STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA RADIO REPUBLIK INDONESIA 91,1 MHz YOGYAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH

SKRIPSI
Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh:
Aden Hasan Solehudin
NIM: 09210105

Pembimbing:
Ristiana Kadarsih, S Sos., M.A.
NIP: 19770528 200312 2 002

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2013

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumwr.wb.

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

Nama	: Aden Hasan Solehudin
NIM	: 09210105
Judul Skripsi	: **Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan.**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu. Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 03 Oktober 2013

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002

Pembimbing,

Ristiana Kadarsih S.Sos, MA.
NIP 19770528 200312 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama : Aden Hasan Solehudin
NIM : 09210105
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "***Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah***" adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sabagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 03 Oktober 2013

Yang menyatakan,

Aden Hasan Solehudin
NIM: 09210105

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856,Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR
Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1653 /2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA RADIO REPUBLIK INDONESIA 91.1 MHz YOGYAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: ADEN HASAN SOLEHUDIN
NIM/Jurusan	: 09210105/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada	: Kamis, 17 Oktober 2013
Nilai Munaqasyah	: 82,7 (B+)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Ristiana Kadarsih, S.Sos., M.A.
NIP 19770528 200312 2 002

Penguji II,

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

Penguji III,

Mohammad Zamroni, S.Sos.I, M.Si.
NIP 19780717 200901 1 012

Yogyakarta, 22 Oktober 2013
Dekan,

Dr. H. Waryono, M.Ag.
NIP 19700110 199903 1 002

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa hormat Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

a) *Keluarga besarku dirumah terimakasih atas do'a yang selalu terucap disetiap do'a-do'a yang telah dipanjatkan.*
b) *Ayahanda tercinta H. Zaenal Arifin terimakasih atas pengorbanan, jerih payah, cucuran keringat untuk mencari sesuap nasi di bawah kaki gunung gurangrang untuk aku anaknya agar bisa kuliah.*
c) *Ibunda terkasih Hj. Saodah yang telah tulus mencintaiku, merawatku hingga aku dewasa aku berhutang budi kepadamu walau lunas tidak kau tagih.*
d) *Kepada teman-teman pengurus MNH (Musholla Nurul Huda) Yogyakarta yang rela meluangkan waktu untuk mengantar ke tempat penelitian terimakasih banyak.*
e) *Kampus tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, disini aku belajar menata kehidupan.*

MOTTO

" Kita tidak pernah tau sedikitpun tentang sesuatu

yang akan terjadi dimasa yang akan datang,

Tetapi kita berhak menentukan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang"

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan Pemilik Segala kehidupan atas seluruh nikmat yang telah diberikan-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Teriring shalawat dan salam rindu semoga terlimpahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, Nabi terakhir yang diharapkan syafaatnya kelak dihari ketika mulut terkunci, serta kaki dan tangan terbelenggu.

Skripsi yang berjudul *"Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah"* merupakan sebuah karya ilmiah yang tidak lepas dari kekurangan, harapan penulis semoga karya ilmiah ini bermanfaat untuk memperluas kajian keilmuan mengenai strategi komunikasi dakwah di radio. Dalam menyusun skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Musya Asy'ari, Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Waryono Abdul Ghafur, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saptoni S,Ag. M.A., Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta saran dalam pemilihan judul skripsi ini.
4. Ibu Ristiana Kadarsih S.Sos., M.A., dosen pembimbing skripsi, penulis mengucapkan terima kasih atas arahan, bimbingan serta telah meluangkan waktu begitu banyak untuk penulis demi selesainya skripsi ini semoga Allah

SWT membalas seluruh kebaikannya setimpal dengan kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis amin.

5. Seluruh pejabat dan karyawan Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta, yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis, terutama kepada Ibu Arlin Setyaningsih. S.Pd., yang telah membantu dari awal penulis melakukan observasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Ayahanda H. Zaenal Arifin dan Ibunda tercinta Hj. Saodah terima kasih yang sedalam dalamnya atas do'a yang selalu dipanjatkan, kasih sayang, cinta, dan seluruh jasa kebaikan yang diberikan kepada penulis semoga Tuhan memberikan umur yang panjang amin.
7. Kakak-kakakku tercinta Teh Eneng Rubai'ah Adawiyah dan suami Aa Wahid, Aa Asep Sulaeman Daroni dan istri Teh Iis, Teh Cucu Habibah dan suami Aa Uus, dan terakhir Aa Aceng Abdul Qodir Zaelani S.Thi. M.A. Terimakasih atas do'a, motivasi, dan dukungannya. Semoga rencana membuatkan rumah baru buat ibu dan bapak terlaksana amin.
8. Seluruh jajaran pengurus Musholla Nurul Huda beserta Dewan Pembina yang terhormat Bapak Misbahul Munir, Bapak Abdullah Sunono, Bapak H. Machasin dan Ibu Hj. Machasin, Nasyaruddin Latif, Adieb Aji Kurnia Ramadhan, S.Hum., M. Syafi'i, Masykur, Asep Supriyanto S.Thi., kang Apriyanto, Andoyo, Tiyan, Mas Aman Susanto S.Hi., juga pengurus perempuannya Rahayu Kurniasih S.Sos.I., Novera Pratiwi S.Pd.I., Bude Suranti S.Sos.I., Siska Arpiana S.Sos.I., Yaya S.Sos.I., Ilma, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan disini, semoga Allah bisa

mempertemukan kita kembali di Musholla Nurul Huda, disini kita pernah belajar berorganisasi dan bermasyarakat.

9. Teman-teman KKN Salam kulonprogo angkatan ke-77 Akbar, Usep, Musthofa, Arin, Eta, Tuti, vella, Mbak Yuni, dan Chacha. Dulu kita pernah membangun sebuah cerita indah tapi sekarang hanya tinggal puing-puing kenangan, kalian teman-teman yang sangat luar biasa.
10. Bapak Sudarto dan Ibu Darto pemilik kost terimakasih atas fasilitas kost yang telah diberikan, juga kepada teman-teman kost Mas Tri Candra S.E.i., makasih mas telah membantu ngedit skripsinya, Kodirin, Bayu, David, Yaumi, Fauzi. Terimakasih semuanya.
11. Seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan nama-namanya semoga Allah selalu memudahkan kita semua. Amin.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa didalam menyusun dan menganalisis skripsi ini banyak kekurangan serta kesalahan oleh sebab itu, kritik juga saran sangat penulis butuhkan.

Yogyakarta, 03 Oktober 2013

Aden Hasan Solehudin

ABSTRAK

Aden Hasan Solehudin (09210105) "*Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah*" Latar belakang masalah ini muncul melihat realita di lapangan terhadap pesatnya perkembangan teknologi yang dirasakan pengaruhnya dalam mengubah pola pikir, gaya hidup, dan perilaku masyarakat. Keberadaannya harus dimanfaatkan secara maksimal sehingga dapat membawa pengaruh yang positif bagi masyarakat. RRI Yogyakarta salah satu radio yang mempunyai nilai sejarah panjang sehingga perlu dikaji, terutama pengalaman dalam membuat dan merancang strategi penyiaran di Indonesia. Program Tausiyah Udara di RRI bersifat interaktif yaitu adanya tanya-jawab secara langsung antara *da'i* dengan pendengar. Alasan inilah yang menjadikan penulis tertarik mengetahui strategi yang digunakan Radio Republik Indonesia Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta, dalam menyampaikan isi pesan dakwah kepada pendengar.
Juga menambah wawasan keilmuan penulis khususnya dalam bidang strategi komunikasi dakwah di media massa khususnya radio.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang cara memperoleh data melalui pengamatan atau observasi wawancara dan penelaahan terhadap dokumen-dokumen. Sumber data dibagi menjadi dua bagian. *Pertama,* Sumber data primer, yaitu sumber data yang memberikan data langsung dari tangan pertama. *Kedua,* Sumber data sekunder yaitu sumber data yang dikutip dari orang lain.

Subjek penelitian ini meliputi kepala seksi pro 1 RRI, staf program, penyiar, penceramah, dan pendengar. Objek penelitian ini ialah Program Tausiyah Udara 91,1 MHz RRI Yogyakarta. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analitik yaitu, metode dengan cara menguraikan sekaligus menganalisisnya sumber data penelitian adalah sumber data primer yang memberikan data langsung dari tangan pertama. Sumber data sekunder yaitu sumber data yang dikutip dari sumber lain. Metode pengumpulan data berupa observasi ialah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada sebuah penelitian, namun melalui dokumen. Adapun metode analisis data yang digunakan ialah metode deskriptif analitik yaitu, metode dengan cara menguraikan sekaligus menganalisisnya. Hasilnya strategi komunikasi dakwah yang digunakan RRI adalah meliputi pemilihan komunikator, isi pesan, media, segmentasi pendengar, umpan balik, dan efek Tausiyah Udara.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI ii

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

MOTTO v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul 1

1. Strategi Komunikasi Dakwah 1
2. Program Tausiyah Udara 2
3. Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta 2
4. Pesan Dakwah 2

B. Latar Belakang Masalah 3

C. Rumusan Masalah 6

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7

E. Kajian Pustaka 8

F. Kerangka Teori 12

1. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Dakwah 12

a. Perencanaan (*Planning*) 13

b. Pengorganisasian (*Organizing*) 13
c. Pengarahan dan Memberikan Pengaruh 15
d. Pengawasan (*Controling*) 15
2. Tinjauan Tentang Komunikasi..... 21
3. Tinjauan Tentang Komunikasi Dakwah 29
4. Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an 30
5. Memahami Elemen Dakwah..... 33
G. Metode Penelitian 35
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 35
2. Subjek dan Objek Penelitian 35
3. Tempat dan Waktu Penelitian 36
4. Sumber Data..... 36
5. Tekhnik Sampling 37
6. Tekhnik Pengumpulan Data 38
7. Uji Validitas Data..... 39
8. Tekhnik Analisis Data..... 40
H. Sistematika Pembahasan..... 41

BAB II: GAMBARAN UMUM RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) YOGYAKARTA

A. Uraian Singkat Sejarah RRI Yogyakarta 41
B. Visi dan Misi RRI Yogyakarta 43
1. Visi RRI Yogyakarta 43

2. Misi RRI Yogyakarta 43

C. Asas Tujuan dan Fungsi RRI 45

D. Filosofi Penyiaran RRI Yogyakarta 46

E. Struktur Organisasi RRI Yogyakarta 47

F. *Job Descriptoins* Pro 1 RRI Yogyakarta 48

1. Produser Pelaksana 48

2. Pengarah Acara 49

3. Presenter/Penyiar 50

G. Program Pro 1 (91,1) MHz RRI Yogyakarta 51

1. Acara-Acara Reguler Pro 1 RRI Yogyakarta 51

2. Program Tausiyah Udara Pro1 (91,1) MHz RRI Yogyakarta 53

BAB III: STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA PRO 1 (91,1) MHz RRI YOGYAKARTA

A. Perencanaan (*Planning*) 58

B. Pengorganisasian (*Organizing*) 60

C. Pengarahan dan Memberi Pengaruh 61

D. Pengawasan (*Controling*) 62

E. Pengirim Pesan (Komunikator) 64

1. Presenter/Penyiar 65

2. Ustadz/Uatadzah 67

F. Pesan (Tema Tausiyah Udara) 69

G. Pemilihan Media 75

H. Segmentasi Pendengar RRI 76

I. Umpan Balik 78

J. Efek Program Tausiyah Udara 80

1. Efek Kognitif 81

2. Efek Afektif 82

3. Efek Konatif 82

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan 83

B. Saran-saran 90

C. Kata Penutup 96

DAFTAR PUSTAKA 91

LAMPIRAN-LAMPIRAN 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01 Teori Komunikasi Model Harold D Laswell, 17
Gambar 02 Struktur Organisasi Radio Republik Indonesia Yogyakarta, 49
Gambar 03 Jadwal Acara-Acara Reguler Pro 1 RRI, 54

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari salah tafsir dalam memahami penelitian ini, maka penulis perlu menjabarkan terlebih dahulu istilah-istilah penting yang terdapat dalam judul Skripsi "Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta dalam Menyampaikan Pesan Dakwah". Penjelasan atas istilah-istilah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Dakwah

   Strategi adalah keahlian mengatur atau merencanakan, dengan menggunakan rencana yang cermat dan sistematis, tentang suatu kegiatan guna meraih suatu tujuan, target, atau sasaran.[1] Komunikasi ialah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksudkan dapat dipahami.[2] Dakwah adalah usaha untuk mengajak atau mengundang umat manusia secara bersama-sama ke arah kebajikan menuju jalan Allah SWT dengan cara yang bijaksana untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.[3]

---

[1] Salim Peter dan Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: English Press, 1991), hlm. 1465.

[2] Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 454.

[3] Andy Dermawan, *Ibda'binafsika Menggagas Paradigma Dakwah Partisipatoris*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), hlm. 29.

Jadi strategi komunikasi dakwah ialah suatu cara untuk mengatur atau merencanakan sebuah pesan yang disampaikan oleh dua orang atau lebih guna untuk mengundang atau mengajak umat manusia ke arah kebajikan menuju jalan Allah SWT dengan cara yang bijaksana.

2. Program Tausiyah Udara

Program Tausiyah Udara adalah salah satu nama program interaktif keagamaan di Pro 1 Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta yang mengudara di 91,1 MHz dan dilaksanakan pada pukul 05:00 sampai pukul 06:00 WIB.[4]

3. Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

Radio yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pro 1 Radio Republik Indonesia (RRI) cabang Yogyakarta yang mengudara di gelombang 91,1 MHz yang terletak di Jalan Ahmad Jazuli Kotabaru Yogyakarta.

4. Pesan Dakwah

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.[5] Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah ialah pesan yang disampaikan oleh *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* (komunikan). Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut *message, content*, atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau dengan menggunakan sarana media.

---

[4] Wawancara dengan Arlin Setyaningsih, kepala seksi Pro 1 RRI Yogyakarta, Hari Senin tanggal 25 Maret 2013.

[5] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 97-98.

Dari uraian di atas dapat ditarik satu definisi umum yang dimaksud dengan judul "Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz (RRI) Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah" ialah penelitian tentang suatu cara untuk mengatur, merencanakan, dan mengolah isi pesan dakwah yaitu pesan yang dikomunikasikan oleh sumber *da'i* kepada penerima *mad'u* pada program Tausiyah Udara yang berlangsung pada pukul 05:00-06:00 WIB di Pro 1 (91,1) MHz Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta.

B. Latar Belakang Masalah

Beragam kemajuan yang telah dicapai di zaman modern saat ini telah membawa banyak perubahan di segala bidang. Manusia mendapatkan segala kemudahan dalam menjalanai kehidupannya, terutama dalam hal kemajuan teknologi telekomunikasi. Hasil kemajuan yang telah dicapai di bidang ini secara langsung ataupun tidak langsung telah membawa pengaruh yang sangat besar terhadap tatanan kehidupan sosial masyarakat.[6]

Pengaruh tersebut mencakup dua hal yaitu positif dan negatif adapun sisi negatifnya ialah masyarakat semakin bersifat individualis, memilih hal-hal yang instan, dan mulai meninggalkan norma-norma sosial dan agama. Masyarakat pedesaan yang selama ini dikenal masih banyak mempertahankan nilai-nilai lokal yang menjunjung tinggi moralitas, kebersamaan, dan gotong royong terancam digusur akibat pengaruh kemajuan teknologi yang serba

[6] Mohammad Faiz Aminuddin, *Reformulasi Komunikasi Mengususng Nilai Dakwah*, Mohammad Zamroni, edt, (Yogyakarta: CV Arta Wahyu Sejahtera, 2008), hlm. 104.

modern masuk dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh negatif yang terjadi di masyarakat begitu kuat maka perlu di waspadai oleh berbagai kalangan termasuk *muballigh,* atau *da'i.* Diperlukan suatu strategi dakwah yang tepat untuk menghadapi terpaan globalisasi yang kian merebak perhatian terhadap materi dakwah, *skill da'i,* dan sarana dakwah, menjadi perhatian utama agar aktifitas dakwah bisa berhasil.

Sisi positif pesatnya kemajuan tekhnologi bisa memberikan peluang bagi umat Islam, khususnya para *da'i* untuk lebih bisa memanfaatkan dan mengembangkan teknologi dalam rangka ber-*amar ma'ruf nahi munkar*. Harus disadari bahwa masyarakat memang belum mampu menghasilkan teknologi canggih yang membawa perubahan secara global yang merupakan kelemahan sehingga seharusnya menjadi peluang bagi umat Islam untuk menjadi lebih kreatif memanfaatkan sajian tekhnologi yang canggih, yakni bagaimana umat Islam bisa mengembangkan dan memanfaatkan teknologi komunikasi untuk kegiatan berdakwah.

Media yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah diantaranya adalah radio. Hampir seluruh radio siaran yang menyelenggarakan siaran di Indonesia menyajikan berbagai program baik berupa informasi, edukasi, dan hiburan. Termasuk siaran keagamaan sebagai fungsi edukasi. Keunggulan berdakwah melalui radio adalah radio tidak mengenal rintangan geografis seperti pada surat kabar atau film. Itulah sebabnya berita atau informasi melalui radio dapat diterima di mana saja sehingga khalayaknya jauh lebih besar dari surat kabar dan film. Hal ini juga disebabkan karena pesawat penerima radio

lebih murah, sehingga banyak orang memilikinya.[7] Selain itu keunggulan radio siaran adalah berada dimana saja, di tempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, di mobil, di kantor, di jalanan, dan di berbagai tempat lainnya.[8]

Berdakwah melalui radio dibutuhkan strategi yang tepat agar setiap program bisa diminati oleh banyak pendengar karena begitu ketatnya persaingan di radio. Strategi seringkali diidentikan dengan metode.[9] Namun sebenarnya keduanya berbeda walaupun saling berkaitan. Dalam konteks program "Tausyiah Udara", strategi yang dimaksud adalah strategi dakwah. Strategi dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebaik apapun institusi, media, materi, dan kapasitas seorang *da'i* jika tidak menggunakan strategi seringkali hasilnya kurang maksimal. Semakin baik strategi yang disusun dalam menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain maka akan semakin besar kemungkinan pesan dakwah agama yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*.[10]

---

[7] Anwar Arifin, *Dakwah* Kontemporer *Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 108.

[8] Elvinaro Ardianto, dan Lukiyati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2004), hlm. 115.

[9] Istilah metode atau dalam bahasa inggris *"method"* berasal dari bahasa Yunani *"methodos"* yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis pula. Lebih lengkapnya silahkan buka buku karangan Onong Uchjana Effendy dengan judul buku *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* hlm 56.

[10] Musta'in Abdullah, *Reformulasi Komunikasi Mengususng Nilai Dakwah*, Mohammad Zamroni, edt, (Yogyakarta: CV Arta Wahyu Sejahtera, 2008), hlm. 26-27.

Institusi Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta dengan segenap direksi dan karyawan yang bekerja di dalamnya, mempunyai peranan penting dalam menyusun strategi untuk kesuksesan setiap program agar bisa diterima dengan baik oleh pendengar.

Melihat realita di lapangan terhadap pesatnya perkembangan teknologi sangat dirasakan pengaruhnya dalam mengubah pola pikir, gaya hidup, dan perilaku masyarakat. Keberadaanya harus dimanfaatkan secara maksimal sehingga dapat membawa pengaruh yang positif bagi masyarakat. Oleh sebab itu, penulis merasa perlu untuk membahas dan mengkaji melalui penelitian ini untuk menjadi bagian yang ikut memanfaatkan kecanggihan teknologi. Dalam penelitian ini penulis memilih Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai objek penelitian karena *Pertama,* RRI Yogyakarta mempunyai nilai sejarah yang panjang sehingga perlu dikaji bersama terutama pengalaman dalam membuat dan merancang strategi penyiaran di Indonesia. *Kedua,* program "Tausiyah Udara" di RRI bersifat interaktif yaitu adanya tanya-jawab secara langsung antara *da'i* dengan pendengar. Dua alasan tersebut di atas menjadikan penulis tertarik mengetahui strategi yang digunakan Radio Republik Indonesia Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian singkat latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi komunikasi dakwah program Tausiyah Udara radio republik Indonesia 91,1 MHz dalam menyampaikan isi pesan dakwah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas mengenai strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta, dalam menyampaikan isi pesan dakwah kepada pendengar.
   b. Menambah wawasan keilmuan penulis khususnya dalam bidang strategi komunikasi dakwah di media massa khususnya radio.
2. Manfaat Penelitian
   a. Manfaat Teoritis

      Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas keilmuan sosial, khususnya dalam bidang komunikasi dan dakwah.

   b. Manfaat Praktis

      Pertama, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh instansi-instansi atau lembaga-lembaga yang berkepentingan terutama bagi penggerak dakwah (*da'i*) dalam merumuskan strategi dakwah di media massa, baik media elektronik maupun cetak.

      Kedua, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi keilmuan baru bagi penelitian selanjutnya maupun bagi jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya pada bidang strategi komunikasi dakwah di radio.

E. Kajian Pustaka

Ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan oleh penulis sebagai kajian pustaka. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yadi Supriyadi dengan judul skripsi, *Strategi Dakwah MQ (Manajemen Qolbu) Corporation Melalui Tekhnologi Modern,* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2004). Metode yang digunakan oleh Yadi Supriyadi dalam menganalisis data ialah menggunakan metode *deskriptif interpretative* yaitu langkah-langkah penelitian yang dimulai dengan mengumpulkan data kemudian disusun, diklarifikasi, dianalisa, dan diberi interpretasi sepenuhnya. Sementara hasilnya menunjukan bahwa dalam menetapkan azaz bagi pelaksanaan strategi dakwah melalui Al-Qur'an Seluler, MQ *Corporation* menerapkan azaz-azaz dakwah yakni azaz keimanan dan ketakwaan, azaz kerakyatan, azaz pendidikan dan azaz manfaat serta pengembangan. Al-Qur'an seluler merupakan sebuah layanan yang diluncurkan oleh MQ (Manajemen Qolbu) *Corporation* yang merupakan realisasi dari ide Mr. Craig Ownsby (seorang *muallaf* dari Amerika Serikat), yaitu sebuah layanan yang berfungsi memberikan pengajian dan kajian Al-Qur'an melalui telepon, sebagai solusi bagi seseorang yang ingin mendapatkan siraman rohani ditengah-tengah kesibukannya sehari-hari.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Musta'in Abdullah dengan judul skripsi, *Strategi Komunikasi Dakwah pada Radio Rama FM Yogyakarta (Studi Terhadap Format Komunikasi Program Religi Embun Pagi).* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Musta'in Abdullah fokus mengenai bagaimana Radio Rama FM dalam mendeskripsikan format komunikasi program religi Embun Pagi dalam memberikan solusi atas problem sosial masyarakat dalam perspektif Islam dan mengetahui strategi penyiar Radio Rama FM dalam membawakan program religi Embun Pagi. Metode analisis data yang digunakan saudara Musta'in Abdullah ialah menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana dalam melakukan penelitian, Musta'in Abdullah menggambarkan fakta dari semua hasil penelitian dilapangan menganalisa dan menginterpretasikannya sehingga penelitian dapat ditarik suatu benang merah dari strategi komunikasi dakwah khususnya format komunikasi yang ditelitinya. Hasil penelitian menunjukan bahwa *Pertama,* Dalam melakukan strategi komunikasi penyiaran program Embun Pagi, manajemen Rama FM melakukan langkah perumusan segmentasi pendengar Embun Pagi yaitu mereka yang berusia 15 hingga 35 tahun. Sedangkan masalah target jenis kelamin, mereka adalah perempuan (60%) dan sisanya adalah laki-laki (40%). Sedangkan dilihat dari sisi perekonomian adalah mereka dari semua kalangan. *Kedua,* strategi yang digunakan dalam mengefektifkan siaran program Embun Pagi adalah menempatkan para penyiar yang memiliki

kompetensi keagamaan yang luas, salah satu syaratnya ialah penyiar mampu membaca Al-Qur'an dan *berakhlakul karimah* (akhlak yang baik).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nuningsih Handayani dengan judul skripsi. *Strategi Komunikasi Yayasan Kesejahteraan Tunanetra Islam (Yaketunis) dalam Upaya Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Tunanetra.* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2010). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Yaketunis dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan pada tunanetra dalam kegiatan kuliah keagamaan kuliah agama Islam. Dalam menganalisa data yang diperoleh, Nuningsih Handayani menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menyusun dan menganalisa data secara apa adanya, kemudian memberikan interpretasi agar mudah dipahami dengan menerangkan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Hasilnya bahwa Strategi komunikasi yang disusun oleh pengurus Yaketunis dilakukan melalui tahapan-tahapan yaitu pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, pemilihan media, dan peranan komunikator yang sesuai dengan tahapan yang ada dalam komunikasi. Namun kegiatan kuliah agama Islam ini belum begitu optimal karena hanya dilaksanakan satu kali dalam seminggu, sehingga dibutuhkan perencanaan komunikasi di dalam strategi komunikasi di Yaketunis dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan pada tunanetra.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Doniana Kusuma dengan judul skripsi. *Strategi Dakwah Front Pembela Islam dalam Menanggulangi Dampak*

Negatif Globalisasi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2010). Fokus penelitian Doniana ialah untuk mengetaahui konsep strategi dakwah dalam menanggulangi dampak negatif hadirnya globalisasi dengan objek penelitian Front Pembela Islam Jakarta sedangkan yang menjadi narasumbernya ialah Habib Riziq Shihab. Adpun metode analisis data yang digunakan adalah dengan metode deskriptif analitik dengan menghasilkan kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan FPI ialah dalam merespon kemungkaran terutama yang berkaitan dengan penyakit masyarakat sangat bergantung pada kondisi lokasi terjadinya kemungkaran tersebut. Jika masyarakat setempat mendukung terjadinya kemaksiatan, maka FPI akan menggunakan cara persuasif, biasanya melalui pengajian melalui metode pengajian tabligh akbar pada awal berdirinya, FPI menggunakan cara *konfrontatif*. Cara kedua ini memang cukup efektif ketika para pelaku kemaksiatan menjadi jera dengan tindakan FPI yang cenderung *refresif* diantaranya dengan menghancurkan tempat mereka bersarang.

Kajian mengenai strategi komunikasi, juga terdapat di beberapa buku literatur yang penulis ketahui diantaranya yaitu berupa buku dengan judul *"Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi"* yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy. Di dalam buku tersebut dijelaskan mengenai strategi komunikasi yang efektif dengan beberapa pilihan teori-teori komunikasi massa yang ditawarkan. Buku tersebut sangat representatif untuk dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian dan kajian-kajian ilmiah lainnya.

Dari beberapa judul skripsi dan literatur di atas, terdapat beberapa persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, di antaranya mengenai strategi, baik strategi komunikasi, maupun strategi dakwah. Adapun judul yang akan penulis bahas dalam penelitian ini ialah "*Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1MHz Yogyakarta dalam Menyampaikan Pesan Dakwah"*. Sementara penelitian tentang strategi komunikasi dakwah dalam program Tausiyah Udara di RRI belum ada. Oleh sebab itu, penulis mencoba mengisi celah kekosongan tersebut dengan melakukan penelitian yang difokuskan padai strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta agar kegiatan dakwah Islam melalui radio bisa diterima pendengar dengan baik.

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Dakwah

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.[11] Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, tetapi harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Keberhasilan media penyiaran bergantung pada bagaimana kualitas orang-orang yang bekerja pada institusi media penyiaran tersebut. Namun demikian kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan

[11] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 29.

manajemen. Karena alasan inilah dibutuhkan sebuah manajemen yang baik. Adapun fungsi manajemen tersebut adalah sebagai berikut: [12]

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang dalam perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan.

Pengelola stasiun penyiaran sering membuat kesalahan, yaitu memulai kegiatan dan membuat keputusan tanpa menetapkan tujuanterlebih dahulu. Tujuan adalah suatu akhir, titik akhir atau segala sesuatu yang akan dicapai. Setiap tujuan kegiatan dapat juga disebut dengan sasaran (*goal*) atau target. Sebelum organisasi menentukan tujuan, terlebih dahulu harus menetapkan visi dan misi atau maksud organisasi.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*Organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya,

[12] Morisson, *Manajemen Media Penyiaran Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup, 2011), hlm. 138-139.

yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya.[13] Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Hal ini tercermin pada struktur formal suatu organisasi dan tampak atau ditunjukan oleh suatu bagan organisasi.

Setiap bagian dari struktur organisasi itu harus memiliki paparan kerja atau *job description* ini penting untuk memahami bahwa wewenang dan tanggung jawab diantara para manajer struktur organisasi stasiun penyiaran radio biasanya lebih sederhana sehingga pembagian kerjanya tidak terlampau rumit secara umum struktur organisasi penyiaran radio terdiri atas direktur utama dan manajer stasiun di bawah terdapat para manajer level menengah seperti manajer siaran, manajer pemasaran, manajer tekhnik, dan seterusnya. Manajer siaran antara lain membawahi bidang kerja tekhnologi informasi, produksi, penyiar, reporter, penulis naskah, dan lain-lain. Manajer pemasaran membawahi tenaga sales atau *account excutive* bagian tekhnik pengelola stabilitas peralatan tekhnis siaran selama 24 jam.

[13] *Ibid,*. hlm. 150.

c. Pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing/ influencing*)

Fungsi mengarahkan dan memberikan pengaruh atau memengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif.[14] Dalam hal ini, Peter Pringle mengemukakan *the influencing or directing function sconters on the stimulation of employees to carry out their responsibilities with enthusiasm and sfectiveness.* (Fungsi memengaruhi atau mengarahkan terpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme dan efektif). Kegiatan mengarahkan, memengaruhi ini mencakup empat kegiatan penting yaitu pemberian motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi karena para manajer tidak dapat mengarahkan kecuali bawahan dimotivasi untuk bersedia mengikutinya.

d. Pengawasan (*controling*)

Terdapat banyak sebutan untuk fungsi pengawasan antara lain evaluasi (*evaluating*), penilaian (*appraising*), dan perbaikan (*controlling*).[15] Namun sebutan pengawasan lebih banyak digunakan karena lebih mengandung konotasi yang mencakup penetapan standar pengukuran kegiatan dan pengambilan tindakan korektif pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi sudah tercapai apakah belum. Hal ini berkenaan dengan cara-cara

[14] *Ibid*,.hlm.152
[15] *Ibid*,. hlm. 167

membuat kegiatan yang sesuai dengan apa yang direncanakan pengertian ini menunjukan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan, pengawasan membantu penelitian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

Melalui perencanaan stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan jika kedua kinerja tersebut tidak sama maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

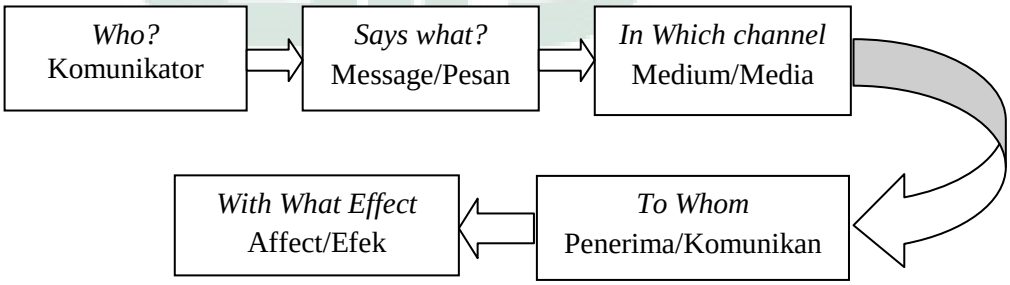
Demikianlah strategi komunikasi merupakan perpanduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management communiction*) untuk mencapai suatu tujuan, maka strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung kepada situasi dan kondisi. Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus

didukung oleh teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya.[16]

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Harold D Lasswel yang menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi yang efektif ialah dengan menjawab pertanyaan "*who say what which channel to whom with what effect*?"

Untuk lebih jelasnya mengenai strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Harold D lasswel tersebut:[17]

a. *Who?* (Siapakah komunikatornya?)
b. *What says?* (Pesan apa yang dinyatakannya?)
c. *In which channel?* (Media apa yang digunakannya?)
d. *To whom?* (Siapa komunikannya?)
e. *With what effect?* (Efek apa yang diharapkan?)



Gambar: 01
Teori Komunikasi Harold D Laswell

[16] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti), hlm. 301.

[17] *Ibid*., hlm. 301.

Rumusan Harold D Lasswel ini tampaknya sederhana saja, tetapi jika dikaji lebih jauh pertanyaan "efek apa yang diharapkan". Secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama pertanyaan tersebut ialah:[18]

f. *When?* (Kapan dilaksanakannya?)

g. *How?* (Bagaimana melaksanakannya?)

h. Why? (Mengapa dilaksankan demikian?)

Tambahan pertanyaan tersebut dalam strategi komunikasi sangat penting karena pendekatan (*approach*) terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi bisa berjenis-jenis yakni menyebarkan informasi, melakukan persuasi, dan melaksanakan instruksi.

Startegi harus dapat memberikan kesatuan, arah, maksud dan tujuan, serta memungkinkan dilakukan perubahan-perubahan proaktif yang diperlukan untuk membentuk masa depan sebuah lembaga atau organisasi.[19]

Teori lain yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori Melvin L DeFleur ia mengemukakan empat teori yang masing-masing ia namakan namun, yang penulis gunakan hanya tiga yaitu: *individual differences theory, sosial relationships theory, dan cultur norm the*ory.[20]

---

[18] *Ibid*., hlm. 302.

[19] Purwanto, *Budaya Perusahaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 156-157.

[20] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. hlm. 316-318.

individual differences theory, menyebutkan bahwa khalayak yang secara selektif memperhatikan suatu pesan komunikasi, khususnya jika berkaitan dengan kepentingannya akan sesuai dengan sikapnya kepercayaanya dan lain-lain. Tanggapan terhadap pesan komunikasi itu akan diubah oleh tatanan psikologinya.

Jika pandangan *individual differences theory* mengenai proses komunikasi sesuai dengan penemuan-penemuan dalam psikologi umum, maka teori yang kedua yakni *sosial categories theory* tampaknya bersumber pada teori sosiologi umum mengenai massa. Asumsi dasar dari teori Melvin L DeFleur yang kedua ini adalah bahwa meskipun masyarakat modern sifatnya heterogen orang-orang yang mempunyai sejumlah sifat yang sama akan memiliki pola hidup tradisional yang sama. Kesamaan orientasi dan perilaku ini akan mempunyai kaitan dengan gejala yang diakibatkan media massa. Suatu kelompok dari khalayak akan memilih pesan komunikasi yang kira-kira sama dan akan memberikan tanggapan yang kira-kira sama pula.

Teori yang ketiga, *cultur norm theory* pada hakikatnya merupakan anggapan yang mendasar bahwa melalui penyajian yang selektif dan penekanan pada tema tertentu media massa menciptakan kesan-kesan pada khalayak bahwa norma-norma budaya yang sama mengenai topik-topik tertentu dibentuk dengan cara-cara yang khusus terdapat tiga cara media massa secara potensial mempengaruhi norma-norma dan batas-batas situasi perseorangan:

1) Pesan komunikasi bisa memperkuat pola-pola yang sudah ada (*reinforce existing pattern*) dan mengarahkan orang-orang untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial dipelihara oleh masyarakat.
2) Media massa bisa menciptakan keyakinan baru (*create new shared convicition*) mengenai topik, dengan topik mana khalayak kurang berpengalaman sebelumnya.
3) Media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada (*change existing norms*) dan karenanya mengubah orang-orang dari bentuk tingkah laku yang satu menjadi tingkah laku yang lain.

Sedangkan menurut Asmuni Syukir, kaitannya dengan strategi dakwah di radio ialah seorang da'i dalam berdakwah harus memperhatikan beberapa azaz dakwah, antara lain:[21]

a. Azas Filosofis (*philosohpy*)

Azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktifitas dakwah.

b. Azas Sosiologis (*sosiology*)

Azas ini membahas masalah masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya seorang *da'i* harus mengetahui kultur sasaran dakwahnya, tingkat pendidikan, ekonomi, usia, budaya dan mayoritas agama di daerah setempat agar memudahkan *da'i* dalam meyampaikan pesan dakwah.

[21] Nur Ariyanto, *Skripsi yang berjudul Strategi Dakwah Majlis Tafsir Al-Qur'an MTA Melalui Radio MTA 107,9 FM Surakarta*. (Semarang: IAIN Walisongo, 2010).

c. Azas psikologi (*Psicology)*

Azas ini membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang *da'i* adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik, yakni berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Apalagi masalah agama yang merupakan masalah ideologi atau kepercayaan (*ruhaniyah*) tidak lepas dari masalah-masalah psikologis sebagai azas dasar dakwahnya.

d. Azas Efektifitas dan Efisiensi

Maksudnya ialah di dalam aktifitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. Dengan kata lain ekonomis biaya, tenaga, dan waktu tetapi mendapat hasil yang semaksimal mungkin, atau setidak tidaknya seimbang antara keduanya.

2. Tinjauan Tentang Komunikasi

Berbagai sumber menyebutkan bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communis,* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.[22] Dalam hal ini yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Jadi, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia.[23]

---

[22] Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010), hlm. 55.

[23] *Ibid*., hlm. 56.

Dalam definisi ini tampak bahwa komunikasi sebagai suatu proses menstimulasi dari seorang individu terhadap individu lain dengan menggunakan lambang-lambang yang berarti, berupa lambang kata untuk mengubah tingkah laku. Lebih sederhana lagi batasan yang di berikan oleh Warren Weaver, yang menyatakan sebagai berikut "*Communication is all of the procedure by which one mind can affect another*". (komunikasi adalah sebuah prosedur dengan mana pemikiran seseorang dapat mempengaruhi yang lainnya).

Sementara itu, proses komunikasi dapat diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (*message)* dari pengirim pesan sebagai komunikator kepada penerima pesan sebagai komunikan. Tujuan dari proses komunikasi tersebut adalah tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak. Sebelum pesan-pesan tersebut dikirim kepada komunikan, komunikator memberikan makna-makna dalam pesan tersebut (*decode*) yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan diberikan makna sesuai dengan konsep yang dimilikinya (*encode*).[24]

a. Unsur-Unsur Komunikasi

1. Pengirim pesan (Komunikator)

Pengirim pesan (Komunikator) adalah manusia yang memulai proses berkomunikasi disebut "komunikator".[25] Komunikator ketika mengirimkan pesan tentunya memiliki motif

[24] Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 81.

[25] Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm. 58-59.

dan tujuan yang sering disebut “motif komunikasi”. Ada yang menyebut pengiriman pesan atau komunikator dengan istilah “pengirim” saja atau disebut juga sumber.

Pengamat dan ilmuan komunikasi lain ada yang menyebutnya dengan *ecoder*. Istilah “*ecoder*” identik dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandi. “*Encoding*” adalah proses penyandian, yang disandikan adalah pesan. Komunikator bisa terdiri dari satu orang, banyak orang atau lebih dari satu orang tersebut relatif saling kenal sehingga terdapat ikatan emosional yang kuat dalam kelompoknya, mereka disebut kelompok kecil. Apabila mereka relatif tidak saling kenal secara pribadi sehingga ikatan emosionalnya lemah, mereka disebut sebagai “kelompok besar” atau “publik”.

2. Penerima pesan (Komunikan)

Penerima pesan (komunikan) adalah orang yang diajak bicara (lawan bicara) kepada siapa pesan komunikator ditujukan.[26] Ada ahli lain yang menyebut penerima pesan atau komunikan sebagai *“decoder”*. Dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antar pribadi peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis dapat saling berganti.

[26] *Ibid*., hlm. 60.

Sebagai komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang atau lebih (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi) dan massa.

3. Pesan

Pesan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya.[27] Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak akan tetapi, ketika disampaikan dari komunikator kepada komunikan menjadi konkret karena disampaikan dalam bentuk simbol/lambang berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan) suara (audio), gambar (visual), mimik, gerak gerik, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, lambang komunikasi disebut juga bentuk pesan yakni wujud konkret dari pesan berfungsi mewujudkan pesan yang abstrak menjadi konkret. Suara, mimik, dan gerak gerik lazim digolongkan dalam pesan nonverbal, sedangkan bahasa lisan dan bahasa tulisan dikelompokan dalam pesan verbal.

4. Media (*channel*)

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.[28] Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam yakni media cetak dan media

[27] *Ibid.*, hlm. 61-62.

[28] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hlm. 25.

elektronik. Media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, brosur, stiker, buletin, spanduk, dan lain sebaginya. Sementara itu, media elektronik antara lain film, televisi, komputer, radio dan lain-lain.

5. Umpan balik.

Ada dua umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi, yakni umpan balik langsung (*immadiated feedback*) dan tidak langsung (*delayed feedback).*[29] Umpan balik langsung terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau ada kemungkinan bisa berbicara langsung. Misalnya, dalam komunikasi antarpesona yang melibatkan dua orang atau komunikasi kelompok umpan balik secara tidak langsung, misalnya bisa ditunjukan dalam *letter to the editor* (surat pembaca). Dalam rubik ini biasanya sering kita lihat koreksi pembaca atas berita atau gambar yang ditampilkan media cetak. Tidak kecuali dengan kritikan yang ditujukan pada media yang bersangkutan.

6. Efek

Efek diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat dari penerimaan pesan.[30] efek komunikasi tersebut diklasifikasikan menjadi tiga. Pertama, *Efek kognitif* yang berkaitan

[29] Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa,* (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hlm.109.

[30] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm. 26.

dengan cara berfikir dan bernalar, sehingga individu atau kelompok yang semula tidak memahami apa-apa menjadi paham. Kedua, *efek afektif* yaitu pengaruh yang berkaitan dengan perasaan. Misal seseorang bisa merasa senang, marah, sedih, kecewa, bahkan tertawa terbahak-bahak apabila telah diterpa oleh media massa maka orang tersebut telah terkena *efek afektif* komunikasi. Ketiga, *efek konatif* cenderung berupa kegiatan atau tindakan efek *kognitif* timbul secara tidak langsung melaikan didahului oleh *efek konatif* dan *afektif* . Efek *konatif* disebut juga sebagai efek *behavioral* karena berbentuk perilaku seseorang.

b. Bentuk-Bentuk Komunikasi

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal disebut juga komunikasi antarpersona atau antarpribadi.[31] Perkataan pribadi (personal) dalam definisi ini mengandung makna khusus pada diri orang itu yang berbeda dengan orang lain. Jadi, komunikasi ini terjadi antara seseorang dengan orang lain.

Komunikasi interpersonal biasanya dilakukan dengan teknik persuasif, sedangkan teknik komunikasi informatif digunakan dalam menghadapi khalayak yang jumlahnya banyak atau komunikasi dengan menggunakan media. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal hanya dipergunakan untuk mempersuasi

[31] Mohammad Shulhi, *Komunikasi Internasional Persfektif Jurnalistik,* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2009), hlm. 47-49.

orang-orang tertentu yang mempunyai pengaruh dalam sebuah lembaga atau partai yang memiliki banyak pengikut.

Dalam komunikasi interpersonal terdapat proses pengaruh mempengaruhi antara kedua pihak dan berlangsung dinamis. Masyarakat yang menerima informasi atau opini mungkin pula menyampaikan informasi dan opini kepada orang lain

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok (*Group Communication*) adalah komunikasi antara seseorang (komunikator) dengan sejumlah orang (komunikan) yang berkumpul bersama dalam bentuk kelompok.[32] Kelompok yang dimaksud dapat berupa kelompok kecil dan kelompok besar.

Namun demikian jumlah orang dalam kelompok-kelompok itu tidak bisa ditentukan secara eksak hanya saja paling tidak bisa diketahui dari ciri dua kelompok tersebut dengan kriteria bisa tidaknya seorang komunikator berkomunikasi secara pribadi dengan salah seorang (komunikan) anggota kelompok. Pada kelompok kecil hal yang demikian dapat dilakukan seperti pada diskusi, rapat, kuliah, ceramah, seminar, dan lain-lain. Sedangkan pada kelompok besar hal itu tidak dapat dilakukan, misalnya pada rapat akbar kampanye partai dan sejenisnya. Komunikasi kelompok

[32] H. M Kholili, *Komunikasi untuk Dakwah Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: CV Amanah, 2009), hlm. 34.

bersifat lebih formal dan lebih melembaga daripada komunikasi antar persona.

3. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi antar manusia yang memanfaatkan media massa sebagai alat komunikasi.[33] Dalam tataran komunikasi ini, komunikator dan komunikan serta antar komunikan relatif tidak saling kenal secara pribadi komunikator dapat berbentuk organisasi (misal tim redaksi media atau lembaga swadaya masyarakat/LSM yang menyatakan protes terhadap sesuatu). Pesan-pesannya yang disampaikan bersifat umum disampaikan secara serentak dan sangat terstruktur.

Dalam komunikasi massa, umpan balik relatif tidak ada atau bersifat tertunda. Hal ini terjadi karena banyaknya jumlah massa dan media komunikasi yang membutuhkan proses persiapan dan tekhnik penyampaian pesan. Komunikator cenderung sulit mengetahui umpan balik komunikan dengan segera. Untuk mengetahuinya biasanya harus dilakukan survei atau penelitian. Di dalam komunikasi massa, terjadi pula komunikasi organisasi, komunikasi kelompok besar atau kecil, komunikasi antarpribadi, dan komunikasi intrapribadi.

[33] Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm. 191-192.

3. Tinjauan Tentang Komunikasi Dakwah

Dakwah adalah kegiatan komunikasi, yaitu seorang ataupun sekelompok.[34] Dakwah dapat menjadi salah satu bentuk komunikasi manusia, dan sebaliknya dakwah dapat menjadi sumber etika dan moral bagi komunikasi baik sebagai ilmu pengetahuan maupun sebagai aktifitas sosial. Dakwah memiliki karakteristik yang membedakan dengan berbagai bentuk komunikasi yang ada dalam masyarakat.

Dakwah adalah seruan atau ajakan berbuat kebajikan untuk mentaati perintah dan menjauhi larangan Allah SWT dan Muhammad Rasulullah saw, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.[35] Menurut Rita L. Atkinson dakwah adalah kegiatan komunikasi, yaitu seorang atau sekelompok *da'i* mengkomunikasikan pesan kepada *mad'u,* perorangan ataupun kelompok.[36] Berarti hubungan antara komunikasi dan dakwah memang tidak bisa dipisahkan, akan tetapi ada perbedaan mendasar antara dakwah dan komunikasi kalau dakwah tidak lepas dari komunikasi namun setiap kegiatan komunikasi belum tentu dakwah.

---

[34] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 35.

[35] Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 6.

[36] Rita L. Atkinson, *Psikologi Pengantar,* (Batam: Interaksa, 1992), hlm. 15.

Dalam term Islam ditemukan istilah yang erat dengan term-term komunikasi. Di antaranya term tersebut adalah dakwah, *tabligh, amar ma'ruf nahi munkar,* dan akhlak.[37]

4. Etika Komunikasi dalam Al-Qur'an

Adapun prinsip-prinsip pendekatan komunikasi yang terkandung dalam Al-Qur'an sebagai berikut:[38]

a. *Qawlan Adhima* (perkataan yang besar)

Kata-kata yang mengandung *Qawlan Adhima* terekam dalam Al-Qur'an (QS Al-Isra: 40)

> *"Maka apakah patut Tuhan memilihkan bagimu anak-anak laki-laki sedang dia sendiri mengambil anak-anak perempuan diantara para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya).".*(QS. Al-Isra: 40).

Penafsiran ayat tersebut, melukiskan bahwa dalam berkomunikasi tidak boleh mengucapkan kata-kata yang mengandung kebohongan, atau tuduhan yang sama sekali tidak berdasar, karena ucapan-ucapan yang tidak berdasar sangatlah dibenci oleh Allah SWT. Komunikasi dakwah pada hakikatnya adalah memberikan pesan yang mengandung kebenaran-kebenaran Ilahi jauh dari prasangka dan kebohongan. Ucapan benar inilah yang menjadi salah satu prinsip utama pesan komunikasi dakwah yang harus selalu dipegang oleh *da'i* (komunikator). Dengan demikian, *Qaulan Adhima* adalah sebuah

[37] Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 211.

[38] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah.* hlm. 171.

pelajaran pada *da'i* untuk tidak mengungkapkan kata-kata yang mengandung kebohongan dalam misi dakwahnya.[39]

b. *Qawlan Baligha* (perkataan yang fasih)

Dalam bahasa Arab kata *baligha* diartikan sebagai "sampai" mengenai sasaran atau mencapai tujuan. Jika dikaitkan dengan kata-kata *qawl* (ucapan atau komunikasi) *baligh* berarti fasih dan jelas maknanya tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki dan terang. Akan tetapi, juga ada yang mengartikan sebagai "perkataan yang membekas di jiwa" lebih lanjut apabila dikaitkan dengan prinsip komunikasi *Qawlan balighan* menurut jalaluddin Rahmat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.[40] Secara terperinci, ungkapan *Qawlan Baligha* dapat dilihat dalam Al-Qur'an (QS. Al-Nissa:63)

> *"Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka"* (QS. Al-Nisaa:63).

Prinsip komunikasi dakwah dalam bentuk *Qawlan baligha* adalah hendaknya para *da'i* harus seimbang dalam melakukan sentuhan terhadap *mad'u,* yaitu antara otaknya dan hatinya. Jika dua komponen tersebut dapat terakomodasi dengan baik maka akan menghasilkan umat yang kuat, karena terjadi penyatuan antara hati dan pikiran. Interaksi aktif keduanya merupakan sebuah kekuatan yang kuat dan saling

[39] *Ibid.,* hlm. 172.

[40] *Ibid*.,hlm. 173.

berkaitan dalam membentuk komunikasi yang efektif. Apabila salah satu ditinggalkan maka akan terjadi ketimpangan dalam berkomunikasi.[41]

c. *Qawlan Layyina* (Perkataan yang lemah lembut)

Layyin secara terminologi diartikan sebagai "lembut". *Qawlan Layyina* berarti perkataan yang lemah lembut. Perkataan yang lemah lembut dalam komunikasi dakwah merupakan interaksi komunikasi *da'i* dalam mempengaruhi *mad'u* untuk mencapai hikmah.[42] *Qawlan layyina*n tertulis dalam Al-Qur'an (QS. ThaHa:43-44)

"*Pergilah kamu pada Fir'aun, sesungguhnya dia telah melampaui batas; Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah mudahan ia ingat atau takut*". (QS. ThaHa:43-44).

Interaksi aktif dari *Qawlan layyina* adalah komunikasi yang ditujukan pada dua karakter *mad'u*. *Pertama*, adalah pada *mad'u* tingkat penguasa dengan perkataan yang lemah lembut menghindarkan atau menimbulkan sikap *konfrontatif*. *Kedua*, *mad'u* pada tataran budayanya yang masih rendah. Sikap dengan *Qawlan layyina* akan berimbas pada sikap simpati dan sebaliknya akan menghindarkan atau menimbulkan sikap antipasti.[43]

---

[41] *Ibd.*, hlm. 176.

[42] *Ibid.*, hlm. 178.

[43] *Ibid.*,hlm. 181.

d. *Qawlan Maisura* (Perkataan yang mudah)

Secara terminologi *qawlan maisura* berarti "mudah". Lebih lanjut dalam komunikasi dakwah dengan menggunakan *qawlan maisura* dapat diartikan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah, *da'i* harus menggunkan bahasa yang "ringan", "sederhana", "pantas", atau yang "mudah diterima" oleh *mad'u* secara spontan tanpa harus melalui pemikiran yang berat.[44] Dalam Al-Qur'an kata-kata *qawlan maisura* terekam dalam Al-Qur'an (QS. Al-Isra:28)

> *"Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas*." (QS. Al-Isra:28).

Dalam komunikasi dakwah seorang *da'i* harus memperhatikan karakter dan kondisi *mad'u* yang akan dihadapi. Menyampaikan dakwah kepada golongan kaum tua tentu berbeda dengan dakwah kepada golongan kaum muda, materi dakwah yang diberikan kepada kaum intelektual akademis tentu berbeda dengan materi dakwah yang disampaikan di lingkungan masyarakat umum.

5. Memahami Elemen Dakwah

Seorang *da'i* harus mengetahui siapa dirinya, apa tujuan dakwahnya, sifat-sifat apa saja yang harus dimilikinya, siapa sasaran dakwahnya, dan sarana serta metode apa yang digunakannya. Dengan kata lain, seorang *da'i* sulit menjadi bijak kecuali dengan memahami sendi-sendi dakwah

[44] *Ibid.*, hlm. 181.

dengan baik dan benar. Beberapa elemen penting yang ada dalam aktivitas dakwah antara lain: [45]

a. Materi Dakwah

Tema sentral dakwah adalah *Dinul Islam*. Salah satu elemen terpenting dalam dakwah adalah mempersiapkan materi dakwah terlebih dahulu. Seorang *da'i* selain harus memahami materi dakwah tentang ke-Islaman, juga dituntut untuk memahami tujuan Islam yang terkandung dalam syariat Islam, yaitu mewujudkan kemaslahatan hamba dan menghalau segala bentuk kerusakan untuk masa kini dan mendatang. Kedatangan syariat Islam untuk membawa atau menyempurnakan kemaslahatan, menggugurkan atau mengurangi kerusakan.[46]

b. Da'i

Da'i atau dalam bahasa komunikasi adalah komunikator, ialah orang yang menyampaikan pesan dakwah.[47] Seorang *da'i* harus mengetahui bahwa dirinya seorang *da'i.* Artinya sebelum menjadi *da'i* ia perlu mengetahui apa tugas *da'i* modal dan bekal apa yang harus ia punya, serta bagaimana akhlak yang harus dimiliki seorang *da'i*. Menjadi seorang aktifis dakwah tentu ada kriteria- kriteria yang harus di

[45] Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah.* hlm. 7.

[46] *Ibid.,* hlm 8.

[47] *Ibid.*,hlm. 9.

perhatikan. Karena mengingat aktifitas dakwah adalah mengajak *mad'u* atau (komunikan) menuju jalan yang di ridhoi Allah SWT.

c. Sarana Dakwah

Sarana atau media ialah hal-hal yang dapat mengantarkan, membantu, *da'i* untuk menyampaikan dakwahnya kepada *mad'u*.[48] Sarana dakwah atau media dakwah masa sekarang ini banyak sekali modelnya, diantaranya bisa melalui media massa seperti, televisi, radio, internet, Koran, buku dan lain sebagainya.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan kondisi yang terjadi, dengan menggunakan pendekatan kualitatif[49] yaitu metode penelitian yang temuan-temuannya diperoleh melalui wawancara, observasi, dan penelaahan terhadap dokumen-dokumen yang telah dihimpun.

2. Subjek dan objek penelitian

a) Subjek penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber informasi yang akan memberikan data terhadap penelitian yang dilakukan. Adapun subjek penelitian ini adalah terdiri dari kepala seksi programa satu, bagian program acara, penyiar, penceramah dan pendengar Tausiyah Udara.

---

[48] *Ibid*., hlm. 14.

[49] Khunta Ratna Nyoman, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 336.

b) Objek penelitian

Adapun objek penelitian ini adalah mengenai strategi komunikasi dakwah dalam program Tausiyah Udara di Pro 1 (91,1) MHz RRI Yogyakarta.

3. Tempat dan waktu penelitian

Penulis melakukan penelitian di Pro 1 Radio Republik Indonesia (RRI) 91,1 Mhz Yogyakarta yang terletak di Jalan Ahmad Jazuli Kotabaru Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dimulai pada 15 Juni s/d 14 Juli 2013.

4. Sumber data

Ditinjau dari tujuan penelitian, maka dapat digolongkan sumber data menjadi dua golongan. *Pertama* sumber data primer yaitu sumber data yang memberikan data langsung dari tangan pertama. *Kedua*, sumber data sekunder yaitu data yang dikutip dari sumber lain.[50] Sumber data tersebut dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

a. Informen/Narasumber

Informan adalah orang yang memberikan informasi, sedangkan yang menjadi informen dalam penelitian ini ialah kepala seksi Pro1 Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta, penyiar, penceramah, bagian program acara, dan pendengar RRI. Penulis tidak menjadikan semua karyawan Radio Republik Indonesia menjadi informan, melainkan

[50] Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar Metode dan Tekhnik*, (Bandung: Tarsito, 1982), hlm.134.

dipilih hanya beberapa orang yang dianggap penting bisa memberikan data-data yang valid, dan akurat.

b. Dokumen/Arsip

Dokumen merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. bisa merupakan rekaman atau dokumen tertulis seperti arsip, data base, buku-buku, manuskrip, jurnal, dan data-data yang mempunyai relevansi dengan pokok bahasan dalam penelitian ini.

c. Aktifitas/ Peristiwa

Data atau informasi juga dapat diperoleh melalui pengamatan terhadap peristiwa atau aktivitas yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Peneliti bisa mengetahui proses bagaimana sesuatu terjadi secara lebih pasti karena menyaksikan sendiri secara langsung. Dengan mengamati sebuah peristiwa atau aktivitas, peneliti dapat melakukan *cross check* terhadap informasi l yang diberikan oleh subyek yang diteliti.

5. Tekhnik sampling

Cara menetukan sumber data penulis menggunakan tekhnik sampling. Menurut Daymon dan Holloway sampel meliputi orang-orang, seting, peristiwa, proses, aktifitas, dan waktu. Dalam metode kualitatif sampel yang terpenting adalah orang-orang yang didasarkan atas pengalaman terhadap gejala yang diteliti.[51] Adapun tekhnik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tekhnik purposif.[52] Artinya peneliti sudah mengetahui secara pasti para

[51] *Ibid*,. hlm. 212.
[52] *Ibid*,. hlm. 215.

informan yang akan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

6. Tekhnik pengumpulan data

Tekhnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tekhnik observasi, tekhnik wawancara, dan tekhnik dokumentasi. Berikut dibawah ini adalah penjelasannya:

a. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung.[53] Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara bebas terpimpin dimana penulis terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan dijadikan panduan dalam melakukan wawancara namun tidak mengabaikan pertanyaan yang muncul seketika saat wawancara berlangsung.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada sebuah penelitian, namun melalui dokumen.[54] Metode dokumentasi ini dilakukan untuk mencari data yang berupa catatan, transkip, buku, website, internet, maupun dat-data dalam bentuk apapun yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

[53] *Ibid.,* hlm. 57-58.

[54]Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar,* hlm. 87.

c. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.[55] Adapun tekhnik observasi yang digunakan adalah observasi non partisipasi, artinya penulis tidak ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh radio republik Indonesia tetapi hanya melakukan pengamatan sebagai langkah awal untuk memperoleh data yang valid.

7. Uji Validitas data

Untuk menguji validitas data agar mendapatkan data yang valid dan akurat, maka dibutuhkan sebuah tekhnik pemeriksaan data. Sementara tekhnik untuk menguji validitas/keabsahan data tersebut penulis menggunakan tekhnik triangulasi yaitu usaha untuk memahami data melalui berbagai sumber, subjek peneliti, cara, (teori, metode, tekhnik), dan waktu.[56] Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menguji validitas data, yaitu:

a. Membandingkan hasil hasil pengamatandengan data hasil wawancara.

b. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berlainan.[57]

---

[55] Husaini Usman, dan Setiady Akbar Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 54.

[56] Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian kajian Budaya*. hlm. 241.

[57] Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 331.

8. Tekhnik analisis data

Tekhnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik yaitu, menganalisa data dengan cara menguraikan, mengklasifikasikan, memisah-misahkan data-data penting, kemudian disajikan secara naratif.[58] Sedangkan model analisis yang digunakan adalah model alur Miles dan Huberman, untuk menjelaskan analisis data tersebut mempunyai tiga alur yaitu:

d. Reduksi data, yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang data-data yang tidak diperlukan dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi data agar menghasilkan sebuah kesimpulan
e. Penyajian data, dalam alur ini seluruh data-data dilapangan baik berupa hasil wawancara, dokumentasi, ataupun observasi akan dianalisis sehingga akan memunculkan deskripsi tentang strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Pro 1 RRI Yogyakarta.
f. Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang penulis dapatkan melalui penelitian diatas.[59]

[58] *Ibid,.* hlm. 336.

[59] Miles, Mattew B and Huberman. Michael .A, *Analisi Data Kualitatif*, terjemah Tjejep Rohendi. (Jakarta: UI Press, 1992), hlm., 16.

H. Sistematika Pembahasan

Agar memudahkan penulis dalam penelitian ini maka, perlu sistematika pembahasan yang sistematik. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan pemahaman yang jelas dan menyeluruh. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah seperti berikut :

BAB I merupakan pendahuluan yang meliputi : Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan terakhir Sistematika Pembahasan.

BAB II di bab ini penulis akan membahas mengenai gambaran secara umum Radio Republik Indonesia Yogyakarta meliputi: sejarah berdirinya RRI, Profil radio RRI, visi misi, program acara, dan pembahasan yang terkait dengan RRI Yogyakarta.

BAB III merupakan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu mengenai strategi komunikasi dakwah yang digunakan RRI Yogyakarta dalam menyampaikan pesan dakwah kepada pendengarnya. Meliputi pembahasan mengenai kriteria komunikator, isi pesan dakwah, pemilihan media, segmentasi pendengar, dan pembahasan tentang efek program Tausiyah Udara yang terjadi setelah proses komunikasi berjalan.

BAB IV bab ini merupakan penutup, yakni berisi mengenai kesimpulan penelitian dan jawaban atas rumusan masalah juga terdapat kritik dan saran bagi penulis atas karya ilmiah ini guna memperbaiki penelitian yang akan datang, untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan observasi ke tempat penelitian sekaligus wawancara dengan beberapa narasumber, dan mengolah data-data yang terkumpul, serta mendapatkan beberapa kesamaan persepsi dalam memahami dan merumuskan Strategi Komunikasi Dakwah Tausiyah Udara dengan teori yang diungkapkan oleh Harold D Laswell, maka didapatkan beberapa kesimpulan penting kesimpulan berikut ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang terdapat di dalam rumusan masalah penelitian ini adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut:

Manajemen yang dilakukan Pro 1, RRI Yogyakarta dalam merumuskan strategi komunikasi agar Program Tausiyah Udara berjalan dengan baik meliputi beberapa unsur yaitu:

a. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan RRI ialah *Pertama*, menyusun format program meliputi: pendekatan pragmantis, sebutan pengenal stasiun, sapaan pendengar, dan *positioning*. *Kedua*, pola acara siaran. *Ketiga*, Pelaksana siaran.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian dilakukan RRI untuk membagi kerja sesuai dengan *job descriptions*, mengelompokan, dan mengkoordinir setiap karyawan yang bekerja agar tujuan yang disusun berjalan dengan efektif.

c. Pengaruh dan memberikan pengaruh

Gaya kepemimpinan sangat mempengaruhi terhadap kinerja karyawan oleh sebab itu, kepemimpinan yang dilakukan oleh kepala seksi Pro 1 ialah gaya kepemimpinan demokratis, begitupun dengan komunikasi yang dilakukan bersifat persuasive dan kekeluargaan.

d. Pengawasan (*controling*)

Evaluasi yang dilakukan RRI yaitu bertujuan untuk mengontrol kinerja karyawan dan program acara yang telah dirumuskan dalam visi dan misi, adapun evaluasi dilakukan melalui rapat rutin disetiap sebelum tanggal sepuluh iap bulan.

Adapun hasil kesimpulan strategi komunikasi dakwah yang dilakukan RRI Yogyakarta dengan teori yang diungkapakan Harold D Laswell adalah meliputi unsur-unsur sebagai berikut:

e. Komunikator

Komunikator dalam program Tausiyah Udara terdiri dari openyiar/presenter dan ustadz/ustadzah. Memilih penyiar pihak RRI memberikan beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain sebagai berikut:

1. Kriteria penyiar/presenter

a) Penyiar RRI harus komunikatif dalam melakukan wawancara maksudnya ialah penyiar mampu berdialog dengan baik juga sebagai fasilitator yang bertugas untuk menjembatani komunikasi antara penceramah dan pendengar.

b) Penyiar RRI harus mahir menjadi moderator karena penyiar dituntut untuk bisa mengatur jalannya program Tausiyah Udara, meliputi *opening* dan *closing*.

Sedangkan kriteria yang harus dimiliki seorang penceramah adalah sebagai berikut:

2. Kriteria Ustadz/Ustadzah

a) Komunikator harus netral

Isi pesan dakwah disampaikan tidak mengatasnamakan ormas agama melainkan menyampaikan pesan dakwah secara netral, *independen*.

b) Mampu memahami khalayak/pendengar

Komunikator dituntut mengetahui tingkat pendidikan, ekonomi, sosial, budaya, umur, dan jenis kelamin pendengarnya.

Sementara kriteria yang harus dimiliki oleh kedua-duanya baik penyiar maupun penceramah yaitu:

a) Kekayaan referensi

Kriteria lain yang mutlak dimiliki komunikator ialah mempunyai wawasan yang luas khususnya mengenai agama sebagai landasan pokok dalam menyampaikan pesan dakwah.

b) Mampu mengekpresikan isi pesan dakwah

Komunikator harus mempunyai keahlian mengekspresikan isi pesan dakwah untuk mempengaruhi telinga pendengar dengan cara penekanan pada suku kata, pada penggalan kalimat dan sejenisnya.

c) Memiliki suara jelas

Suara komunikator harus jelas, lugas, berkarakter, agar pesan dakwah mudah dimengerti oleh pendengar.

Komunikator (penceramah) yang mengisi pada Tausiyah Udara terdiri dari: MUI (Majelis Ulama Indonesia), KEMENAG (Kementrian Agama), UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), Pondok Pesantern *Irsadul Ibad* Kalasan Yogyakarta.

f. Pesan (Tema Tausiyah Udara)

Strategi yang digunakan dalam menyampaikan isi pesan dakwah adalah sebagai berikut:

1. Tata bahasa yang digunakan mudah dipahami

   Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak bertele-tele supaya pendengar mampu memahami dan menerima dengan baik setiap pesan dakwah yang disampaikan.

2. Mempersiapkan materi sebelum siaran

   Cara yang dilakukan penyiar dalam mempersiapkan materi ialah melakukan dialog dan *sharing* dengan penceramah sebelum acara *live* berlangsung.

3. Pengisi ceramah *diroling*

   Penceramah dalam program Tausiyah Udara terdiri dari berbagai lembaga keagamaan, dan pihak RRI membuatkan jadwal penceramah.

Materi yang disampaikan dalam Program Tausiyah Udara secara garis besar meliputi:

4. Tema fiqih

   Berhubungan dengan *ibadah mahdlah* seperti tentang shalat, zakat, ibadah puasa dan mengenai *munakahat* (pernikahan).

5. Tema akhlak

   Tema ini membahas mengenai perilaku seseorang dengan orang lain adapun contoh tema yang dibahas adalah *ukhuwah islamiyah*, dan memupuk rasa kasih sayang sesama manusia.

6. Tema tauhid

   Tema tauhid ialah berhubungan dengan ke Esaan Allah SWT sebagai pondasi keimanan sesorang terhadap Allah SWT.

7. Tema ibadah sosial

   Menyangkut hubungan antara manusia dengan Tuhannya (Allah SWT) melalui kegiatan-kegiatan sosial.

g. Pemilihan Media

   Strategi yang digunakan RRI dalam pemilihan media adalah *pertama*, menggunakan daya pancar (tower pemancar) yang baik agar bisa dijangkau oleh pendengar *kedua*, alat-alat yang digunakan untuk siaran memiliki kualitas yang bagus seperti komputer, *microphone, mixer, headphone,* dan telephone.

h. Segmentasi Pendengar RRI

   Segmentasi khalayak pendengar Radio Republik Indonesia (RRI) dikelompokan menjadi beberapa bagian yaitu:

1. Umur

   Segmentasi pendengar utama RRI adalah umur 25 hingga 49 tahun, adapun usia diatas 50 tahun dan usia 4 hingga 12 tahun tidak menjadi fokus utama sasaran Pro 1 RRI Yogyakarta tetapi berhak untuk mendengarkan dan menyimak setiap program yang disajikan.

2. Pendidikan

   Dilihat dari jenjang pendidikaan pendengar utama RRI adalah pendengar setingkat SLTP, sementara yang lulus SD atau sedang dalam usia TK-SD tidak menjadi fokus utama Pro 1 RRI Yogyakarta.

3. Jenis kelamin

   RRI Pro 1 tidak membatasi dan membedakan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan dalam menyimak dan mendengarkan siaran Tausiyah Udara.

4. Ekonomi

   Segmentasi utama Pro 1 jika dilihat dari sisi ekonomi adalah pendengar yang berpenghasilan menengah kebawah, sedangkan pendengar yang berpenghasilan menengah keatas tidak menjadi fokus utama Pro 1 RRI Yogyakarta.

i. Umpan Balik

Umpan balik yang terjadi dalam program Tausiyah Udara antara pendengar dengan komunikator terjadi secara langsung dan tidak langsung. Adapun umpan balik secara langsung melalui *telephone* atau SMS. Sedangkan *telephone* yang masuk perhari sekitar 10 sampai 15

penelefon. Sementara itu umpan balik secara tidak langsung berupa surat yang dikirimkan pendengar kepada Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai respon atau umpan balik terhadap Program Tausiyah Udara namun seiring pesatnya perubahan zaman di era telekomunikasi surat yang dikirimkan pendengar semakin jarang bahkan tidak ada lagi.

Dibentuknya *paguyuban* merupakan salah satu strategi yang dilakukan RRI Yogyakarta untuk mengetahui umpan balik dari pendengar walaupun sifatnya tidak langsung, namun sangat membantu pihak RRI dalam mengevaluasi setiap program khususnya program Tausiyah Udara agar isi pesan dakwah yang disampaikan oleh komunikator/penceramah mampu diterima dengan baik oleh pendengar.

j. Efek Program Tausiyah Udara

Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan setelah mendengarkan Program Tausiyah Udara yaitu *pertama* efek kognitif yang dirasakan pendengar adalah pendengar menjadi lebih tahu dan menambah wawasan ilmu secara luas khususnya ilmu agama Islam *kedua* efek afektif dengan adanya Program Tausiyah Udara pendengar merasakan perasaan seperti perasan tenteram, damai, dan kebersamaan dalam menjalani hidup semakin terjalin dengan penuh keakraban *ketiga* efek konatif yang terjadi ialah pendengar semakin baik akhlak-nya, muncul sifat rendah hati, *tawadhu.*

B. Saran-saran

Setelah penulis melakukan observasi berbulan-bulan dan mengkaji hasil data-data yang telah terkumpul baik data primer maupun sekunder untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh RRI Yogyakarta dalam menyampaikan isi pesan dakwah penulis ingin memberikan beberapa saran-saran sebagai masukan untuk meningkatkan strategi komunikasi dakwah. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menurut penulis jam siar Program Tausiyah Udara perlu ditambah karena setelah penulis melakukan wawancara dengan penyiar, terdapat beberapa permasalahan kecil contoh pihak RRI tidak bisa merespon umpan balik dari pendengar karena terbatasnya waktu.
2. Konfirmasi terlebih dahulu setiap penceramah yang akan mengisi di Program Tausiyah Udara walaupun sudah terjadwal secara rinci dan jelas agar berjalan dengan baik.
3. Membuat jaringan sosial seperti *facebook* atau *twitter* sehingga umpan balik dari pendengar tidak hanya mengandalkan *telephone* ataupun SMS tetapi juga bisa lewat layanan lain.
4. Blog Pro 1 RRI Yogyakarta perlu diperbaiki dan diaktifkan kembali, penulis pernah mengakses-nya beberapa kali tetapi info dan beritanya tidak *update* sehingga keberadaan blog-nya sepi pengunjung karena tidak terdapat info baru.

5. RRI Yogyakarta harus menjaga dan merawat program seperti Tausiyah Udara karena setiap materi yang disampaikan tidak mengatasnamakan ormas atau golongan keagamaan, RRI berusaha untuk bersikap independen dan menyatukan setiap perbedaan baik agama, ormas, suku, bahasa, ekonomi, pendidikan dan lain sebagainya.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah, Segenap puji dan rasa syukur penulis haturkan kehadirat Allah swt, *Rabb* penggenggam alam semesta raya atas segala limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini, tanpa bantuan Allah penulis tidak yakin skripsi ini bisa selesai.

Tentunya penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak kekurangan yang masih perlu diperbaiki dan dianalisis lebih dalam, penulis berharap semoga banyak mahasiswa yang mengkaji mengenai strategi komunikasi dakwah khusunya di media massa baik cetak maupun elektronik mengingat perkembangan telekomunikasi begitu cepat sehingga mahasiswa harus bisa lebih jeli melihat sisi positif media sebagai media untuk berdakwah.

DAFTAR PUSTAKA

Andy Dermawan, *Ibda'binafsika Menggagas Paradigma Dakwah Partisipatoris*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007.

Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Elvinaro Ardianto, dan Lukiyati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2004.

Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.

H.M. Kholili, *Komunikasi untuk Dakwah Suatu Pengantar*, Yogyakarta: CV Amanah, 2009.

Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang: UMM Press, 2010.

Husaini Usman, dan Setiady Akbar Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.

Kutha Ratna Nyoman, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Mohammad Faiz Aminuddin, *Reformulasi Komunikasi Mengususng Nilai* Dakwah, Mohammad Zamroni, edt, Yogyakarta: CV Arta Wahyu Sejahtera, 2008.

Musta'in Abdullah, *Reformulasi Komunikasi Mengususng Nilai Dakwah*, Mohammad Zamroni, edt, Yogyakarta: CV Arta Wahyu Sejahtera, 2008.

Mohammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi Pengantar Ontologis Epistemologis* Aksiologis, Yogyakarya: Graha Ilmu, 2009.

Mohammad Shulhi, *Komunikasi Internasional Persfektif Jurnalistik*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2009.

Musta'in Abdullah, *Strategi Komunikasi Dakwah pada Radio Rama FM Yogyakarta (Studi Terhadap Format Komunikasi Program Religi Embun Pagi* Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2010.

Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Nur Ariyanto, *Strategi Dakwah Majlis Tafsir Al-Qur'an MTA melalui Radio MTA 107.9* FM *Surakarta*. Semarang: IAIN Walisongo, 2010.

Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010.

Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.

Nuningsih Handayani, *Strategi Komunikasi Yayasan Kesejahteraan Tunanetra Islam (Yaketunis) dalam Upaya Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Tunanetra.* Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2010.

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Purwanto, *Budaya Perusahaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Rita L. Atkinson, *Psikologi Pengantar*, Batam: Interaksa, 1992.

Salim Peter dan Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: English Press, 1991.

Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.

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

Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Tekhnik*, Bandung: Tarsito, 1982.

Yadi Supriyadi, *Strategi Dakwah MQ (Manajemen Qolbu) Corporation Melalui Teknologi Modern,*Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah, 2004.

SUMBER INTERNET

http://www.rrijogja.co.id/tentang-kami. Diakses Hari Senin 17 juni 2013, Pukul18:50 WIB.

Pro 1 jogja.blogspot.com Diakses Hari Senin 17 juni 2013, Pukul 19:55 WIB.

http://artulag.blogspot.com/2012/11/rangkaian-catu-daya-atau-power-supply.html. Diakses Hari Minggu 22 September 2013, Pukul13:27 WIB.

Lampiran 01

Jadwal Siaran Hari Senin Interaktif Agama Islam
Kanwil Kementrian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta di Radio
Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Nama Penceramah	Tema Ceramah
01	Januari	Senin 07-01-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 14-01-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 21-01-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 28-01-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
02	Februari	Senin 04-02-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 11-02-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 18-02-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 25-02-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
03	Maret	Senin 04-03-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 11-03-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 18-03-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 25-03-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
04	April	Senin 01-04-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 08-04-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 15-04-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 22-04-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
		Senin 29-04-2013	Ja'far Arifin, S.Ag., MA	Tarbiyah
05	Mei	Senin 06-05-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 13-05-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 20-05-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 27-05-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
06	Juni	Senin 03-06-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 10-06-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 17-06-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 24-06-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
07	Juli	Senin 01-07-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 08-07-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 15-07-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 22-07-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
		Senin 29-07-2013	Ja'far Arifin, S.Ag., MA	Tarbiyah
08	Agustus	Senin 05-08-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 12-08-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 19-08-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 26-08-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
09	September	Senin 02-09-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA	*Munakahat*
		Senin 09-09-2013	H. Sholehudin, S.Ag	Kajian Al-qur'an
		Senin 16-09-2013	Suryana, S.Ag	Aqidah Akhlaq
		Senin 23-09-2013	Drs.H.Teguh Pramono	Ibadah
		Senin 30-09-2013	Ja'far Arifin, S.Ag., MA	Tarbiyah

10	Oktober	Senin 07-09-2013 Senin 13-09-2013 Senin 21-09-2013 Senin 28-09-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA H. Sholehudin, S.Ag Suryana, S.Ag Drs.H.Teguh Pramono	*Munakahat* Kajian Al-qur'an Aqidah Akhlaq Ibadah
11	November	Senin 04-09-2013 Senin 11-09-2013 Senin 18-09-2013 Senin 25-09-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA H. Sholehudin, S.Ag Suryana, S.Ag Drs.H.Teguh Pramono	*Munakahat* Kajian Al-qur'an Aqidah Akhlaq Ibadah
12	Desember	Senin 01-07-2013 Senin 08-07-2013 Senin 15-07-2013 Senin 22-07-2013 Senin 29-07-2013	Drs . H. Ahmad Ghozali, MA H. Sholehudin, S.Ag Suryana, S.Ag Drs.H.Teguh Pramono Ja'far Arifin, S.Ag., MA	*Munakahat* Kajian Al-qur'an Aqidah Akhlaq Ibadah Tarbiyah

Jadwal Siaran Hari Selasa Interaktif Agama Islam
Perorangan Di Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Nama Penceramah	Tema Ceramah
01	Januari	Selasa 01-01-2013 Selasa 08-01-2013 Selasa 15-01-2013 Selasa 22-01-2013 Selasa 29-01-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Anugerah waktu Uang Istighfar Allah maha kaya kenapa orang Islam miskin Sehat ala Rasulullah
02	Februari	Selasa 05-02-2013 Selasa 12-02-2013 Selasa 19-02-2013 Selasa 26-02-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Mendidik generasi yang cerdas Bersikap benar, teguh, dan aktif Aspiratif Ujian Nasional
03	Maret	Selasa 05-03-2013 Selasa 12-03-2013 Selasa 19-03-2013 Selasa 23-03-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Giji rohani bagi keluarga *Mampir ngombe* Pendapatan yang halal Merawat keadaan keluarga
04	April	Selasa 02-04-2013 Selasa 09-04-2013 Selasa 16-04-2013 Selasa 23-04-2013 Selasa 30-04-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Sukses ujian nasional Hati Hidup bersama malaikat Merawat dan menumbuhkan keadaan dalam keluarga Ikhsan
05	Mei	Selasa 07-05-2013 Selasa 14-05-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Membawa kesetiaan kaum istri Membina dan membangun kesetiaan

		Selasa 21-05-2013 Selasa 28-05-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Rizki Keluarga Menyalakan tombol ilmu
06	Juni	Selasa 04-06-2013 Selasa 11-06-2013 Selasa 18-06-2013 Selasa 25-06-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	Shalat menegakan relasi Bulan Sya'ban Kebugaran hati jelang ramadhan *Luru ngelmu* yang manfaat dan barokah
07	Juli	Selasa 02-07-2013 Selasa 09-07-2013 Selasa 16-07-2013 Selasa 23-07-2013 Selasa 30-07-2013	Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib Ustadz Aminudin Najib	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP

Jadwal Siaran Hari Rabu Interaktif Agama Islam
Majelis Ulama Indonesia Yogyakarta Di Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Nama Penceramah	Tema Ceramah
01	Januari	Rabu 02-01-2013 Rabu 09-01-2013 Rabu 16-01-2013 Rabu 23-01-2013 Rabu 30-01-2013	Drs. H. Munawir AF Drs. H. Munawir AF Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Dra. Siti Nurjanah	Bosan Jangan Congkak Meneladani makna Maulid Muhammad SAW Meneladani Rasulullah Mewujudkan "*Baiti Jannati"*
02	Februari	Rabu 06-02-2013 Rabu 13-02-2013 Rabu 20-02-2013 Rabu 27-0202013	Siti Nur Jannah H. Ahmad Muhsin K Drs. H. Munawir AF Ustadz Ja'far	Memupuk rasa kasih sayang Pendidikan anak Jin Semangat membela tanah air
03	Maret	Rabu 06-03-2013 Rabu 13-03-2013 Rabu 20-03-2013 Rabu 27-03-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF Drs. Thoha Abdurrachman	Berkah Menghindarkan anak dari pelecehan seksual Lelah *Ukhuwah Islamiyah*
04	April	Rabu 03-04-2013 Rabu 10-04-2013 Rabu 17-04-2013 Rabu 24-04-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF Dra. Siti Nurjanah	Capai yang barokah dan banyak pahala Islam melihat premanisme Ibadah Kesetaraan laki-laki

				dan perempuan dalam ajaran Islam
05	Mei	Rabu 01-05-2013 Rabu 08-05-2013 Rabu 15-05-2013 Rabu 22-05-2013 Rabu 29-05-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF HM. Jazir. Asp KRT. Drs. Ham. Kamaludiningrat	Hari Buruh *Bismillah* dalam kehidupan Muslim Hamil MenyambutRamadhan Pelestarian dan pemeliharaan keluarga
06	Juni	Rabu 05-06-2013 Rabu 12-06-2013 Rabu 19-06-2013 Rabu 26-06-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF Dra. Siti Nurjanah	Membangun keluarga Filosofi Adzan Amalan yang baik dengan mencari ilmu Tanggung jawab orang tua terhadap agama kepada Allah
07	Juli	Rabu 03-07-2013 Rabu 10-07-2013 Rabu 17-07-2013 Rabu 24-07-2013 Rabu 31-07-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF HM. Jazir. Asp Drs. Habibah, MAg	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP
08	Agustus	Rabu 01-08-2013 Rabu 14-08-2013 Rabu 21-08-2013 Rabu 28-08-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF Drs. Thoha Abdurrahman	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP
09	September	Rabu 04-09-2013 Rabu 11-09-2013 Rabu 18-09-2013 Rabu 25-09-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, MA Drs. H. Munawir AF HM. Jazir. Asp	BELUM TERLAKSANA
10	Oktober	Rabu 02-10-2013 Rabu 09-10-2013 Rabu 16-10-2013 Rabu 23-10-2013 Rabu 30-10-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, M.A Drs. H. Munawir AF Drs. Habibah, MAg KRT. Drs. Ham. Kamaludiningrat	BELUM TERLAKSANA
11	November	Rabu 06-11-2013 Rabu 13-11-2013 Rabu 20-11-2013 Rabu 27-11-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, M.A Drs. H. Munawir AF Drs. Habibah, MAg	BELUM TERLAKSANA
12	Desember	Rabu 04-12-2013 Rabu 14-12-2013 Rabu 18-12-2013 Rabu 25-12-2013	Drs. H. Munawir AF H. Tulus Musthofa, Lc, M.A Drs. H. Munawir AF HM. Jazir. Asp	BELUM TERLAKSANA

Jadwal Siaran Hari Kamis Interaktif Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Di Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Nama Penceramah	Tema Ceramah
01	Januari	Kamis 03 -01-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S.I	Tidak hadir diganti dengan discover islam
		Kamis 10-01-2013	Ghofar Ismail, S.Ag., M.A	Fiqih shalat
		Kamis 17-01-2013	Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc	Menjaga komitmen
		Kamis 24-01-2013	Nurwanto, M.A	Maulid Nabi
		Kamis 31-01-2013	Moh. Mas'udi, M.Ag	Kepasrahan Hidup
02	Februari	Kamis 07-02-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S.I	Jatuh bangunnya peradaban dalam persfektif Islam
		Kamis 12-02-2013	Ghofar Ismail, S.Ag., M.A	Fiqih Shalat
		Kamis 21-02-2013	Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc	Terbongkarnya kedzoliman
		Kamis 28-02-2013	Nurwanto, M.A	Mendidik anak di era Informasi
03	Maret	Kamis 01-03-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S.I	Memahami Ibadah
		Kamis 14-03-2013	Ghofar Ismail, S.Ag., M.A	Fiqih Shalat
		Kamis 21-03-2013	Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc	Dzikrullah
		Kamis 28-03-2013	Nurwanto, M.A	Kosong diganti program lain
04	April	Kamis 04-04-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S.I	Kehidupan Multikultural
		Kamis 11-04-2013	Ghofar Ismail, S.Ag., M.A	Fiqih Shalat
		Kamis 12-04-2013	Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc	Kemudahan dalam Islam
		Kamis 25-04-2013	Nurwanto, M.A	Optimisme terhadap rahmat Allah
05	Mei	Kamis 02-05-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S.I	Tidak Terlaksana Sunah-Sunah dalam Shalat
		Kamis 09-05-2013	Ghofar Ismail, S.Ag., M.A	Tidak ada bahaya membahayakan dalam Islam
		Kamis 16-05-2013	Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc	Pentingnya nasehat dalam beragama
		Kamis 23-05-2013	Nurwanto, M.A	Ber *amar ma'ruf nahi munkar*
		Kamis 30-05-2013	Moh. Mas'udi, M.Ag	

06	Juni	Kamis 06-06-2013 Kamis 13-06-2013 Kamis 20-06-2013 Kamis 27-06-2013	Drs. Musclih Ghofar Ismail, S.Ag., M.A Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc Nurwanto, M.A	Isra' miraj Ibadah Puasa Urgensi keyakinan Makna penting bertetangga dalam Islam
07	Juli	Kamis 04-07-2013 Kamis 11-07-2013 Kamis 18-07-2013 Kamis 25-07-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S. Ghofar Ismail, S.Ag., M.A Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc Nurwanto, M.A	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP
08	Agustus	Kamis 01-08-2013 Kamis 08-08-2013 Kamis 15-08-2013 Kamis 22-08-2013 Kamis 29-08-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S. Ghofar Ismail, S.Ag., M.A Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc Nurwanto, M.A Moh. Mas'udi, M.Ag	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP
09	September	Kamis 06-09-2013 Kamis 13-09-2013 Kamis 20-09-2013 Kamis 27-09-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S. RRI RRI Ghofar Ismail, S.Ag., M.A	BELUM TERLAKSANA
10	Oktober	Kamis 04-10-2013 Kamis 11-10-2013 Kamis 18-10-2013 Kamis 25-10-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S. Ghofar Ismail, S.Ag., M.A Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc Nurwanto, M.A	BELUM TERLAKSANA
11	November	Kamis 01-11-2013 Kamis 08-11-2013 Kamis 15-11-2013 Kamis 22-11-2013 Kamis 2911-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S. Ghofar Ismail, S.Ag., M.A. Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc Nurwanto, M.A Moh. Mas'udi, M.Ag	BELUM TERLAKSANA
12	Desember	Kamis 06-12-2013 Kamis 13-12-2013 Kamis 20-12-2013 Kamis 27-12-2013	Fathurrahman Kamal, Lc, M.S. Ghofar Ismail, S.Ag., M.A. Hj. Siti Umi Ma'rifah, Lc	BELUM TERLAKSANA

Jadwal Siaran Hari Jum'at Interaktif Agama Islam
Di Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Sub Tema	Tema
01	Januari	Jum'at 04-01-2013 Jum'at 11-01-2013	Manusia pembelajar Qolbu, Akal dan Otak	MDMI (Mengenal diri

		Jum'at 18-01-2013 Jum'at 25-01-2013	Kecerdasan manusia Pendidikan berbasis spiritual	Menggapai Ilahi) 1
02	Februari	Jum'at 01-02-2013 Jum'at 08-02-2013 Jum'at 15-02-2013 Jum'at 22-02-2013	Paradigma modern yang menyesatkan Konsep diri dalam Islam Ruh dan *Basyar* Ruh dan unsur-unsurnya	MDMI (Mengenal diri Menggapai Ilahi) 2
03	Maret	Jum'at 01-03-2013 Jum'at 08-03-2013 Jum'at 15-03-2013 Jum'at 22-03-2013 Jum'at 29-03-2013	Basyar dan komponen penyusunnya Qolbu Jasmani dan Qolbu Ruhani Problem qolbu Problem Hawa Nafsu Mengenal qorin	MDMI (Mengenal diri Menggapai Ilahi) 2
04	April	Jum'at 05-04-2013 Jum'at 15-04-2013 Jum'at 19-04-2013 Jum'at 26-04-2013	Mati dan wafat Alam barzah Pengertian dzikir dan keutamannya Dzikir dan fikir	MDMI (Mengenal diri Menggapai Ilahi) 2 Dzikir
05	Mei	Jum'at 03-05-2013 Jum'at 10-05-2013 Jum'at 17-05-2013 Jum'at 24-05-2013 Jum'at 31-05-2013	Macam-macam dzikir Dzikir *Nafi Itsbat* Pembelajaran Dzikir *Lathifah* titik-titik sensor dalam diri Perkara yang berkaitan dengan dzikir	Dzikir Tugas Rasul
06	Juni	Jum'at 07-06-2013 Jum'at 14-06-2013 Jum'at 21-06-2013 Jum'at 28-06-2013	Pengaruh dzikir terhadap media di sekelilingnya Syarat-syarat masuk neraka 3T (Tilawah Tazkiyah Ta'lim) Sumber Agama Islam	Dzikir Tugas Rasul
07	Juli	Jum'at 05-07-2013 Jum'at 12-07-2013 Jum'at 19-07-2013 Jum'at 26-07-2013	Para Penerus Tugas Rasul Ciri-ciri Waliyullah Karomah dan *Ihanah* Mewaspadai bahaya sihir	 Tugas Rasul
08	Agustus	Jum'at 02-08-2013 Jum'at 09-08-2013 Jum'at 16-08-2013 Jum'at 23-08-2013 Jum'at 30-08-2013	3I (Iman, Islam, Islam) Membedakan wilayah Iman, Islam, dan Ihsan Ihsan Melihat Allah *ma'rifatullah* Penglihatan dhohir dan penglihatan batin Shalat Khusyu'	 Pemahaman Islam Secara Holistik
09	September	Jum'at 06-09-2013 Jum'at 13-09-2013 Jum'at 20-09-2013	Urgensi bertasawuf dan *berthoriqoh* Macam-macam *Thoriqoh* Spiritual Life	Pemahaman Islam Secara Holistik Aplikasi

		Jum'at 27-09-2013	*Spirituality Work*	Tasawuf di Era Modern
10	Oktober	Jum'at 04-10-2013 Jum'at 11-10-2013 Jum'at 18-10-2013 Jum'at 25-10-2013	Menjadikan bisnis bermakna *Corporate Mystic* Berfikir Kritis Waktu dan Makna Hidup	Aplikasi Tasawuf di Era Modern
11	November	Jum'at 01-11-2013 Jum'at 08-11-2013 Jum'at 15-11-2013 Jum'at 22-11-2013 Jum'at 29-11-2013	Belajar disiplin Membangun Kepercayaan Diri Amanah Kunci Sukses orang beriman Takdir dan Prestasi Belajar pada Alam	Aplikasi Tasawuf di Era Modern
12	Desember	Jum'at 06-12-2013 Jum'at 13-12-2013 Jum'at 20-12-2013 Jum'at 27-12-2013	Hidup Funky Mati Masuk Surga Manajemen *Husnul Khotimah* Transformasi sosial yang Islami Mempertemukan Islam dengan Budaya Lokal	Aplikasi Tasawuf di Era Modern

Jadwal Siaran Hari Sabtu Interaktif Agama Islam
Perorangan Di Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Nama Penceramah	Tema Ceramah
01	Januari	Sabtu 05-01-2013 Sabtu 12-01-2013 Sabtu 19-01-2013 Sabtu 26-01-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B Ustadz Dimhari KH. Ikhsanuddin B	*Muhasabah* Diri Ibadahlah walau terpaksa Pembelajar sejati Maulid Nabi sebagai media ibadah
02	Februari	Sabtu 02-02-2013 Sabtu 09-02-2013 Sabtu 16-02-2013 Sabtu 23-02-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B	Mencari Berkah Cintailah Muhamad SAW Hidup yang Islami Muhammad di Hatimu
03	Maret	Sabtu 02-03-2013 Sabtu 09-03-2013 Sabtu 16-03-2013 Sabtu 23-03-2013 Sabtu 30-03-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B	*Nrimo ing pandum* Ajaklah manusia kejalan yang benar Wanita, dimatamu kulihat surga *Ibda' Binafsika* Menangani masalah hidup
04	April	Sabtu 06-04-2013 Sabtu 13-04-2013 Sabtu 20-04-2013 Sabtu 27-04-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B	Pujilah Tuhanmu Istiqomah Gunakanlah waktumu untuk akhirat Masuk Islam dengan sempurna

05	Mei	Sabtu 04-05-2013 Sabtu 11-05-2013 Sabtu 18-05-2013 Sabtu 25-05-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B	Segeralah berbuat kebaikan Shalat sebagai Ibadah Jadilah orang yang dicintai Allah *Mangan ra mangan ngumpul*
06	Juni	Sabtu 01-06-2013 Sabtu 08-06-2013 Sabtu 15-06-2013 Sabtu 22-06-2013 Sabtu 29-06-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B	Shalat Ibadah yang Istimewa Jadikan shalatmu sebagai falsafah dalam kehidupanmu Lunakan hatimu sebagai Manusia Berbakti kepada orang tua Islam Ramadhan
07	Juli	Sabtu 06-07-2013 Sabtu 13-07-2013 Sabtu 20-07-2013 Sabtu 27-07-2013	KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B KH. Ikhsanuddin B	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP

Jadwal Siaran Hari Minggu Interaktif Agama Islam
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Di Radio Republik Indonesia
(RRI) Yogyakarta

No	Bulan	Hari & Tanggal	Nama Penceramah	Tema Ceramah
01	Januari	Minggu 6-01- 2013 Minggu 13-01-2013 Minggu 20-01-2013 Minggu 27-01-2013	Ustadz Karmin Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Drs. H. Dadan Muttaqien, SH. M.Hum	Sifat Manusia dalam al-qur'an Makna dua kalimah syahadat "*Syahadatain*" Mencetak generasi yang tangguh
02	Februari	Minggu 03-02-2013 Minggu 10-02-2013 Minggu 17-02-2013 Minggu 24-02-2013	Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Dr. H. Muslih. KS, M.Ag Drs. H.M. Sularno.MA Drs. H. AF. Djunaedi. M.Ag	Pengertian Islam Meneladani Rasulullah Membina keluarga bahagia Pendidikan keluarga
03	Maret	Minggu 03-02-2013 Minggu 10-02-2013	Drs.H. Syarif Zubaidah, M.Ag Drs. Sofwan Jannah, M.Ag	Poligami antara manfaat dan madorot Perbedaan ibadah shalat

		Minggu 17-02-2013 Minggu 24-02-2013	Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Nur kholis, M.Sh.Ec	Sikap manusia terhadap al-qur'an Investasi Syari'ah
04	April	Minggu 07-02-2013 Minggu 14-02-2013 Minggu 21-02-2013 Minggu 28-0202013	Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Dr. H. Muslih. KS, M.Ag Dra. Sri Haningsih, M.Ag Drs. H. Dadan	Zakat 7 sikap yang disukai Allah Peran wanita dalam pendidikan keluarga Hak Tetangga
05	Mei	Minggu 05-02-2013 Minggu 12-02-2013 Minggu 19-02-2013 Minggu 26-02-2013	Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Ustadz Faqih Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Drs.H. Syarif Zubaidah, M.Ag	Aqidah Menahan hawa nafsu Arah kiblat Memilih pasangan dalam hidup
06	Juni	Minggu 09-02-2013 Minggu 16-02-2013 Minggu 23-02-2013 Minggu 30-02-2013	Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Ustadz Muhanam Dr. H. Muslih. KS, M.Ag Drs. H.M. Sularno.MA	Shalat berjamaah Pernak pernik sya'ban Menyambut Ramadhan Jelang Ramadhan
07	Juli	Minggu 07-02-2013 Minggu 14-02-2013 Minggu 21-02-2013 Minggu 28-02-2013	Drs. Sofwan Jannah, M.Ag Dra. Sri Haningsih, M.Ag Drs. H.M. Sularno.MA Dr. H. Muslih. KS, M.Ag	SUDAH TERLAKSANA TETAPI BELUM DIREKAP

Lampiran 02

BIODATA PENULIS

A. Identitas Diri

Nama Lengkap	: Aden Hasan Solehudin
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat Tanggal Lahir	: Purwakarta, 08 Januari 1989
Nama Orang Tua	: H. Zaenal Arifin (Ayah) Hj. Saodah (Ibu)
Alamat Asal	: Kp, Nagrog Tonggoh Rt/Rw 05/02 Sakambang, Wanayasa, Purwakarta, Jawa Barat, 41174. .
Alamat di jogja	: Kost Goro-goro Dusun Ambarrukmo, Rt/ Rw/ 10/04, Desa Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta, 55821.
No Handphone	: 0857 0264 4342/ 0877 3933 6719
E-mail	: muaz.aden@yahoo.com/ adenhasan45@gmail.com
Facebook	: muaz.aden@yahoo.com

B. Pendidikan Formal

1996-2002	: SDN Cipulus
2002-2005	: MTs YPPA Cipulus
2005-2008	: MA YPPA Cipulus
2009-Sekarang	: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

C. Pengalaman Organisasi

2009-2011	: Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Fakultas Dakwah dan Komunikasi
2011-2012	: Anggota BEM-J Fakultas Dakwah dan Komunikasi
2011-2012	: Direktur TPA Musholla Nurul Huda Yogyakarta
2013-Sekarang	: Koordinator Humas Musholla Nurul Huda Yogyakarta

Yogyakarta, 03 Oktober 2013

Aden Hasan Solehudin

Lampiran 03

DAFTAR INFORMAN

1. Arlin Setyaningsih (Ketua Seksi Pro 1 RRI Yogyakarta)
2. Titin Sudartinah (Staf Program Pro 1 RRI Yogyakarta)
3. Agus Pramana (Penyiar Pro 1 RRI Yogyakarta)
4. Mudjiyono (Staf Pro 1 RRI Yogyakarta)
5. Wim Sutria (Pendengar Program Tausiyah Udara Pro 1 RRI Yogyakarta)
6. KH. Ikhsanuddin B (Salah satu Penceramah Program Tausiyah Udara Pro 1 RRI Yogyakarta)

Lampiran 04

INTERVIEW GUIDE
Judul Skripsi

" STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA RADIO REPUBLIK INDONESIA 91,1 Mhz YOGYAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH"

1. Bagaimana awal sejarah berdirinya Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta?
2. Apa yang menjadi visi dan misi Radio Republik Indonesia (RRI)?
3. Apa tujuan dan fungsi berdirinya RRI Yogyakarta?
4. Bagaimana cara membedakan Radio Republik Indonesia (RRI) dengan radio lainnya dan bagaimana filosofi penyiarannya?
5. Bagaimana profil Radio Republik Indonesia (RRI)?
6. Program apa saja yang ada di Radio Republik Indonesia (RRI)?
7. Kapan mulai siaran Radio Republik Indonesia (RRI)?
8. Apa yang dimaksud dengan Program Tausiyah Udara?
9. Bagaimana awal sejarah berdirinya Program Tausiyah Udara?
10. Tema ceramah apa saja yang dibahas dalam Program Tausiyah Udara?
11. Bagaimana strategi yang digunakan RRI dalam menyampaikan isi pesan dakwah kepada pendengar?
12. Siapa yang menjadi komunikator/penceramah di Radio Republik Indonesia (RRI)?
13. Mengapa memilih penceramah dari berbagai lembaga keagamaan?
14. Kriteria komunikator seperti apa yang bisa mengisi ceramah pada Program Tausiyah Udara?
15. Apakah ada kriteria khusus untuk presenter/penyiar kalau ada seperti apa?
16. Siapa yang berhak menentukan tema ceramah apakah pihak RRI sendiri atau dari penceramahnya?
17. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menyampaikan isi pesan dakwah agar bisa diterima dengan baik oleh pendengar?

18. Bagaimana strategi yang digunakan agar keberadaan media radio RRI itu sendiri diminati oleh banyak pendengar?
19. Siapa yang menjadi sasaran utama Program Tausiyah Udara?
20. Bentuk umpan balik atau respon seperti apa yang terjadi di Program Tausiyah Udara?
21. Bagaimana efek yang terjadi setelah mendengarkan Program Tausiyah Udara? (wawancara dengan pendengar bapak Wim Sutria)
22. Bagaimana tanggapan terhadap Program Tausiyah Udara di Pro 1 RRI Yogyakarta? (wawancara dengan pendengar bapak Wim Sutria)
23. Apakah Program Tausiyah Udara membantu dalam mempelajari tentang Islam? (wawancara dengan pendengar bapak Wim Sutria)

Lampiran 05

DAFTAR PENDENGAR AKTIF TAUSIYAH UDARA

PRO 1 (91,1) RRI YOGYAKARTA

No	NAMA PENDENGAR	NOMOR HP
1	Ponimin	(02746) 6022449
2	Ibu Novi	(02746) 6938624
3	Bapak Widi Angkoro	(02746) 6901223
4	Ibu Sujinah	(02746) 6841719
5	Bapak Slamet Utoyo	(02746) 542250
6	Bapak Joko Susanto	085725725091
7	Bapak Harianto	(02746) 9211530
8	Ibu Fita	08564336328
9	Bapak Ramadhan	(02746) 7877134
10	Ibu Rifka	0897136163
11	IbUu Sisca	083869898909
12	Bapak Giyono	085292605401
13	Ibu Siti Lestari	085293538767
14	Bapak Moh Sholeh	(02746) 9425360
15	Bapak Sumarto	085326306044
16	Bapak Budi Nugroho	(02746) 486710
17	Bapak Syarifal	085643910659
18	Bapak Rasmi	087739611722
19	Bapak Suharno	087739312758
20	Bapak Irham	087738147968
21	Bapak Teguh	08157979146
22	Ibu Sri	(02746) 6869250
23	Ibu Atik	08174104677
24	Bapak Baryadi	(02746) 68935617
25	Bapak Totok	(02746) 8525422
26	Ibu Wiwid	(02746) 6901223
27	Bapak Mayendra	(02746) 9273989
28	Bapak Broto	087931170195
29	Bapak Heri Purwanto	087836413996
30	Ibu Sutri Haryani	(02746) 7026970
31	Ibu Sri Maharani	(02746) 4342716
32	Bapak Ridwan	(02746) 3006210
32	Bapak Tukijo	085292027690
33	Ibu Nuni Pingit	(02746) 3006210
34	Ibu Siti	085743346919
35	Ibu Asih	081227090660
36	Bapak Slamet	(02746) 592250
37	Bapak Endang	(02746) 513139
38	Bapak Andrianto	(02746) 8557742

Lampiran 06

OBSERVASI LAPANGAN

Tempat : Gedung RRI Yogyakara
Waktu : 19 Juni 2013 Jam. 09.30 WIB

Gedung RRI Yogyakarta terletak di Jalan Ahmad Jazuli Kotabaru Daerah Istimewa Yogyakarta. Gedung yang berlantai dua tersebut terbilang sangat megah setalah direnovasi pasca gempa 2006, sehingga ada beberapa bagian yang direnovasi termasuk bagian depan pintu utama dan beberapa ruangan. Memasuki ruang utama Gedung RRI pengunjung (orang yang ingin bertamu) akan disambut oleh bagian informasi yang ditunggu oleh bapak-bapak yang selalu siap menunggu tamu datang dan terdapat ruang tunggu yang begitu luas dengan arsitektur modern.

Letak studio Pro 1 (91,1) RRI Yogyakarta terletak sebelah kiri pojok ketika masuk melewati pintu utama gedung diikuti ruangan studio lainnya yaitu Pro 2 dan 4. Adapun Pro 4 letaknya satu ruangan dengan Pro 2 bedanya hanya di *sekat* (alat pemisah seperti triplek). Sedangkan depan studio Pro 1, 2, dan 4. Adalah ruang kerja kantor bagian perencanaa dan kantor Pro 1 diikuti dengan ruangan-ruangan kantor lainnya yang berjejer memanjang saling berhadap-hadapan.

Gedung-gedung dibelakang RRI terdapat kantin, tempat *foto copy*,yang luas, sehinngga menambah kelengkapan dan fasilitas RRI sedangkan dibelakang bagian kanan terdapat Musholla kecil yang berjejer dengan gedung-gedung lainnya. Depan Musholla dijadikan sebagai tempat parkir yang memanjang sampai depan gerbang pintu masuk ke halaman gedung RRI.

Lampiran 07

OBSERVASI LAPANGAN

Kegiatan/Acara : Live Program Tausiyah Udara
Tempat : Gedung Studio Pro 1 (91,1) RRI Yogyakarta
Waktu : 29 Juni 2013 Jam. 05:00-06:00 WIB

Program Tausiyah Udara dilakukan tepak pukul 05:00-06:00 setelah melaksanakan shalat subuh berjamaah di Musholla RRI, kemudian antara penyiar dan penceramah ngobrol-ngobrol santai atau *sharing* mengenai tema-tema yang akan dibahas pada waktu itu juga sebelum acara *live on air* dimulai. Desain studio berbentuk seperti huruf (O) yaitu melingkar antara penyiar dan penceramah duduknya saling berhadap-hadapan dimana terdapat beberapa alat-alat siaran lengkap, juga dilengkapi dengan alat pendingin *AC* dengan dinding studio berwarna hijau dan putih juga terdapat jam dinding.

Memulai program Tausiyah Udara dibuka dengan diawali oleh penyiar memperkenalkan penceramah dan tema yang akan disampaikan pada saat itu lalu penceramah mengisi ceramahnya antara 10 s/d 15 menit, segmen selanjutnya diisi tanya jawab interaktif dengan pendengar. Penelpon yang masuk yaitu antara 10 s/d 15 orang dengan maksud tujuan yang berbeda-beda ada yang ingin bertanya, memberikan sanggahan, atau hanya menambahkan materi yang sedang dibahas. *Closing* Program Tausiyah Udara dilakukan dengan menyimpulkan tema yang dibahasnya oleh penceramah setelah itu penyiar melakukan *closing* acara dan dilanjutkan dengan program acara lainnya.

INTERVIEW GUIDE
Judul skripsi
“ STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA RADIO REPUBLIK INDONESIA 91,1 Mhz YOGYAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH”

Nama : Titin Sudartinah

Hari/Tanggal : Kamis 20 Juni 2013

Jabatan : Staff RRI Yogyakarta Bagian Program Acara

Tempat : Kantor Pro 1 RRI Yogakarta

A. Pertanyaan untuk Staff Program Acara

1. Bagaimana latar belakang secara umum program Tausiyah Udara?
2. Mengapa memilih nama tausiyah udara apa filosofinya?
3. Dalam program tausiyah udara siapa yang menjadi segmen utamanya? Alasannya?
4. Apa yang menjadi tujuan utama program Tausiyah Udara?
5. Mengapa program Tausiyah Udara *on air*-nya pukul 05:00 sampai dengan pukul 06:00? Alasannya apa?
6. Bagaimana persiapan sebelum on air dimulai?
7. Biasanya tema-tema keagamaan tentang apa yang sering dibahas?
8. Siapa yang berhak menentukan tema ceramah? Dari institusi RRI apa dari penceramahnya?
9. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menyampaikan dakwah keagamaan?
10. Kriteria *da’i* seperti apa yang memenuhi syarat sehingga bisa menjadi pengisi di program tausiyah udara?

FIELD NOTE

Informan : Titin Sudartinah
Jabatan : Staff Pro 1 RRI Yogyakarta bagian Program acara
Waktu : Kamis 20 Juni 2013, 08:30 s/d Selesai
Tempat : Ruang Kantor Pro 1 RRI Yogyakarta

Wawancara penulis dengan informan dilakukan di ruang kantor Pro 1 RRI Yogyakarta, penulis menanyakan sekitar sejarah Program Tausiyah Udara menurut Titin Sudartinah bahwa awal mula berdirinya Tausiyah Udara berawal dari masukan beberapa teman dan karyawan RRI yang ingin mengganti nama program keagamaan awalnya bernama "Kuliah Subuh" sebelum saya bergabung dengan RRI nama "Kuliah Subuh" itu sudah ada mas tapi durasinya hanya sebentar yaitu sekitar 15 menit saja lalu berkembang-berkembang sehingga sampai sekarang nama program tersebut diganti menjadi Tausiyah Udara yang sifatnya interkatif dan waktunya ditambah menjadi sati jam.

Memilih nama Tausiyah Udara bisa diartikan bahwa tausiyah kan pengajian mengapa udara? karena siarannya melalui udara maka disebutlah Tausiyah Udara yang berarti sebuah acara keagamaan yang dilakukan di Pro 1 RRI melalui udara. Adapun segmen utama menurut Ibu Titin ialah masyarakat yang berada disekitar Daerah Istimewa Yogyakarta dengan tujuan supaya dalam kehidupan sehari-hari pendengar bisa menerapkan apa yang disampaikan oleh penceramah melalui program Tausiyah Udara yang dilakukan pada pagi hari yaitu pukul 05:00-06:00 memilih waktu dipagi hari karena merupakan waktu yang tepat untuk program keagamaan.

Persiapan-persiapan yang dilakukan sebelum *on air* biasanya hanya menanyakan saja tema-tema yang akan dibahas yang kiranya dibutuhkan oleh masyarakat luas tetapi ada juga narasumber yang membuatkan jadwalnya sendiri seperti dari kementrian agama. Adapun tema-tema menyesuaikan dengan lembaga masing-masing. Strategi yang digunakan tentunya berbeda beda mas disesuaikan dengan keahlian masing-masing penceramah. Sedangkan kriteria seorang dai yang mengisi Tausiyah Udara ialah komunikator harus netral, mampu memahami khalayak pendengar

INTERVIEW GUIDE

Judul skripsi

“ STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA RADIO REPUBLIK INDONESIA 91,1 Mhz YOGYAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH”

Nama : Agus Pramana

Hari/Tanggal : Selasa 2 Juli 2013

Jabatan : Penyiar Tausiyah Udara

Tempat : Studio Pro 1 RRI Yogakarta

B. Daftar Pertanyaan untuk Penyiar

1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menyampaikan isi pesan dakwah pada program Tausiyah Udara agar diminati dan diterima oleh pendengar?
2. Bagaimana cara mengatur dan mempersiapkan agar program Tausiyah Udara itu diterima pendengr dengan baik?
3. Tema pesan tentang apa yang disukai oleh pendengar?
4. Cara penyampian ceramah seperti apa yang diinginkan atau disukai oleh pendengar?
5. Mengenai media yang digunakan kan radio, peralatan apa saja selain pemancar yang harus diperhatikan ketika live program?
6. Media radio dan tv kan berbeda nah kalau strategi yang digunakan penyiar dalam program Tausiyah Udara seperti apa?
7. Daya tarik apa sih yang harus dimiliki penyiar dalam program Tausiyah Udara?
8. Dalam proses komunikasi pasti ada feedback/umpan balik, nah umpan balik seperti apa?dan dalam bentuk apa?
9. Biasanya feedback dari pendengar itu berupa apa? Apa berupa pertanyaan, sanggahan, atau kritikan?

FIELD NOTE

Informan : Agus Pramana
Jabatan : Penyiar Tausiyah Udara Pro 1 RRI Yogyakarta
Waktu : Selasa 23 Juli 2013, 06:00 s/d Selesai
Tempat : Studior Pro 1 RRI Yogyakarta

Agus Pramana merupakan salah stau penyiar Tausiyah Udara di Pro 1 yang penulis wawancarai mengenai judul penelitian ini hasilnya ialah bahwa dalam melakukan strategi penyampaian pesan dakwah terdapat beberapa poin penting yang harus dilakukan yaitu penceramah yang mengisi Tausiyah Udara tidak monoton dalam menyampaikan pesan dakwah oleh sebab, pihak RRI membuatkan jadwal agar pendengar tidak merasa bosan, jemu dan lain sebagainya sehingga pengisi ceramah setiap harinya berbeda-beda.

Disamping itu tata bahasapun harus diperhatikan bahasa yang digunakan harus bahasa yang mudah dimengerti, dan tidak bertele-tele. Dalam penyajian pesanpun karena kita kan sebagai radio public maka secara otomatis harus membawa pesa yang disampaikan itu apa yang dibutuhkan oleh pendengar yaitu dengan cara kita mengetahui permasalahan-permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat atau yang menjadi *hot issu* pada waktu itu.

Alat-alat siaran pun harus baik karena sebagus apapun isi ceramah apabila medianya kurang memadai maka isi pesan dakwah pun akan susah dijangkau oleh sebab itu, selain pemancar yang baik juga ditentukan oleh alat-alat seperti *mixer, mixrofond*, komputer dab penunjang-penunjang lainnya.

Hasil yang baik tentunya ditentukan dengan persiapan yang baik juga yang kami lakukan disini ialah mempersiapakan tema-tema yang akan dibahas yaitu

dengan cara ngobrol langsung menanyakan kepada penceramah misal, kira-kira tema apa yang akan dibahas hari ini ustadz secara garis besar saja baru kita sendiri yang mengembangkan selain itu sebelum siaran kita membuat *rundown* sebagai pegangan siaran untuk mengurangi kesalahan-kesalahn kecil yang terjadi.

Tema yang dibahas dalam Tausiyah Udara sangat beragam dan setiap tema yang dibahas sangat diminati oleh pendengar dibuktikan dengan selalu banyaknya pendengar yang antusias sekali mengikuti dan mendengarkan otomatis Program Tausiyah Udara memeberi sebuah ilmu yang bermanfaat bagi pendengar dan diminatinya. Sedangkan cara penyampaian yang baik menurut pendengar adalah penyampaian pesan dakwah yang tegas, lugas, tidak membingungkan pendengar karena ada juga pendengar yang tidak fokus dan penjelasannya pun melebar.

Daya tarik yang harus dimiliki seorang penyiar dan penceramah ialah harus memiliki suara yang baik. Hasil dari proses terjadinya proses komunikasi adalah menghasilkan sebuah efek, efek yang terjadi pada program Tausiyah Udara ialah ada yang secara langsung juga ada yang tidak, efek secara langsung biasanya terjadi lewat telpon atau pesan singkat SMS baik berupa pertanyaan, pernyataa, sanggahan, ataupun pendengar meluruskan sekiranya ada materi-materi yang kurang pas.

INTERVIEW GUIDE

Judul skripsi

“ STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PROGRAM TAUSIYAH UDARA RADIO REPUBLIK INDONESIA 91,1 Mhz YOGYAKARTA DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH”

Nama : KH Ikhsanuddin B

Hari/Tanggal : Selasa 23 Juli 2013

Jabatan : Penceramah pada Program Tausiyah Udara

Tempat : Dirumah yang terletak di kalasan

C. Daftar Pertanyaan untuk Penceramah

1. Bagaimana strategi yang digunakan pak Ustadz dalam menyampaikan pesan di RRI Yogyakarta?
2. Apakah ada tema khusus yang dipersiapkan sebelum ceramah?
3. Pesiapan seperti apa yang apak Ustadz lakukan sebelum mengisi ceramah?
4. Apakah sama yang dilakukan Ustadz ketika mengisi ceramah di radio atau di mimbar?
5. Model pendekatan seperti apa yang dilakukan pak Ustadz kepada pendengar?
6. Bagaimana sikap pak Ustadz jika ada yang mengkritik atau menyanggah ceramah yang disampaikan?

FIELD NOTE

Informan : KH Ikhsanuddin B
Jabatan : Penceramah pada Program Tausiyah Udara
Waktu : Selasa 23 Juli 2013 11:00 s/d Selesai
Tempat : Di Rumah kalasan

Penulis melakukan wawancara begitu santai dan penuh keakraban walaupun baru pertama kali bertemu, setelah melakukan pencarian rumah-nya penulis kesasar, wawancara dilakukan setelah shalat duhur berjamaah dimasjid sebelah rumah pak KH Ikhsanuddin tersebut, mengawali pertanyaan pertama penulis langsung menanyakan strategi yang dilakukannya.

Saya itu tidak mempunyai teori tentang strategi mengenai cara berkomunikasi mas, saya hanya menyampaikan apa yang saya bisa yang saya pahami sudah seperti itu saja, saya malah tidak mengerti kalau banyak pendengar yang menyukai cara dan isi ceramah yang saya sampaikan ya Alhamdulillah kalau pada suka. Cara yang saya lakukan pertama saya mempelajari dan mengetahui budaya masyarakat jogja, saya mengikuti apa maunya pendengar, saya selalu berusaha untuk memancing pendengar agar mau bertanya lalu saya memberi pemahaman-pemahaman setelah pendengar bertanya.

Wawancara semakin menarik ketika pak ustadz melontarkan jawaban-jawaban yang khas, lugas, jelas, apa adanya. Persiapan apa yang dilakukan? Saya tidak melakukan persiapan apa-apa mas paling dapat ide diperjalanan ke RRI ya tema itu yang saya sampaikan namun secara garis besar saya menyampaikan tema-tema sosial sehari-hari saja dari mulai tema-tema sederhana.

Pendekatan yang saya lakukan adalah saya tidak memposisikan diri sebagai penceramah tetapi, sebagai orang yang ingin berdiskusi saja ngobrol agar dalam menyampaikan pesan bisa sampai. Ketika saya mengisi ceramah ada pendengar yang mengkritik, bertanya, menambahakan saya terima saja tidak lantas saya benci atau marah.

FIELD NOTE

Informan : Mudjiyono
Jabatan : Staff RRI Pro 1 RRI Yogyakarta
Waktu : Rabu 03 Juli 2013 09:30 s/d Selesai
Tempat : Kantor Pro 1 RRI Yogyakarta

Mudjiyono merupakan salah satu staff RRI yang akan pension. Awalnya penulis akan mewawancarai Arlin Setyaningsih sebagi kepala seksi Pro 1 RRI Yogyakarta, namum ada kegiatan yang tidak dapat ditinggalkan maka penulis diarahkan untuk wawancara dengan bapak mudjiyono.

Perbedaan-perbedaan yang dialami RRI begitu cepat dari masa awal berdiri hingga sekarang ini RRI Yogyakarta, memiliki empat programa yaitu terdiri dari Pro 1, 2, 3, yang membedakan programa 1 sampai 4 terletak pada segmentasi dan program acara. Programa 1 atau biasa disingkat Pro 1 ialah memiliki beberapa program acara diantaranya dialog kebangsaan tentang politik, bisnis, psikologi, agama, walikota menyapa, gubernur menyapa, dan bupati menyapa termasuk didalamnya Program Tausiyah Udra merupakan program religi yang ada di Pro 1 (91,1) RRI Yogyakarta.

Sementara Pro 2 memiliki segmentasi pendengar adalah anak muda adapun Pro 3 merupakan siaran relay dari Jakarta, dan sekitar lima tahun yang lalu hadirlah Pro 4, yang diisi dengan siaran khusus budaya wayang ketoprak campur sari, jadi setiap programa sudah memiliki spesifikasi sendiri-sendiri. Penulis mewawancarai bapak Mudjiono tidak berlangsung lama hanya menanyakan sejarh mengenai RRI dan Tausiyah Udara dan selebihnya penulis diberikan data berupa file mengenai Pro 1, 2, 3, dan 4.

FIELD NOTE

Informan : Wim Sutria
Jabatan : Pendengar Program Tausiyah Udara
Waktu : Senin 26 Agustus 2013
Tempat : Dihubungi Melalui *Telephone*

Wim Sutria adalah salah satu pendengar aktif yang selalu mengikuti program Tausiyah Udara, penulis melakukan wawancara melalui telpon atas kemauan bapaknya sendiri maka saya wawancarai langsung melalui telpon, bapak wim mendengarkan Tausiyah Udara cukup lama sekitar dua tahunan ini saya mendengarkan secara terus menerus kalau dulu hanya sebentar-sebentar saja tetapi kalau sekarang saya intens mendengaarkan, saya memilih mendengarkan Tausiyah Udara di Pro 1, karena saya merasa tertarik dengan alasan bahwa pengisi Tausiyah Udara RRI telah bekerja sama dengan banyak ustadz misal dari KEMENAG ini kan sumber resmi mas, juga didukung oleh beberapa perguruan tinggi yang bernuansa Islam seperti UII, UMY, itu juga sumber-sumber terpercaya dari pihak akademisi tidak sekedar ustadz yang punya pondok otomatis kualitas isi pesan yang dipaparkan itu memenuhi syarat untuk kita dengarkan itu alasan saya memilih Tausiyah Udara

Efek yang saya rasakan setelah mendengarkan Tausiyah Udara ialah mengenai agama jelas saya jadi lebih, ternyata didalam agama islam melalui Tausiyah Udara itu tergantung juga unsur-unsur keberagaman artinya antar agama ini ada saling pengertian ada saling kebersamaan dan ada toleransi yang dibangun, tetapi ketika kita melihat fakta dilapangan melihat dai-dai yang oranganya…..(hanya tertawa) "*agak ekstrim*"kita seperti dibakar, dibakar dengan

pencemaran. dibakar dengan ketidak adilan, yang sifatnya tidak sama dengan yang dia maui tetapi di tausiyah Udara ini tidak ada seperti itu yang ada adalah rasa kedamaian, ketentraman kebersamaan dan keberagamaan yang saling toleransi

Kalau kita mendengarkan tausiyah pagi itu mas ibarat batang padi kalau dia semakin banyak ilmunya dia akan menunduk kalau kita mendengarkan dengan bagus maka kita semakin bagus akhlaqnya dan tidak arogansi otomatis lebih bisa bersikap baik dengan orang-orang disekitar kita semakin pintar maka semakin menunduk bukan semakin sombong ungkapnya.

FIELD NOTE

Informan : Arlin Setyaningsih
Jabatan : Kepala seksi RRI Pro 1 RRI Yogyakarta
Waktu : Kamis 20 Juli 2013 11:30 s/d Selesai
Tempat : Kantor Pro 1 RRI Yogyakarta

Arlin Setyaningsih merupakan kepala seksi Pro 1 (91,1) RRI Yogyakarta, yang penulis wawancarai di kantor Pro 1 penulis mewawancarai pertama langsung pada pokok permasalahan yaitu mengenai strategi komunikasi yang digunakan, begini mas kaitannya dengan strategi ada beberapa prinsip-prinsip umum yang harus dipegang teguh prinsip ini tentu terkait dengan para pengisi siaran prinsipnya adalah penceramah tidak boleh menyinggung-nyinggung tentang sara, jangan membenturkan agama dengan masalah tradisi yang dianut oleh masyarakat jogja, dan terakhir tidak dogmatis.

Strategi Komunikasi dakwah yang dilakukan tidaklah teoritis banget seperti teori komunikasi yang ada di dalam buku-buku litelatur yang terpenting langkah awal yang dilakukan ialah kita harus tahu siapa khalayak sasaran RRI dan di RRI sudah ditentukan yaitu pendengar 35 tahun keatas berarti kan orang dewasa yang menjadi fokus utama siaran RRI begitupun dengan pendengar Tausiyah Udara. Umur, jenis kelamin, pendidikan, sosial ekonomi, khalayak pendengar berada dimana ini menjadi perhatian kami untuk menentukan *contens* siaran.

FIELD NOTE

Informan : Arlin Setyaningsih
Jabatan : Kepala seksi RRI Pro 1 RRI Yogyakarta
Waktu : Selasa 09 Juli 2013 09:06 s/d Selesai
Tempat : Kantor Pro 1 RRI Yogyakarta

Penulis melakukan wawancara kembali dengan Ibu Arlin Setyaningsih untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan selain data tertulis dan dokumen-dokumen yang ada menurut Arlin bahwa keberhasilan sebuah acara ditentukan oleh berbagai faktor termasuk dalam Tausiyah Udara yaitu yang harus diperhatikan media-nya itu sendiri bagaimana daya pancar nya sebaik apapun kalau tidak didukung oleh daya panacar yang baik maka pendengarpun akan merasa males dan bosan untuk mendengarkan, kepercayaan masyarakat terhadap media itu sendiri, itu sangat mempengaruhi terhadap suksenya siaran.

Person dari ustadznya sendiri juga mempengaruhi maka, ustadznya juga harus diperhatikan karena yang akan menilai terhadap isi pesan dakwah adalah pendengar, pendengar aktif akan tahu jadwal pengisi penceramah setiap harinya maka, pendengar akan bisa membandingkan antara ustadz yang satu dengan yang lainnya. respon atau *feedback* dari masyarakat itu kan lewat bertanya nah bagaimana ustadz itu merespon atas tanggapan masyarakat, maka kita bisa menilai sikap seorang penceramah layak apa tidak mengisi pada Program Tausiyah Udara.

FIELD NOTE

Informan : Arlin Setyaningsih
Jabatan : Kepala seksi RRI Pro 1 RRI Yogyakarta
Waktu : Selasa 23 Juli 2013 10:34 s/d Selesai
Tempat : Kantor Pro 1 RRI Yogyakarta

Penulis melanjutkan wawancara mengenai *feedback* atau respon yang terjadi setelah terjadinya proses komunikasi menghasilkan beberapa point penting dengan menggunakan beberapa cara yang dilakukan RRI yaitu RRI membuat sebuah perkumpulan yang diberi nama "*paguyuban monitoring RRI*" dibuat untuk mewadahi aspirasi-aspirasi pendengar aktif yang selalu mendengarkan Tausiyah Udara. manfaat dibentuknya paguyuban tersebut bahwa bisa mendapatkan data base mengenai pendengar aktif RRI.

Kami pihak RRI juga mengundang pendengar untuk datang ke RRI dimaksdukan untuk mengetahui respon secara langsung yang terjadi setelah mendengarkan Tausiyah Udara setelah terbentuknya *paguyuban* pendengar RRI sering mengadakan kegiatan-kegiatan seperti syawalan, ulang tahun, dan arisan yang diadakan sebulan sekali. Maka di forum itulah kami (RRI) bisa mendata ulang pendengar-pendengar yang masih aktif ada juga yang telah meninggal dunia. Bisa disimpulkan bahwa dalam melakukan *monitoring* pendengar RRI melakukan berbagi cara untuk mengetahui respon yang terjadi di masyarakat.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 515856, Email. fd@uin-suka.ac.id

TRANSKRIP NILAI SEMENTARA
PROGRAM SARJANA (S1)

Nama : ADEN HASAN SOLEHUDIN
Tempat, Tanggal Lahir : PURWAKARTA, 8 JANUARI 1989
Nomor Induk Mahasiswa : 09210105

Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Tanggal Masuk : 1 SEPTEMBER 2009

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot
1	PTI-102-1-2	Akhlak/Tasawuf	2	B+	6,50
2	PTI-201-1-2	Bahasa Arab I	2	B+	6,50
3	PTI-203-1-2	Bahasa Indonesia	2	A-	7,50
4	PTI-202-1-2	Bahasa Inggris I	2	B-	5,50
5	PTI-210-1-2	Fiqh dan Ushul Fiqh	2	A-	7,50
6	KPI-218-1-2	Ilmu Dakwah	2	A-	7,50
7	PTI-101-1-2	Pancasila dan Kewarganegaraan	2	B+	6,50
8	USK-204-1-2	Pengantar Studi Islam	2	A-	7,50
9	PTI-103-1-2	Tauhid	2	B-	5,50
10	PTI-209-1-2	Al-Hadits	2	A/B	7,00
11	PTI-208-1-2	Al-Qur'an	2	B	6,00
12	KPI-230-2-4	Bahasa Arab II, III	4	A/B	14,00
13	KPI-229-2-4	Bahasa Inggris II, III	4	B-	11,00
14	USK-212-1-2	Filsafat Ilmu	2	A-	7,50
15	KPI-212-1-2	Filsafat Umum	2	A	8,00
16	KPI-447-1-3	Ilmu Komunikasi	3	A	12,00
17	KPI-514-2-2	Sejarah Agama-agama	2	B	6,00
18	KPI-116-1-2	Sejarah Dakwah	2	A/B	7,00
19	PTI-211-1-2	Sejarah Kebudayaan Islam	2	A-	7,50
20	KPI-231-2-4	Bahasa Arab IV, V	4	B	12,00
21	KPI-448-2-3	Fiqih	3	A/B	10,50
22	KPI-234-2-3	Hadits I	3	A	12,00
23	KPI-450-1-2	Public Relation	2	A/B	7,00
24	KPI-321-1-2A	Retorika Dakwah	2	A	8,00
25	KPI-123-1-2	Sistem Sosial Indonesia	2	A	8,00
26	KPI-233-2-3	Tafsir I	3	A-	11,25
27	KPI-456-1-2	Teori Komunikasi	2	A	8,00
28	KPI-217-1-2	Filsafat Dakwah	2	B+	6,50
29	KPI-341-1-3	Fotografi	3	A-	11,25
30	KPI-236-2-3	Hadits II	3	A	12,00
31	UKS-515-1-2	Islam dan Budaya Lokal	2	A	8,00
32	KPI-124-1-2	Pengantar Ilmu Politik	2	A-	7,50
33	KPI-320-1-2	Pengantar Metodologi Penelitian	2	B+	6,50
34	KPI-219-1-3	Psikologi Dakwah	3	B	9,00
35	KPI-340-1-3	Reporting	3	A	12,00
36	KPI-235-2-3	Tafsir II	3	A/B	10,50
37	KPI-451-1-2	Cybermedia	2	B-	5,50
38	KPI-345-1-4	Jurnalistik	4	A-	15,00
39	KPI-225-1-3	Periklanan	3	B	9,00
40	KPI-346-1-2	Prinsip-prinsip Desain Pesan	2	B+	6,50
41	KPI-342-1-2	Produksi Acara Radio	3	A	12,00
42	KPI-122-1-2	Psikologi Komunikasi	2	B	6,00
43	KPI-228-1-3	Statistik Sosial	3	B+	9,75
44	KPI-449-1-2	Analisis Teks Media	2	A-	7,50
45	KPI-451-1-4	Kewirausahaan	4	A	16,00
46	KPI-223-1-2	Media Grafis	2	B-	5,50
47	KPI-320-1-3	Metodologi Penelitian Komunikasi	3	B+	9,75
48	KPI-343-1-3	Penulisan Naskah	3	A/B	10,50
49	KPI-344-1-4	Produksi Siaran Televisi	4	A-	15,00
50	KPI-226-1-2	Manajemen Pers	2	A/B	7,00
51	KPI-227-1-2	Manajemen Siaran	2	A	8,00
52	KPI-224-1-4	Praktikum Media/Retorika	4	B+	13,00
53	KPI-339-1-2	Sinematografi	2	A	8,00
54	KPI-357-4	Kuliah Kerja Nyata	4	A	16,00
55	KPI-358-2-6	Skripsi	6	B+	19,50

Indeks Prestasi Kumulatif:
IPK : (506/144) = 3,51

Yogyakarta, 25 Oktober 2013
Dekan

KEMENTERIAN AGAMA ★ UIN SUNAN KALIJAGA ★ FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI YOGYAKARTA

Dr. H. Waryono, M.Ag.
19701010 199903 1 002

GALERI FOTO-FOTO NARASUMBER

Foto 1: Ibu Titin Sudartinah
(Staf Pr0 1 Bidang Program Acara)

Foto 2: KH. Ikhsanuddin B
(Penceramah Tausiyah Udara)

Foto 3: Bapak Agus Pramana
(Penyiar Tausiyah Udara)

Foto 4: Ibu Arlin Setyaningsih
(Kepala Seksi Pro 1 RRI Yogyakarta)

Foto 5: Gedung RRI Yogyakarta

Foto 6: Bagian Resepsionis RRI

Foto 7: Mobil Siaran Zaman Dahulu Tampak dari Depan

Foto 8: Mobil Siaran Zaman Dahulu Tampak dari Depan