2. Dalam menyusun materi pesan, memberikan kebutuhan akan informasi seputar kesehatan, ekonomi dan pendidikan.
3. Menetapkan metode komunikasi. Dalam hal ini, ada beberapa metode komunikasi yang digunakan dalam program Embun pagi. Namun bagi keberlanjutan dari program embun pagi, manajemen program embun pagi menyediakan saluran berupa email maupun nomer telephon bagi adanya saran dan kritik dari pendengar.
4. Pemilihan media dakwah. Dalam hal ini, pemilihan radio sebagai media dakwah memiliki kelebihan dan kekuarangan. Namun bagi manajemen

Rama, media radio telah terbukti mampu memberikan sumbangsih bagi dakwah yang mereka siarkan.

5. Sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh manajemen Rama dalam mengefektifkan siaran program Embun pagi adalah menempatkan para penyiar yang memiliki kompetensi keagamaan yang mempuni. Salah satu syarat yang diharuskan dimiliki para penyiar adalah bisa membaca Al-qur'an dan berakhlakul karimah. Hal ini agar ketika para penyiar membacakan ayat Al-qur'an, mereka tidak terdengar kaku.
6. Dan yang terakhir dari proses komunikasi dalam program Embun pagi adalah terciptanya berbagai efek yang diimbulkan. Dalam program Embun pagi yang disiarkan Radio Rama, beberapa efek komunikasi yang ditimbulkan adalah semakin memahaminya ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Banyaknya atensi yang diberikan pendengar Rama terhadap program Embun pagi. Semakin banyaknya sponsor yang memberikan kepercayaan dalam menayangkan iklan produknya dalam program religi Embun Pagi.

B. Saran-Saran

1. Hingga kini, keberadaan Radio di Indonesia telah banyak memberikan sumbangsih besar terhadap kemajuan peradaban. Sebab selain memberikan informasi yang memberikan pencerahan dalam kehidupan

pendengarnya, Radio telah terbukti menjadi media hiburan yang murah bagi masyarakat banyak.

Untuk itu, bagi radio Rama—khususnya program Embun pagi, diharapkan menjadi salah satu radio yang tetap *concern* dalam memberikan informasi yang mencerahkan terhadap pendengarnya. Sebab selama ini, penggerusan ajaran Islam melalui budaya konsumtif, individualis, telah menyebabkan kurangnya masyarakat kita akan pentingnya menjaga rasa persaudaraan dalam kehidupan sosialnya.

Untuk itu, pencerahan melalui pendekatan budaya patut menjadi prioritas dimasa mendatang dalam program embun pagi. Hal ini agar munculnya budaya saling gotong royong dan ikatan kekeluargaan semakin erat.

2. Dengan program embun pagi yang menyentuh Qolbu, tentunya, kita berharap radio rama tetap setia untuk menyejukkan hati pendengarnya yang gersang.

Namun demikian, agar pendengar tidak lupa terhadap pencerahan dalam topik dan renungan yang disediakan, diharapkan program embun pagi menyediakan selebaran yang meringkas setiap hasil dari catatan penyiar. Hal ini agar ketika pendengar bermain ke kantor radio rama, bisa dengan mudah mendapatkan catatan ini. Tentunya agar selalu ingat terhadap pesan yang telah disampaikan melalui udara.

3. Ditengah banyaknya sarana media informasi di dunia maya, bagaimana kalau pengelola embun pagi mengirimkan rekaman siarannya di internet melalui YouTube atau fasilitas internet yang lain. Hal ini agar pencerahan yang diberikan program embun pagi tidak sebatas pada masyarakat Yogya dan Jawa tengah. Sebab bagaimanapun, masih banyak saudara-saudara kita yang membutuhkan motivasi sebagaimana yang diberikan pengelola embun pagi terhadap pendengarnya.

Dengan pengelola program embun pagi menyebarluaskan rekaman yang ada, diharapkan program ini mampu memberikan sumbangsih yang lebih besar bagi perbaikan bangsa kita yang semakin kronis

4. Sebagai media penyejuk qolbu, program embun pagi cukup mendapatkan atensi yang cukup besar dari pendengarnya. Perlu kiranya pengelola program embun pagi meluncurkan kaset yang berisi siaran program embun pagi pilihan. Hal ini agar para pendengar program embun pagi mendapatkan kenang-kenangan yang berharga.

Dan agar tidak merugi, seyogyanya pengelola embun pagi hanya menyediakan kaset pesanan dari pendengarnya.

5. Ditengah banyaknya kelompok masyarakat yang bergabung dalam dunia maya seperti menggunakan facebook, bagaimana kalau kedepan, pengelola embun pagi merekatkan para pendengar setianya sehingga bisa

melakukan diskusi. Hal ini agar ikatan silaturahmi antar pendengar terjalin semakin erat.

Akhirnya, penuls kemudian bisa cukupkan sekian seluruh pemaparan tentang strategi komunikasi dakwah pada Radio Rama FM, terutama dalam studi terhadap format program religi Embun pagi. Dan sebagaimana pepatah, tak ada gading yang tak retak, begitupun juga dengan tulisan skripsi yang penulis tulis. Dari itu, kami mohan kritik dan saran bagi perbaikan skripsi ini selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung : Armico, 1994.
- Sastropetro,. Santoso, *Komunikasi Internasional Sarana Interaksi Antar Bangsa*, Bandung : Alumni, 1991.
- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta : Logos, 1997.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Ratama, 1987.
- Arifin, H.M, *Psikologi dakwah*, Jakarta : Bumi Aksara, 1991.
- M. Romli, Asep, Syamsul *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, Bandung, : PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Slamet, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, Surabaya : Al Iklas,1994.
- Dermawan, Andy, *Ibda Bi Nafsika Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, Yogyakarta : Tiara Wacana 2005.
- Anshari, Endang S, *Wawasan Islam: Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam dan Ummatnya*, Jakarta : CV Rajawali, 1985.
- Amin, Mansyur, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktifitas Keagamaan*, Yogyakarta : Sumbangsih,1980.
- Hamzah Ya'kub, *Publistik Islam: Teknik dakwah dan Leadership*, (Bandung : Diponogoro, 1981
- Syukir, Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya : Al Ikhlas,1983.
- Ya'kub, Hamzah, *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung : Diponogoro, 1981)
- Uchjana, Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya,2002.
- Rahmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1999.
- , *Psikologi komunikasi Edisi Revisi*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003.
- Moekijat, *Metode Riset dalam Penelitian*, Bandung : Mandar Maju, 1994.
- Koentjaraningrat (ed.), *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Gramedia, 1977.
- Abdurrahman, Dudung *Pengantar Metode Penelitian dan Penelitian Ilmiah*,

Yogyakarta : IFFA, 1998.

Fajri, Em Zul dan Aprilia Senja, Ratu, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Difa Publisher).

Krippendorff, Klaus, *Analisis Isi, Pengantar Teori dan Metodologi*, Terj, Farid Wardjidi, Jakarta :Rajawali, 1995.

Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung : Diponegoro, tanpa tahun.

Ahmad Rais, *Strategi komunikasi tim kampanye capres-cawapres* (Studi kasus strategi komunikasi tim kampanye Amien-Siswono Yudo Husodo pada pemilu presiden 2004), Yogyakarta: Fisipol UGM.

Lamin Budiarmo, *Strategi komunikasi dana sosial rumah zakat Indonesia DSUQ*, cabang Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga 1999.

Yanti Dwi astuti, *Strategi Komunikasi Polri melalui media massa kepada masyarakat di wilayah poltabes*, Yogyakarta: UIN Snan Kalijaga, 2008.

[http://home~att.net/~Nikols/strategi defenition](http://home~att.net/~Nikols/strategi_defenition).

www.one.indoskripsi.com

Mintzberg, H &Quinn, *the strategy; process, concept, contens, cases*, second edition, New Jersey: Prentice hall, Inc, 1991.

Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, bandung: Remaja Rosda karya , 2002

Dermawan, Andy *Ibda Bi Nafsika Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, Tiara Wacana, Yogyakarta.

Komarudin, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*, (Bandung : Aksara, 1987).

Mardalis, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1995).

Mulyana, Dedy *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu sosial lainnya*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004).

Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991)

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)

Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia, 1991)

Miles, Matthew B. And Huberman, Michael A., *Analisis Data Kualitatif*,

(terjemahan : Tjejep Rohendi), (Jakarta: UI Press, 1992).

INTERVIEW GUIDE

Daftar pertanyaan untuk *Direktur Operasional* Radio Rama FM:

1. Bagaimana sejarah berdirinya Radio Rama FM?
2. Apa latar belakang memilih nama Rama?
3. Apa yang menjadi maksud dan tujuan bagi berdirinya radio Rama?
4. Bagaimana profil kepengurusan dalam manajemen Radio Rama, khususnya dalam kepengurusan program Embun Pagi?
5. Dalam merekrut para penyiar baru, syarat apa saja yang diberlakukan dalam manajemen radio Rama?
6. Siapa Saja Segmen dari Pendengar Radio Rama FM? alasannya?
7. Format Program apa saja yang ada di Radio Rama dalam menarik hati pendengarnya?
8. Dalam setiap Rapat Redaksi apakah *planning* strategi komunikasi Dakwah dalam setiap program acara di bahas?

Daftar pertanyaan untuk *Direktur Program Embun Pagi* ;

1. Apa tugas dan wewenang utama dari Direktur Program Embun Pagi?
2. Apa alasan pemilihan nama Embun Pagi?
3. Sejak kapan program Embun Pagi ada?
4. Siapa segmen yang di bidik dalam program Embun Pagi? Apa alasannya? Dan pertimbangan apa yang melatar belakanginya?
5. Bagaimana Format komunikasi dalam proses siaran program Embun Pagi?
6. Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap siaran program Embun Pagi?
7. Apa yang diharapkan dari adanya siaran program Embun Pagi bagi pendengar Rama?

8. Faktor apa yang mendukung dan menghambat program Embun Pagi?
9. Berapa kali dilakukan evaluasi dalam memperbaiki kinerja produksi Program Embun Pagi?
10. Bagaimana mengetahui respon pendengar terhadap program Embun Pagi?
11. Bagaimana kiat menghadapi persaingan program radio lain dalam mengambil hati pendengar?
12. Dalam pemilihan beragam informasi yang diberikan pada pendengar Rama, informasi apa saja yang banyak mendominasi penyajiannya dalam program Embun Pagi ini? apa alasannya?

Daftar pertanyaan untuk *Penyiar Embun Pagi* ;

1. Berkaitan dengan model format komunikasi, strategi komunikasi apa saja yang sudah digunakan dalam menyampaikan pesan dalam penyiaran program Embun Pagi untuk menarik simpati pendengar?
2. Bagaimana memahami respon pendengar terhadap siaran yang sudah dilakukan?
3. Inovasi apa saja yang sudah dilakukan dalam menjadikan program Embun Pagi diminati pendengar?



PT. Radio Yayasan Ali Maksum - Rama 93.5 FM Jogja

Jl. KH. Ali Maksum 378 Krapyak Jogjakarta-Indonesia 55011

Phone On Air : 0274-450454 SMS : 081392330660 Fax : 0274-381040

SURAT KETERANGAN
NOMOR: 01/RAMA/III/2010

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Musta'in Abdullah
NIM : 04210070
Pendidikan : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Dakwah Pada Radio Rama FM Yogyakarta (Studi terhadap Format Komunikasi Program Religi Embun Pagi)

Telah melakukan tugas penelitian di Radio Rama FM terhitung sejak Desember 2009 s/d Januari 2010, berkaitan dengan judul tugas akhir tersebut di atas. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Yogyakarta, 19 Maret 2010
RADIO RAMA FM YOGYAKARTA

Kendy Yuditha, S.Psi
Chief Announcer & Program Director

DEPARTEMEN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PIAGAM PENGHARGAAN

Nomer : UIN.02/KPM/PP.06/ 206/ 2006

Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan penghargaan kepada :

Nama : **Mustain Abdullah** : :
Tempat dan Tanggal Lahir : **Probolinggo, 10 Mei 1981**
Nomor Induk Mahasiswa : **04210070**
Fakultas : **Dakwah**

Yang telah melaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam Program Relawan (setara KKN) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Gelombang II, dalam rangka membantu Korban Gempa Bumi di Daerah Istimewa Yogyakarta di :

Lokasi/Desa : **Tamanan**
Kecamatan : **Banguntapan**
Kabupaten / Kotamadya : **Bantul**
Propinsi : **Daerah Istimewa Yogyakarta**

dari tanggal 17 Juli s.d. 30 Agustus 2006 (Satu setengah bulan).

Semoga kelak menjadi sarjana yang *Kompeten, profesional, kredibel, generalis, populis dan sensitif* terhadap penderitaan sesama.



Yogyakarta, 1 September 2006
Pgs. Ketua,

Drs. Zainal Abidin
NIP. 150091626



PEMERINTAH KABUPATEN BANTUL
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(B A P P E D A)

Jln. Robert Wolter Monginsidi No. 1 Bantul 55711, Telp. 367533, Fax. (0274) 367796
Website <http://www.bappeda.bantulkab.go.id>
E-mail : bappeda@bantulkab.go.id

SURAT KETERANGAN/IZIN

Nomor : 070 /1677

Membaca Surat : Dari : Pemerintah Prop. DIY Nomor : 070/53670
Tanggal : 03 Desember 2009 Perihal : **ijin Penelitian**

Mengingat : 1 Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 tahun 1983 tentang Pedoman Pendataan Sumber dan Potensi Daerah;
2 Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 61 tahun 1983 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri; dan
3 Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 38/12/2004 tentang Pemberian Izin Penelitian di Propinsi Daerah Istimewa.

Diizinkan kepada

Nama : **MUSTA'IN ABDULLAH**
No.NIM/ NIM 04210070 MHS. UIN SUKA YK
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA RADIO RAMA FM YOGYAKARTA (STUDI TERHADAP FORMAT KOMUNIKASI PROGRAM RELIGI EMBUN PAGI)
Lokasi : Radio Rama Krapyak Panggungharjo, Sewon.
Waktu : Mulai Tanggal : **03 Desember 2009 s/d 03 Maret 2010**

Dengan ketentuan :

1. Terlebih dahulu menemui/melapor kepada pejabat Pemerintah setempat (Dinas/Instansi/Camat/Lurah setempat) untuk mendapat petunjuk seperlunya;
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat;
3. Wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (c/q Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta) dengan tembusan disampaikan kepada Bupati lewat Bappeda setempat;
4. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah;
5. Surat izin ini dapat diajukan lagi untuk mendapatkan perpanjangan bila diperlukan;
6. Surat izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Kemudian diharap para pejabat Pemerintah setempat dapat memberikan bantuan seperlunya.

Dikeluarkan di : Bantul
Pada Tanggal : **09 Desember 2009**

Tembusan dikirim kepada Yth

1. Bpk. Bupati Bantul
2. Ka. Kantor Kesbangpollinmas Kab Bantul
3. Ka. Bag Humas & Informatika Setda Bantul.
4. Dir/Pimp. Radio Rama Krapyak Panggungharjo
5. Yang bersangkutan
6. Pertinggal

A.n Bupati Bantul
Kepala Bappeda Kabupaten Bantul
Sekretaris

Ir. PULUNG HARYADI, MSc
NIP. 19640819.199003.1.010



PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SEKRETARIAT DAERAH

Kepatihan – Danurejan, Yogyakarta – 55213

SURAT KETERANGAN/IJIN

Nomor : 070/ 53670.

Membaca Surat : Dekan Fak Dakwa UIN Yogyakarta. Nomor : UIN/2/PD.I/TL.01/1611/2009.
Tanggal Surat : 23 Nopember 2009. Perihal : Ijin Penelitian.
Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam negeri Nomor 61 Tahun 1983, tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri;
2. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Di Ijinkan kepada :

N a m a : **MUSTA'IN ABDULLAH.**
NIM. : **04210070.**
Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta.

Judul Penelitian : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PADA RADIO RAMA FM YOGYAKARTA (STUDI TERHADAP FORMAT KOMUNIKASI PROGRAM RELIGI EMBUN PAGI) .**

L o k a s i : Kabupaten Bantul.
Waktu : 3 Desember 2009 s/d 3 Maret 2010

Ketentuan:

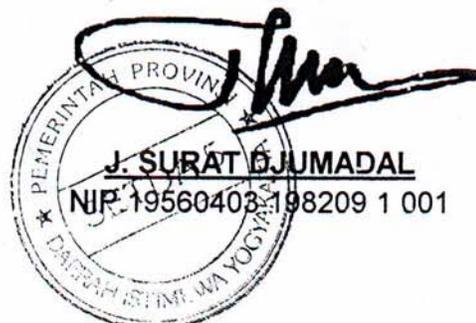
- 1 Menyerahkan surat keterangan/ijin dari Provinsi DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin;
- 2 Menyerahkan *soft copy* hasil penelitiannya kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta cq. Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi DIY dalam *compact disk (CD)* , dan menunjukkan cetakan asli;
- 3 Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah;
- 4 Waktu penelitian dapat diperpanjang dengan mengajukan surat ijin ini kembali;
- 5 Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila peneliti tidak memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di : Yogyakarta
Pada tanggal : 03 Desember 2009

Tembusan disampaikan Kepada Yth.

1. Gubernur DIY (Sebagai Laporan)
2. Bupati bantul cq Ka Bappeda.
3. Dinas Perhubungan ,Komunikasi dan Informatika Prov DIY.
4. Dekan Fak Dakwa UIN Yogyakarta.
5. Yang Bersangkutan.

An. Sekretaris Daerah
Asisten Perekonomian dan Pembangunan
UB. Kepala Biro Administrasi Pembangunan



CURRICULUM VITAE

A. PRIBADI

N a m a : Musta'in Abdullah
Tempat & Tanggal Lahir : Probolinggo, 10 Mei 1981
Alamat Asal :Ds. Gili Ketapang, Kec. Sumberasih Kab.
Probolinggo Jatim
Alamat di Yogyakarta : Jl. Nogopuro Gg 1 No. 91 Gowok Sleman
Yogyakarta

B. ORANG TUA

Nama Ayah : H. Abdullah
Nama Ibu : Hj. Nafisah
Alamat : Ds. Gili Ketapang Kec. Sumberasih Kab.
Probolinggo Jatim

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Zainul Hasan : lulus tahun 1996
2. Mts.Zainul Hasan : lulus tahun 1999
3. MA. As-Shulthoniyah: lulus tahun 2002
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : masuk 2004

D. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Ketua Fathul Qorib Discussion Centre (FQDC).
2. Wakil Ketua BEM-J KPI, UIN Sunan Kalijaga
3. Anggota LPM Rhetor