

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Agar pembaca dapat gambaran yang jelas mengenai arah penelitian ini, maka di sini perlu ditegaskan terlebih dahulu hal-hal sebagai berikut :

1. Dakwah adalah “menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia, agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islami.¹ Selain itu dakwah secara istilah dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan secara sadar dan sengaja dengan mengerahkan segala potensi yang dimiliki, baik secara individual maupun bersama-sama untuk mengajak orang pada ajaran Islam (masuk ke dalam Islam bagi mereka yang belum menjadi muslim) serta meningkatkan kualitas pemahaman, penghayatan dan pengamalan ajaran Islam (bagi kaum muslim) dalam seluruh tatanan kehidupan, dan melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar*.²

Sedangkan yang dimaksud dakwah di sini adalah proses pelaksanaan siaran dakwah agama Islam khusus terhadap pelaku bisnis yang berpendidikan tinggi (minimal D3/S1) di Radio SWA FM Yogyakarta.

2. Pelaku bisnis terdiri dari dua unsur kata yaitu “Pelaku” dan “Bisnis”. Pelaku berarti orang yang melakukan sesuatu perbuatan.³ Sedangkan kata “bisnis” berasal dari bahasa Inggris “*business*” yang berarti “usaha, dagang, usaha

¹ K.M.S. Anshary Isa, *Mujahid Dakwah*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1984), hal. 17.

² Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hal. 192.

³ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1982), hal. 701.

komersial dalam bidang perdagangan.⁴ Kemudian kata "Pelaku" dan "Bisnis" digabung menjadi pelaku bisnis yang berarti orang yang melakukan suatu perbuatan dalam bidang perdagangan.⁵ Selain itu pada masa sekarang ini pelaku bisnis lebih dikenal dengan sebutan *entrepreneurship* yang berasal dari kata *entrepreneur* yang berarti orang yang berani beresiko untuk mendapatkan keuntungan, dalam konteks ekonomi. Arti tersebut juga mengandung makna jiwa dan semangat. Artinya, sosok *entrepreneur* tidak saja menunjukkan sebuah profesi, melainkan termasuk jiwa dan semangat yang melekat pada profesi tersebut.⁶ Sebenarnya ada padanan kata yang mencoba menterjemahkan kata *entrepreneur* secara lebih lugas, yakni pengusaha. Namun kata tersebut pada perkembangannya, kini banyak mengalami penyempitan makna dan mengalami kontaminasi arti. Kata pengusaha, sudah terkontaminasi image buruk Orde Baru, bahwa pengusaha cenderung berkolusi dengan pejabat.⁷

3. Radio SWA FM Yogyakarta adalah salah satu badan penyiaran milik swasta yang tergabung dalam wadah ARSSI (Asosiasi Radio Siaran Swasta Indonesia) dan berlokasi di jalan Magelang KM 10 Dusun Bangunrejo Desa Tridadi Kecamatan Sleman Kabupaten Sleman Propinsi D.I.Y. Kodepos 55511. Radio SWA FM didirikan pada tanggal 11 September 2001. Sedangkan SWA adalah kependekan dari "Swara Sembada". Radio SWA

⁴ John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Besar Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), hal. 90.

⁵ W.J.S. Poerwadarminta, *op. cit*, hal. 702.

⁶ Purdi E. Chandra, *Menjadi Entrepreneur Sukses*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001), hal. 3 – 11.

⁷ *Ibid.*

FM memposisikan diri sebagai radio bisnis yang memiliki visi dan misi menyajikan siaran musik yang berkualitas sebagai penyemangat dan relaksasi bagi para pelaku bisnis, memberikan wahana informasi mengenai kesempatan bekerja bagi calon pelaku bisnis dan memberikan informasi mengenai perkembangan ekonomi dan politik di Indonesia yang mempengaruhi perjalanan bisnis. Dengan target pendengar kalangan pelaku bisnis menengah ke atas, khususnya yang berdomisili di Propinsi DIY.⁸

Dari uraian yang telah dikemukakan, maka dapat ditegaskan maksud judul penelitian ini yaitu : "DAKWAH TERHADAP PELAKU BISNIS DI RADIO SWA 92,3 FM YOGYAKARTA" adalah penelitian untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dakwah Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta serta untuk mengetahui faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pelaksanaan siaran agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta

B. Latar Belakang Masalah

Kegiatan dakwah di berbagai daerah yang dilaksanakan melalui media oral, media cetak maupun media elektronika, secara kuantitatif memang mengembirakan. Hal ini disebabkan jumlah kegiatan dakwah cenderung semakin meningkat. Namun secara kualitatif pelaksanaan dakwah masih perlu ditingkatkan, terutama yang menyangkut aspek profesionalisme dari para da'i berikut manajemen dakwahnya.⁹ Peningkatan profesionalisme dari para da'i dan menejemen dakwahnya mutlak diperlukan, apabila menginginkan dakwah

⁸ Wawancara dengan Ibu Rahmi Arifiana Dewi, Kepala Bagian Siaran Radio SWA FM Yogyakarta, tanggal 18 Juni 2005.

⁹ Abdullah Syihata, *Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1996), hal. 62.

berjalan secara efektif dan efisien. Hal ini mengingat pelaksana dakwah kini dan esok akan selalu dihadapkan pada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu cepat, serta bertambah permasalahan yang dihadapi dalam masyarakat. Dengan demikian maka diperlukan adanya pengaturan ketatalaksanaan yang baik dan tepat.¹⁰ Dakwah sendiri dari jaman dahulu sampai sekarang masih menjadi permasalahan penting yang harus segera dicari jalan keluarnya sehingga dalam berdakwah harus benar-benar siap dan cermat baik dari para da'i, materi dakwah dan sarana yang digunakan.¹¹ Dakwah secara langsung (tatap muka) baik dalam bentuk ceramah, diskusi atau kajian ke-Islaman sampai saat ini masih banyak dilakukan meskipun dari segi hasil belum maksimal, karena berdakwah secara langsung (tatap muka) ruang lingkungannya terbatas dan hanya menjangkau untuk mereka yang hadir dalam kegiatan dakwah tersebut. Dakwah melalui media cetak saat ini juga banyak dilakukan, selain cukup efektif dengan berdakwah melalui media cetak masyarakat bisa membaca berulang-ulang materi dakwah tersebut sehingga semakin mudah untuk mempelajarinya, akan tetapi berdakwah melalui media cetak mempunyai kelemahan, yaitu berupa pendistribusian materi yang ada dalam media cetak tersebut terbatas dan tidak merata, misalnya untuk daerah terpencil atau di daerah pegunungan sulit sekali untuk mendapatkan sebuah media cetak. Sedangkan pada masa sekarang ini selain diperlukan da'i yang berkualitas, manajemen dakwah yang baik juga diperlukan sarana untuk berdakwah yang efektif dan efisien serta bisa menjangkau seluruh lapisan

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Khalid Abu Suyadi, *Ketika Allah Berbahagia*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hal.

masyarakat dari semua kalangan dan dari berbagai tempat.¹² Berkaitan dengan permasalahan di atas, maka dakwah melalui radio menjadi salah satu alternatif yang baik untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, sebab dakwah melalui media penyiaran khususnya radio mempunyai nilai yang sangat strategis. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa faktor kekuatan yang dimiliki radio siaran, yang sifatnya sangat menguntungkan bagi pendengarnya. Faktor kekuatan itu adalah, *pertama*, radio siaran mempunyai sifat langsung, *kedua*, tidak mengenal jarak dan rintangan, *ketiga*, mempunyai daya tarik yang kuat, *terakhir*, siarannya dapat dinikmati dalam segala situasi dan kondisi.¹³

Dakwah melalui media radio memerlukan konsep yang matang karena sifat dari radio yang *auditori* (hanya didengar). Seorang penyampai dakwah di radio harus mampu mendeskripsikan setiap informasi yang diberikan agar dakwah pun bisa sampai ke sasaran dakwah. Adapun di radio, suaralah satu-satunya yang sampai ke pendengar, karena itu dakwah melalui radio haruslah jelas dan tegas. Di radio segala sesuatunya harus disiapkan terutama dalam hal penyampaian materi keagamaan/dakwah. Pemilihan kata yang mudah dipahami pendengar harus menjadi perhatian yang utama agar tidak terjadi kesalahpahaman pada pendengar.¹⁴ Beragam pendengar merupakan salah satu kendala menyampaikan dakwah. Dan hal ini berlaku bagi semua media radio yang mencoba untuk menyampaikan ajaran agama. Untuk itu harus dibuat suatu metode yang tepat dalam berdakwah agar pendengar dapat menerima

¹² Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hal. 194.

¹³ Theo Stokkink, *The Professional Radio Presenter*, (Yogyakarta: Kanisius 1997), hal. 12.

¹⁴ Abdullah Syihata, *Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: Departemen Agama, 1996), hal. 65.

dan memahami ajaran agama Islam yang sudah disampaikan, misalnya ketika berdakwah dengan masyarakat yang tingkat pendidikannya terbatas atau hanya lulus SD, maka sebaiknya digunakan bahasa yang bisa dicerna oleh masyarakat tersebut. Sedangkan kalau berdakwah dengan masyarakat yang tingkat pendidikannya tinggi (D3, S1 atau lebih) misalnya mahasiswa, dosen atau pelaku usaha yang bergerak di berbagai bidang bisa di gunakan metode yang lebih bervariasi baik dalam bentuk ceramah biasa, diskusi/seminar atau tanya jawab.¹⁵ Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis merasa perlu dan tertarik untuk meneliti tentang dakwah terhadap masyarakat yang tingkat pendidikannya tinggi, khususnya pelaku bisnis. Untuk memaksimalkan penelitian tersebut peneliti memilih media radio yang memiliki target pendengar dari pelaku bisnis, dan peneliti memilih radio SWA FM sebagai tempat melakukan penelitian, karena radio SWA FM sebagai salah satu radio swasta niaga dan satu-satunya radio di Yogyakarta dengan segmen *audience* kalangan bisnis menengah ke atas yang jumlahnya mencapai 60 % dari total pendengar radio SWA FM, jumlah tersebut di atas berdasarkan hasil riset dan survey yang dilakukan oleh pihak radio SWA FM selama satu tahun mulai tanggal 1 Agustus 2002 sampai tanggal 1 September 2003, dan sebagai radio bisnis ternyata masih memperhatikan tentang kewajiban berdakwah. Tidak banyak radio swasta yang menyiarkan agama Islam karena tujuan utama mereka adalah profit.¹⁶ Di radio SWA FM, penyiaran agama Islam baik berupa dialog atau tanya jawab keagamaan, ceramah keagamaan, pemutaran lagu

¹⁵ Ali Muhammad Taufiq, *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), hal. 109.

¹⁶ Hasil Riset dan Survey Radio SWA FM Yogyakarta, dikutip tanggal 18 Juni 2005.

Islami baik *on air* maupun *off air* atau penyampaian tanda waktu sholat, diharapkan bisa mempengaruhi kehidupan masyarakat. Dengan disiarkannya program-program tersebut maka diharapkan akan mempermudah pendengar khususnya pelaku bisnis yang menginginkan peningkatan kualitas keimanan mereka dengan mendengarkan acara tersebut. Hal inilah yang perlu diketahui lebih lanjut bahwa sebuah media radio swasta yang *profit oriented* tetapi menyampaikan dakwah untuk penyiaran agama Islam dengan menggunakan format acara dakwah yang tepat sesuai dengan format dan target pendengarnya yaitu kalangan pelaku bisnis yang tentunya mempunyai tantangan yang lebih besar dan lebih kritis dalam mencerna suatu informasi khususnya informasi keagamaan.

C. Rumusan Masalah

Setelah menyimak latar belakang penelitian tersebut di atas, maka dapat penulis rumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana pelaksanaan siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta.

E. Kegunaan Penelitian

Sebagai sumbangan pemikiran yang diharapkan dapat digunakan pada pengelola Radio SWA FM Yogyakarta dan para da'i atau calon da'i dalam

merencanakan dan melaksanakan kegiatan dakwah terhadap kalangan pelaku bisnis.

F. Kerangka Pemikiran Teoritik

Teori adalah bentuk penjelasan paling umum yang memberitahukan kepada kita mengapa sesuatu terjadi dan kapan sesuatu bisa terjadi dengan demikian selain dipakai untuk eksplanasi, teori juga menjadi dasar bagi prediksi.

Dari pengertian ini secara gamblang teori bisa dikatakan sebagai suatu pandangan atau persepsi mengenai sesuatu yang terjadi dan akan terjadi.¹⁷

1. Tinjauan Umum tentang Komunikasi

Pada hakikatnya kegiatan dakwah ialah kegiatan komunikasi, tetapi hal tersebut berbeda dengan jenis kegiatan komunikasi lainnya. Kegiatan dakwah mempunyai ciri-ciri tertentu yang diakibatkan karena tujuan, proses dan hasil yang ingin dicapai.

a. Definisi Komunikasi

Komunikasi menurut pengertian secara sederhana adalah penyampaian suatu pesan dari komunikator terhadap komunikan. Pengertian komunikasi yang paling populer yang di kemukakan oleh Harold Lasswell dalam *The Structure and Function of Communication*

¹⁷ Mochtar Mas' oed, *Teori dan Metodologi Hubungan Internasional*, (Yogyakarta: PAUS UGM, 1998), hal. 121.

in Society, sebagai berikut: “*Who says what in which channel to whom with what effect.*”¹⁸

Gerald A. Miller mengungkapkan sebuah definisi komunikasi yang peneliti anggap dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini. Menurut

Gerald A. Miller :

“Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi berperilaku sebagai minat sentral, dimana seseorang sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya.”

Dalam definisi itu Miller memperluas pengertian komunikasi dengan ”bertujuan mempengaruhi perilakunya”. Hal ini berarti menurut Miller bahwa komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu pesan atau lambang atau tanda tetapi juga mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan tertentu.¹⁹

Pengertian komunikasi dalam praktik dakwah pada dasarnya adalah komunikasi yang berlangsung dua arah dan timbal balik antara komunikator dan komunikan ke dalam lambang-lambang yang sama. Dakwah merupakan kegiatan melakukan hubungan dengan publik di dalam dan di luar organisasi dengan jalan komunikasi. Sudah tentu komunikasi yang dilakukan tidak sembarangan melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi ilmu komunikasi. Bagian yang terpenting dalam pengertian ini

¹⁸ Rusadi Ruslan, *Praktek dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994), hal. 21.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 49.

adalah bahwa dakwah merupakan tugas setiap manusia, baik yang berada di dalam organisasi atau di luar organisasi yang menjadikan publik sebagai sasaran kegiatan.²⁰

b. Tujuan dan Teknik Komunikasi

Komunikasi secara umum bertujuan untuk mengubah sikap (*attitude change*), pendapat (*opinion change*), perilaku (*behavior change*), dan sosial (*social change*). Seperti yang dikatakan oleh Hovland mengenai pengertian komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*Communication is the process modify the behavior of other individual*).²¹ Jadi komunikasi yang mengubah perilaku itulah yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi, yakni permasalahan bagaimana caranya agar seseorang atau sejumlah orang berperilaku tertentu, melakukan kegiatan tertentu atau melakukan tindakan tertentu. Pada dasarnya diharapkan dari sebuah proses komunikasi ialah adanya perubahan tertentu seperti yang diharapkan. Tujuan dalam komunikasi seperti diungkapkan oleh R. Wayne Pace dkk. Dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* yang menyatakan bahwa tujuan sentral dari komunikasi meliputi 3 hal utama, yaitu :

1. *To Secure Understanding* -- memastikan pemahaman.
2. *To Establish Acceptance* - membina penerimaan.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Rusadi Ruslan, *op. cit.*, hal. 10.

3. *To Motivate Action* – memotivasi kegiatan.²²

Untuk memastikan pemahaman dan membina penerimaan yang baik dan efektif pada komunikan perlu dikuasainya teknik komunikasi yang tepat. Misalnya saja dengan teknik komunikasi persuasif sebagai teknik komunikasi dalam usahanya untuk menanamkan pengaruh pada publik.²³

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa menggunakan teknik komunikasi ini adalah suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti apa yang diharapkan komunikator (dalam hal ini dakwah).

2. Komunikasi Dakwah

a. Tujuan Komunikasi Dakwah

Tujuan komunikasi dakwah adalah "terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akherat yang diridhai Allah SWT".²⁴

Menurut Helmy Masdar tujuan dakwah adalah :

1. Terwujudnya masyarakat yang mempercayai dan menjalankan sepenuhnya ajaran Islam.
2. Dengan terwujudnya masyarakat yang menjalankan ajaran Islam maka tercapailah masyarakat yang aman dan damai sejahtera lahir dan bathin adil makmur dan diridhoi Allah SWT.²⁵

²² Onong Uchjana Effendy, *loc. Cit.*

²³ A.W. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hal. 66.

²⁴ Shaleh Abd. Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), hal. 22.

Menurut Mahmud Yunus tujuan dakwah adalah :

Menyampaikan dan menyiarkan petunjuk agama Islam kepada umum, supaya diturutinya dengan kemauan sendiri, seperti kepercayaan (aqidah), amal sholeh dan akhlaq Islam, serta mempererat hubungan silaturahmi sesama kaum muslimin khususnya dan umat Islam umumnya. Selain dari pada itu menolak serangan-serangan dan tantangan yang dihadapkan orang kepada agama dan menghilangkan keraguan orang tentang syariat Islam.²⁶

Menurut M. Masyhur Amin tujuan dakwah adalah :

1. Tujuan untuk perorangan, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum yang disyari'atkan Allah SWT dan berakhlaku karimah.
2. Tujuan untuk keluarga, yaitu terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
3. Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana ke-Islaman.
4. Tujuan umat manusia diseluruh dunia, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi, saling tolong menolong dan saling hormat menghormati.²⁷

²⁵ Helmy Masdar, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, (Semarang: CV. Toha Putra, 1973), hal. 43.

²⁶ Mahmud Yunus, *Pedoman Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: CV. Hidayah, 1976), hal. 8.

²⁷ M. Masyhur Amin, *Metoda Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Sumbangsih, 1400 H), hal 22.

Dari pendapat tersebut di atas dapat dikatakan bahwa tujuan dakwah Islam adalah tercapainya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akherat, yang merupakan suatu nilai atau hasil akhir yang diharapkan dapat dicapai oleh keseluruhan usaha dakwah. Ini berarti bahwa usaha dakwah baik dalam bentuk menyeru atau mengajak umat manusia agar bersedia menerima dan memeluk Islam.²⁸

b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur dakwah Islam yang dimaksudkan di sini adalah faktor-faktor yang saling berhubungan dengan amal lahir dalam rangka mentaati semua peraturan Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya, dan mengatur pergaulan antara sesama manusia. Sementara masalah budi pekerti adalah masalah yang berhubungan dengan tingkah laku manusia dalam kehidupan sehari-hari. Masalah akhlaq ini di dalam aktivitas dakwah merupakan pelengkap saja yakni melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Dan ini tidak berarti masalah akhlaq kurang penting akan tetapi sebagai penyempurnaan keislaman seseorang.²⁹

Ketiga materi dakwah tersebut di atas, semuanya bersumber pokok pada nash Al-Qur'an dan Al-Hadist, sejarah Rosulullah serta sahabat dan opini para ulama.

c. Metode Dakwah

Metode dakwah yang di maksud adalah cara-cara dan teknik-teknik yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada objek

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), hal.

dakwah yakni secara bijaksana, tutur kata atau ucapan dan berdebat dengan cara yang baik.³⁰

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah "alat yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat dakwah".³¹

Selama ini bayangan kita bila dakwah, selalu tergambar, bil lisan, menggunakan mimbar pidato, padahal dakwah harus menggunakan segala yang memungkinkan kita memberi penerangan sesuatu kepada orang lain dengan jelas dan dapat dipahami.

Kegiatan dakwah dapat mempergunakan bermacam-macam media, seperti majalah, surat kabar, lukisan, radio, televisi, film dan lain sebagainya. Semuanya baik berupa bentuk dakwah atau tabligh maupun alat yang dipergunakan diarahkan untuk mamahami dan meyakini tentang Islam dan tercapainya pembina umat.³²

3. Tinjauan Radio Sebagai Media Dakwah

a. Radio dan Dakwah

Radio merupakan media elektronik modern yang banyak dikenal masyarakat. Dalam menyampaikan pesan-pesan sangat jelas dan tidak terhalang oleh ruang serta waktu. Melihat betapa hebatnya daya jangkau radio siaran dalam menyampaikan pesan-pesan, tentulah hal ini menuntut para da'i atau mubaligh untuk dapat

³⁰ Siswati Dardiri, *Metode Dakwah*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1986), hal. 10.

³¹ Abdul Kadir Munsiy, *Metode Diskusi*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1981), hal. 41.

³² Helmy Masdar, *op. cit.*, hal. 15.

menggunakannya sebagai alat penyampai pesan-pesan dakwah.³³ Sedangkan dakwah melalui radio siaran diperlukan manajemen dakwah yang tepat agar berhasil sesuai dengan tujuan dakwah. Adapaun manajemen dakwah tersebut meliputi : perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan.³⁴

Dalam melaksanakan dakwah melalui radio siaran, pemerintah telah menetapkan undang-undang melalui Keputusan Menteri Agama R.I. No.44 tahun 1978 menyatakan :

Bahwa dakwah dan kuliah subuh melalui radio merupakan upaya penyampaian ajaran agama kepada masyarakat berfungsi dan bertujuan menyerukan, mengajak umat beragama pada jalan yang benar dan memperkokoh persatuan serta kesatuan bangsa guna meningkatkan amal dalam usaha bersama membangun masyarakat selaras dengan penghayatan dan pengamalan pancasila.³⁵

Radio merupakan media dakwah yang bersifat *auditif* (pendengaran), yang dalam penyampaian pesan yang berhubungan dengan keagamaan khususnya dalam peningkatan mental sering berupa siaran agama dalam bentuk ceramah, drama, tanya jawab, uraian dan obrolan. Sehingga dengan demikian radio siaran bisa dikatakan perpanjangan suara bagi da'i atau penceramah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.³⁶

³³ Asmuni Syukir, *loc. cit.*

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Tuntunan Praktis Penerangan Agama Islam*, (Jakarta: CV Multi Yasa & CO), hal. 50.

³⁶ *Ibid*, hal 51.

b. Faktor-faktor yang menunjang efektifitas radio siaran

Radio siaran di beri julukan "*the fifth estate*" di sebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi massa. Ini disebabkan beberapa faktor :

1. Daya Langsung

Untuk mencapai sasarannya, yakni pendengar, isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Setiap gagasan atau ide dapat dengan mudah ditulis di atas kertas, kemudian dibaca di depan mikrofon sebanyak yang diinginkan. Pelaksanaannya dengan mudah dan cepat. Suatu peristiwa dapat diikuti oleh para pendengar pada saat peristiwa berlangsung.

2. Daya Tembus

Faktor yang kedua adalah daya tembus radio siaran, dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarakpun tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, dengan radio siaran dapat dicapai.

3. Daya Tarik

Daya tarik radio siaran sangat kuat sekali, ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur, yakni : "musik, kata-kata dan efek suara". Radio siaran berfungsi sebagai alat hiburan, penerangan, pendidikan dan bisnis. Banyak orang

memutar radio terutama mendengarkan musik, sebab musik merupakan hiburan.³⁷

c. Tujuan Dakwah Melalui Radio Siaran

Radio merupakan salah satu media yang sangat efektif dan efisien untuk menyampaikan berbagai pesan kepada masyarakat atau *audience*. Baik pesan mengenai pembangunan, pendidikan, hiburan, ilmu pengetahuan maupun pesan keagamaan yang dalam hal ini adalah siaran agama Islam atau dakwah. Dari berbagai pesan tersebut semua mempunyai tujuan-tujuan tertentu. Demikian halnya siaran dakwah melalui radio adalah bertujuan untuk menyebarkan ajaran-ajaran agama Islam kepada umat manusia agar mengerti, menghayati serta mau mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran yang dibawa oleh Rosulullah SAW yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah, sehingga selamat, sejahtera di dunia dan di akhirat. Disamping itu siaran dakwah melalui radio juga bertujuan ikut mensukseskan pembangunan seutuhnya. Dalam hal ini adalah pembangunan dibidang mental spiritual sesuai dengan tujuan pembangunan di Negara Republik Indonesia yakni Pembangunan Nasional.³⁸

Adapun tujuan siaran agama Islam atau dakwah melalui radio dalam arti luas adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan, baik individu maupun masyarakat, sehingga ajaran tersebut

12. ³⁷ Theo Stokkink, *The Professional Radio Presenter*, (Yogyakarta: Kanisius 1997), hal.

³⁸ *Op.cit*, hal 52

mampu mendorong suatu persatuan yang sesuai dengan ajaran tersebut, juga terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akherat yang diridhoi oleh Allah SWT.³⁹

Dengan demikian secara garis besar tujuan dakwah itu meliputi tujuan yang bersifat umum dan tujuan yang bersifat khusus. Tujuan umum dakwah yaitu mengajak seluruh umat manusia baik, orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik kepada jalan Allah (Islam), agar hidupnya bahagia dan sejahtera di dunia dan di akherat. Sedangkan tujuan khusus dari pada dakwah yaitu mengajak manusia yang sudah beriman untuk meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT, dan membina mental bagi orang-orang yang muallaf serta mendidik dan mengajar (khususnya anak-anak) agar tidak menyimpang dari fitrahnya.⁴⁰

Dalam upaya mewujudkan tujuan dakwah, diperlukan beberapa unsur dakwah yang bisa mendukungnya untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satunya adalah penggunaan sarana yang dapat digunakan untuk berekspresi dan berkomunikasi yang memadai dalam menyampaikan pesan dakwah. Dengan diketemukannya radio oleh para ahli elektronika, maka alat ini mampu atau sanggup dijadikan sebagai sarana atau media yang sangat efektif untuk

³⁹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), hal. 47.

⁴⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hal.

menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat dengan cepat, serentak dan menjangkau tempat yang luas.⁴¹

G. Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, diperlukan adanya metode atau cara. Metode di dalam penelitian sangat penting peranannya, hal itu disebabkan karena metode dapat digunakan sebagai petunjuk penyelenggaraan penelitian sehingga dapat mencapai tujuan penelitian sebagaimana yang diharapkan.

Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif, yakni penelitian yang terpusat pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang (aktual).⁴² Dalam penelitian ini, pemecahan masalahnya adalah pada upaya pelaksanaan proses siaran dakwah agama Islam terhadap pebisnis di radio SWA FM Yogyakarta, agar siaran tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Dari permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini, secara global penyelenggaraan penelitiannya mencakup pada metode penentuan subjek, metode pengumpulan data serta metode analisis data, dengan uraian sebagai berikut :

1. Metode Penentuan Subjek

Penelitian yang penulis laksanakan ini merupakan penelitian kasus, yaitu suatu penelitian yang dilaksanakan secara intensif, terinci serta mendalam terhadap suatu organisme, lembaga ataupun gejala tertentu

⁴¹ *Ibid*, hal. 53.

⁴² Winarno Surahmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Tarsito 1990), hal. 139.

dengan wilayah penelitiannya meliputi daerah atau subjek yang sangat sempit, akan tetapi sifat penelitiannya lebih mendalam.⁴³

Penelitian ini adalah penelitian untuk mengungkap tentang pelaksanaan siaran dakwah agama Islam di radio SWA FM Yogyakarta. Oleh karena itu, sumber data yang digali berasal dari mereka yang mempunyai kedudukan sebagai informan kunci (*key informan*), yaitu mereka yang betul-betul mengetahui tentang proses pelaksanaan siaran dakwah agama Islam dan sekaligus sebagai pengambil keputusan (*decision maker*) dalam proses siaran agama Islam di radio SWA FM Yogyakarta. Mereka (*key informan*) tersebut terdiri dari M. Suyanto (Direktur Utama Radio SWA FM Yogyakarta), M. Idris Purwanto (Direktur Radio SWA FM Yogyakarta) serta Rahmi Arifiana Dewi (Kepala Bagian Operasional dan Manajer Siaran Radio SWA FM Yogyakarta). Dengan demikian, ketiga orang tersebut, berkedudukan sebagai subjek penelitian.

2 Metode Pengumpulan Data

Data-data dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga metode atau cara, yaitu metode interview, metode dokumentasi dan metode observasi.

a. Interview

Metode interview adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penyelidikan.⁴⁴

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), hal. 100.

⁴⁴ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hal. 193.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum, sejarah berdirinya, perkembangannya serta aktivitas pelaksanaan siaran dakwah agama Islam terhadap pebisnis di radio SWA FM Yogyakarta.

Dengan demikian metode pengumpulan data ini bertujuan menggali data dari responden tentang beberapa hal yang berkenaan dengan pelaksanaan siaran dakwah agama Islam di radio SWA FM Yogyakarta. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mempunyai kedudukan sebagai informan kunci (*key informan*).

Bentuk wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin, yakni sebelum dilakukannya wawancara, pewawancara sebelumnya telah menyiapkan beberapa pertanyaan yang pokok-pokok (*interview guide*). Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya pertanyaan-pertanyaan yang menyimpang dari garis-garis yang telah ditentukan sebelumnya.⁴⁵

Metode interview dalam penelitian ini adalah berfungsi sebagai metode primer, untuk memperoleh data yang lengkap metode ini dibantu dengan metode dokumentasi dan metode observasi.

b. Dokumentasi

Menurut Suharsimi Arikunto, "metode dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa

⁴⁵ *Ibid*, hal. 206.

catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, agenda, prasasti dan sebagainya.⁴⁶ Jadi metode ini dalam pelaksanaannya adalah dengan cara mengadakan penelitian pada dokumen-dokumen sebagai sumber informasi.

Dalam penelitian ini, sumber dokumentasi yang diambil berupa catatan-catatan yang mempunyai hubungan dengan pokok permasalahan penelitian, baik catatan mengenai kegiatan siaran agama Islam maupun mengenai sejarah serta struktur organisasi Radio SWA FM Yogyakarta.

Metode ini penulis menggunakan untuk melengkapi dalam memperoleh data yang tidak diperoleh dengan cara wawancara atau *interview*. Dalam hal ini penulis mengambil data yang ada kaitannya dengan kegiatan siaran agama Islam di Radio SWA FM Yogyakarta. Oleh sebab itu maka dapat dikatakan bahwa metode dokumentasi dalam penelitian ini mempunyai kedudukan sebagai metode pelengkap

c. Observasi

Metode observasi adalah "metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki".⁴⁷

Metode ini dipergunakan untuk mengamati dan mengungkap keadaan dari obyek penelitian, juga untuk meyakinkan kebenaran data yang diperoleh dengan metode *interview*. Dalam hal ini penulis mengamati terhadap kondisi obyektif, baik secara langsung

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *op. cit.*, hal. 132.

⁴⁷ Sutrisno Hadi, *op. cit.*, hal. 136.

yakni mengamati mengenai letak geografis, keadaan ruang (studio), kegiatan siaran agama Islam, sarana-sarana (alat-alat) dan sebagainya, juga mengamati secara tidak langsung yaitu dengan mendengarkan dalam penyelenggaraan siaran agama Islam di Radio SWA FM Yogyakarta.

3. Teknik Analisa Data

Data-data yang telah terkumpul dari hasil wawancara (interview) maupun penelitian terhadap dokumen atau catatan-catatan yang ada serta observasi, kemudian dianalisa. Teknik analisa datanya menggunakan analisa deskriptif, yaitu metode yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan dengan cara menggambarkan senyatanya sesuai dengan data yang diperoleh, selanjutnya dianalisa.⁴⁸ Karena tujuan analisa data adalah menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁴⁹ Penelitian ini memerlukan kecermatan dan ketelitian, serta memberikan penjelasan terhadap data-data tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, sehingga menjadi bentuk laporan yang baik.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini peneliti susun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

⁴⁸ Winarno Surakhmat, *op.cit*, hal. 140.

⁴⁹ Masri Singarimbun dan Sofyan Effendy, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3S, 1985), hal. 192.

Dalam bab ini peneliti menjelaskan apa yang dijadikan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritik dan Metode Penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM RADIO SWA FM YOGYAKARTA

Dalam bab ini peneliti memberikan deskriptif keadaan di radio SWA FM Yogyakarta secara keseluruhan, baik Letak Geografis, Sejarah Pendirian, Struktur Organisasi, Data Teknik dan Program Acara.

BAB III : PELAKSANAAN SIARAN DAKWAH AGAMA ISLAM

TERHADAP PELAKU BISNIS DI RADIO SWA FM YOGYAKARTA

Dalam bab ini peneliti membahas hasil penelitian dengan diawali mengamati pelaksanaan siaran dakwah agama Islam baik bentuk-bentuk siaran dakwah, unsur-unsur serta sistem manajemen yang digunakan dalam siaran dakwah agama Islam serta faktor-faktor baik pendukung maupun penghambat dalam pelaksanaan siaran agama Islam di radio SWA FM Yogyakarta.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab ini peneliti mencoba menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan setelah mengamati keseluruhan pelaksanaan siaran dakwah terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta untuk memperoleh kesimpulan sehingga dapat memberikan saran atau masukan

yang bermanfaat dalam meningkatkan pelaksanaan siaran dakwah terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta.





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis membahas serta menganalisa data penelitian yang secukupnya yaitu tentang dakwah terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM Yogyakarta, maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1. Radio SWA FM yang merupakan satu-satunya radio bisnis di kota Yogyakarta secara keseluruhan cukup baik dalam melaksanakan siaran dakwah agama Islam khususnya terhadap para pelaku bisnis di Yogyakarta. Meskipun pada kenyataannya masih jauh dari sempurna untuk ukuran radio bisnis karena dari target awal acara siaran dakwah agama Islam tersebut di khususkan bagi kalangan pelaku bisnis, tetapi yang terjadi di lapangan justru melebar di luar kalangan pelaku bisnis. Sedangkan penerapan fungsi-fungsi manajemen siaran dakwah agama Islam meskipun telah disusun dengan baik, yaitu dalam segi perencanaan, segi pengorganisasian, segi penggerakkan, segi pengawasan belum bisa dilaksanakan dengan maksimal, hal tersebut dikarenakan personil yang terlibat dalam pelaksanaan siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis masih merangkap jabatan lain, seperti manajer siaran masih merangkap sebagai manajer operasional dan lain sebagainya, sehingga personil yang terlibat dalam pelaksanaan siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis belum bisa berkonsentrasi secara penuh terhadap tugas yang menjadi tanggung jawabnya.

2. Ada beberapa hal yang ternyata belum dapat ditetapkan pengelola radio SWA FM dalam menangani siaran agama Islam, yaitu dalam segi perencanaan tidak dibuatnya program jangka panjang, belum adanya jadwal pengisi tetap siaran agama Islam dalam bentuk seni dan masih mengandalkan pada nara sumber tamu, sehingga masih sering terjadi siaran ulang melalui rekaman kaset/CD. Dalam segi penggerakkan belum adanya waktu atau jadwal tertentu yang ditetapkan khusus untuk memberikan bimbingan dan motivasi baik kepada para personil yang terlibat dalam proses penanganan siaran agama Islam atau kepada para nara sumber yang terlibat khususnya para da'i. Sedangkan dari segi pengawasan, yaitu masih kurangnya upaya pengawasan secara khusus terhadap da'i serta pengevaluasian terhadap materinya, walaupun sebetulnya para da'i yang menyampaikan materi siaran agama Islam tersebut sudah dipercaya kemampuannya namun dalam hal pengawasan serta pengevaluasian tidak berarti boleh diabaikan.

Dari kesimpulan tersebut diatas, maka dapat dipahami bahwa pengelola radio SWA FM ternyata masih terus berusaha untuk menerapkan fungsi-fungsi manajemen dalam mengelola siaran agama Islam meskipun belum terpenuhi secara keseluruhan.

B. Saran

Karena dalam suasana kompetisi penyajian siaran agama Islam diperlukan adanya langkah mengoptimalkan penerapan fungsi-fungsi manajemen, maka

selanjutnya penulis menyarankan kepada pihak pengelola radio SWA FM hal-hal sebagai berikut :

1. Perlu disusunnya program acara siaran agama Islam dalam jangka panjang. Penyusunnya program siaran agama Islam tersebut disesuaikan dengan kemungkinan-kemungkinan yang sedang terjadi pada saat ini dan yang akan terjadi dimasa yang akan datang.
2. Dalam penyajian materi siaran agama Islam perlu lebih difokuskan pada konsumsi utamanya, yaitu para pelaku bisnis sesuai dengan target pendengar radio SWA FM Yogyakarta dan yang berdomisili di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya wilayah Kabupaten Sleman dan sajian tersebut harus sesuai dengan selera dari para pelaku bisnis.
3. Perlu adanya dialog khusus tentang agama Islam tanpa unsure-unsur dunia bisnis, sebab menurut pandangan penulis hal tersebut akan dapat memberikan wawasan yang lebih luas serta lebih kritis pada pemahaman agama Islam. Namun untuk menghindari terjadinya suatu hal yang tidak diinginkan, maka diperlukan tampilnya para da'I yang independent yaitu yang mampu tampil dengan wawasan ke-Islaman yang luas serta mampu menyampaikan materi-materi yang tidak memojokkan salah satu paham yang ada.
4. Perlu adanya siaran tanya jawab khusus tentang hokum Islam, mengingat pada masa sekarang ini banyak permasalahan yang dihadapi oleh umat Islam semakin kompleks dan ini perlu penjelasan yang kongkrit.

5. Karena radio SWA FM adalah radio bisnis dan berorientasi dakwah, maka sebaiknya pada rincian pejabat structural yang ikut terlibat dalam mengelola siaran agama Islam perlu ditambah dengan tugas-tugas pengelolaan tersebut, seperti tugas manajer siaran yang harus mencari alternatif nara sumber lain jika nara sumber yang bersangkutan berhalangan hadir, misalnya dengan direkam atau untuk sementara acara tersebut ditiadakan dan diganti dengan acara regular.
6. Walaupun para da'I yang bertugas mengisi siaran agama Islam dapat dipercaya sepenuhnya, akan tetapi langkah pengawasan dan pengevaluasian terhadap pengisi atau nara sumber tersebut mutlak diperlukan. Oleh karena itu perlu adanya tenaga pengawas khusus yang sekaligus dapat mengevaluasi hasil-hasil yang dicapai dalam siaran agama Islam secara keseluruhan.

C. Kata Penutup

Pertama, Alhamdulillah kami panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT dan kami ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan, baik pengetahuan, pengalaman serta bimbingan dalam pelaksanaan penelitian ini walaupun penulis merasa sangat kesulitan membagi waktu tetapi penulisan skripsi ini akhirnya bisa selesai dan berjalan lancar tanpa hambatan yang berarti.

Kedua, kami ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya teriring do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan pahala yang berlipat ganda kepada beliau-beliau yang telah banyak membantu kami.

Sadar akan adanya kesederhanaan, keterbatasan dan kekurangan serta kekhilafan yang terdapat pada diri kami didalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik serta saran yang konstruktif dari pembaca yang tentunya kritik dan saran tersebut hakekatnya adalah suatu kritik yang bermanfaat dan memberikan suatu titik tolak kami kearah kemajuan serta kedewasaan kami dalam berprestasi dimasa depan.

Harapan kami semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pribadi penulis dan juga para pembaca pada umumnya. Akhirnya kepada Allah SWT jualah segala sesuatu penulis kembalikan, karena Allah SWT sebagai tempat kembali segala sesuatu. Semoga Allah SWT memberi petunjuk bagi umat Islam untuk menuju kehadirat-Nya, Amin.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Munsyi, *Metode Diskusi*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1981.
- Abdullah Syihata, *Dakwah Islamiyah*, Jakarta: Departemen Agama, 1996.
- Ali Muhammad Taufiq, *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.
- Anshary Isa K.M.S, *Mujahid Dakwah*, Bandung: CV. Diponegoro, 1984.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- A.W. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta: YPP, 1974.
- Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Helmy Masdar, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, Semarang: CV. Toha Putra, 1973.
- John M. Echols dan Hasan Shadily. *Kamus Besar Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992.
- Khalid Abu Syadi, *Ketika Allah Berbahagia*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Mahmud Yunus, *Pedoman Dakwah Islamiyah*, Jakarta: C.V Hidayah, 1976.
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendy, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3S, 1985.
- M. Masyhur Amin, *Metoda Dakwah Islam*, Yogyakarta: Sumbangsih, 1400 H.
- Mochtar Mas'ood, *Teori dan Metodologi Hubungan Internasional*, Yogyakarta: PAUS UGM, 1998.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Poerwadarminta, W.J.S, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1982.
- Purdi E. Chandra, *Menjadi Enterpreneur Sukses*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2001.

Rusadi Ruslan, *Praktek dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994.

Shaleh Abd. Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1977.

Siswati Dardiri, *Metode Dakwah*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1986.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Bina Aksara, 1987.

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 1990.

Theo Stokkink, *The Professional Radio Presenter*, Yogyakarta: Kanisius 1997.

Toha Umar Yahya, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Wijaya, 1985.

Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987.

Tuntunan Praktis Penerangan Agama Islam, Jakarta: CV Multi Yasa & CO.

Winarno Surahmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Tarsito 1990.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

INTERVIEW GUIDE

Kepada Direktur Utama, Direktur dan Manajer Siaran Radio SWA FM

Yogyakarta.

1. Sejak kapan radio SWA FM didirikan ?
2. Dimana letak geografis dari radio SWA FM ?
3. Bagaimana sejarah pendirian radio SWA FM ?
4. Siapa pendiri radio SWA FM ?
5. Apa yang menjadi dasar dan tujuan didirikannya radio SWA FM ?
6. Mengapa radio SWA FM memposisikan diri sebagai radio bisnis ?
7. Bagaimana perkembangan radio SWA FM ?
8. Bagaimana struktur organisasi di radio SWA FM ?
9. Apa tugas masing-masing karyawan di radio SWA FM ?
10. Apa saja fasilitas yang dimiliki radio SWA FM ?
11. Berapa persenkah siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM dari siaran harian?
12. Bagaimana bentuk-bentuk penyajian siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis, termasuk waktu yang disediakan dalam siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?
13. Siapa saja yang menjadi penceramah/da'i dalam siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?
14. Siapa yang menjadi sasaran utama dalam siaran dakwah agama Islam di radio SWA FM ?

15. Apa saja materi yang disajikan dalam siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?
16. Metode apa yang dipakai dalam siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?
17. Bagaimana sistem manajemen yang digunakan dalam proses penyiaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?
18. Bagaimana proses siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?
19. Bagaimana tanggapan atau respon dari para pelaku bisnis terhadap siaran dakwah agama Islam di radio SWA FM ?
20. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses pelaksanaan siaran dakwah agama Islam terhadap pelaku bisnis di radio SWA FM ?

