

**DIVERSIFIKASI SIARAN DAKWAH  
RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA  
(Periode 2003)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial Islam

Disusun Oleh:

Khalilah  
00210286

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Dibawah Bimbingan

Endang Sulistiyasari, MS  
050045634

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2004**

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Sdri. Khalilah  
Lamp : 4 (empat) eksemplar skripsi

Kepada Tth.  
Bapak Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Tempat

*Assamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami baca, meneliti dan mengoreksi serat memberi masukan dan perbaikan-perbaikan seperlunya terhadap isi dan penulisan skripsi saudara:

Nama : Khalilah  
Nim : 00210286  
Fak/jur : Dakwah/ Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Diversifikasi Siaran Dakwah RRI Nusantara II  
Yogyakarta (periode 2003)

Maka kami berkesimpulan bahwa skripsi tersebut dapat dimunaqusahkan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Oktober 2004 M  
Sya'ban 1425 H

Pembimbing



Endang Sulistyasari, M.S  
NIP : 050045634

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi berjudul:

**Diversifikasi Siaran Dakwah RRI Nusantara II Yogyakarta (periode 2003)**

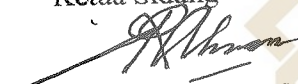
Disusun Oleh:

Khalilah  
NIM. 00210286


Telah Dimunagosahkan di Depan Sidang Munagosah Pada Tanggal 9 November 2004 dan Dinyatakan Telah Dapat Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Guna memperoleh Gelar sarjana dalam Bidang Sosial Islam

Panitia Munagosah


Ketua Sidang

  
Drs. H. Abd. Rahmaan M, MH.  
NIP. 150 104 164

Sekretaris Sidang

  
Drs. Hamdan Daulay, M.Si  
NIP. 150 269 255

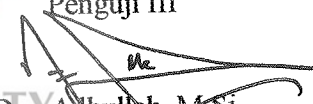
Pembimbing/Penguji

  
Dra. Endang Sulistiyasari, MS.  
NIP. 050 045 634

Penguji II

  
Drs. HM. Kholili, M.Si  
NIP. 150 222 294

Penguji III

  
Drs. Abdullah, M.Si  
NIP. 150 254 035

Yogyakarta, 9 November 2004

Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

Dekan

  
Drs. Atif Afai, MS.  
NIP. 150 222 293



## MOTTO

ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجالهم  
بالتى هي احسن ان ربك هو اعلم بمن ضلّ عن سبيله  
وهو اعلم بلمهتد ين (النحل 125)

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah, dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

(QS. An Nahal. 125)

Siapa yang memiliki alasan untuk hidup akan sanggup mengatasi persoalan hidup lewat cara apapun  
(Nietzsche)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Tulisan kecil ini, saya persembahkan untuk:*

*Bapak dan Ummy yang tiada henti menitikkan air mata dan peluh,, memanjatkan do'a mengiringi dengan penuh kasih, memberikan dukungan, semoga keluhuran dan kemurnian kasihmu dibalas oleh Allah SWT.*

*Untuk iin, fauzi, hidayat, dan della terimakasih atas memotifasu untuk terus berjuang menapaki hidup yang lebih indah*

*Shabat-shabatku dan teman-teman semua, thank's dukungan dan pengertian kalian.....*

*Almamater tercinta Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

## KATA PENGANTAR

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين. ربّ اشرح لي صدري ويسر لي أمري وحلل عقدة من لساني يفقهوا قولي.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT. Yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam semoga tercurah kepada nabiyyina Muhammad SAW, keluarga, para sahabat serta umatnya yang selalu setia dan patuh mengikuti ajarannya dari awal sampai hari akhir kelak.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini merupakan suatu tanda bahwa perjuangan dan do'a adalah dua hal yang menentukan segalanya dalam mencapai keberhasilan, dukungan dan bantuan dari segenap keluarga, civitas akademika, dan para sahabat yang mencurahkan perhatian dalam membantu skripsi ini. Oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-setingginya kepada :

1. Bapak Drs. Afif Rifa'i M.S, selaku Dekan Fakultas Dakwah, Bapak Drs. Hamdan Daulay, M.Si., selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Drs M. Sahlan selaku Penasehat akademik, Ibu Endang Sulistiyasari, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan serta motifasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, serta segenap Dosen Fak. Dakwah, khususnya Jurusan KPI dan seluruh karyawan Tata Usaha Dakwah yang tidak dapat disebut satu persatu.
2. Kepala cabang madya perjan RRI Nusantara II yogyakarta Bapak sutakno, SE beserta jajaran direksi dan staf divisi siaran Pendidikan dan Kebudayaan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian guna menyelesaikan skripsi ini.



3. Bapak, Ummi dan adik-adikku yang dengan sabar mendukung selama masa pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Sobat-sobat KPI angkatan 2000 khususnya kelas KPI-D kalian adalah teman berbagi rasa dalam suka dan duka, *I'll always remember U all.*
5. Teman-teman Rhetor seperjuangan yang pernah bersama mencoba mengasah pena, semoga perjuangan kalian jadi yang terbaik dan memberikan arti dan warna baru dalam dunia pers.
6. Teman-teman kost Cindai, Uchie, Ais, Tita, Nanik, Deka, D'Ria, D'Yul, Yuli, dan semua orang yang mendukung dan memberikan waktu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih banyak kekurangan, kekeliruan, jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis berharap semoga kekurangan-kekurangan yang ada dalam skripsi ini, dapat disempurnakan oleh peneliti yang lain.

Yogyakarta, 1 November 2004

Penyusun

  
Khalilah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN NOTA DINAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI .....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Kerangka Dasar Teoritis .....	8
1. Individual differences theory .....	9
2. Uses and Gratification theory .....	10
3. Mass communication effects theory .....	13
4. Teori tentang dakwah .....	14
a. media dakwah .....	15
b. materi dakwah .....	16



G. Metode Pengumpulan Data .....	18
a. Wawancara .....	19
b. Dokumentasi .....	20
c. Observasi .....	20

## BAB II DISKRIPSI TEMPAT PENELITIAN

A. Coverage Area RRI Nusantara II Yogyakarta .....	22
B. Sejarah Perkembangan RRI Nusantara II Yogyakarta ..	22
1. Zaman penjajah Belanda .....	23
2. Zaman penjajah Jepang .....	24
3. Zaman Kemerdekaan .....	24
C. Sejarah Perkembangan Dakwah .....	28
D. Struktur Organisasi .....	30
a. Tugas masing-masing divisi .....	31

## BAB III MOTIVASI RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA MELAKUKAN DIVERSIFIKASI

A. RRI sebagai radio public .....	39
B. Meningkatkan Pemenuhan Kebutuhan Audiens .....	42

## BAB IV UPAYA RRI MELAKUKAN DIVERSIFIKASI SIARAN DAKWAH

A. Format Acara .....	47
B. Pesan dakwah .....	61
C. Komunikator .....	81
D. Segmentasi audiens .....	84

**BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

A. Kesimpulan.....	86
B. Rekomendasi .....	87
C. Penutup.....	88

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

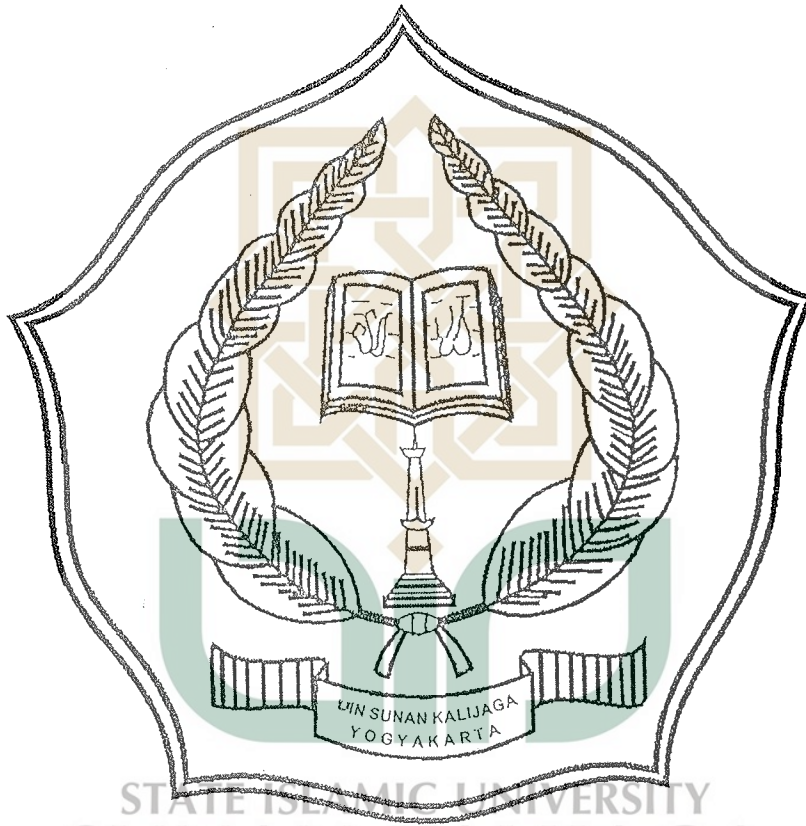
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel	1. Materi kuliah subuh .....	63
	2. Materi kuliah subuh katagori agidah .....	66
	3. Materi kuliah subuh katagori syariah .....	68
	4. Materi kuliah subuh katagori ahlak .....	70
	5. Materi tuntunan agama untuk anak .....	75
	6. Materi tuntunan agama untuk anak katagori agidah .....	76
	7. Materi tuntunan agama untuk anak katagori syariah .....	78
	8. Materi tuntunan agama untuk anak katagori ahlak .....	79
	9. Cahaya imam islam .....	80
	10. Komunikator setiap acara .....	83
	11. Nama komunikator dari Depag .....	84
	12. Nama komunikator dari Muhammadiyah .....	84

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Guna menghindari salah pengertian dalam memahami judul skripsi “Diversifikasi Siaran Dakwah RRI Nusantra II Yogyakarta (periode 2003)”, maka perlu dijelaskan istilah-istilah sebagai berikut:

#### 1. Diversifikasi

Diversifikasi diartikan sebagai penganeekaragaman atau penganeekausahaan untuk menghindari ketergantungan pada ketunggalan kegiatan, produk, jasa, atau investasi.<sup>1</sup> Yang dimaksud penganeekaragaman disini, bahwa siaran akan lebih menarik apabila format acara, materi dakwah dan komunikotornya bervariasi sehingga tidak mengakibatkan kejenuhan dan sekaligus mempunyai daya tarik pendengar.

#### 2. Siaran

Siaran bermakna pemberitahuan kepada halayak umum, baik itu dengan menggunakan media Radio, TV, Surat Kabar, dll; yang bersifat interaktif maupun tidak, dengan atau tanpa alat bantu.<sup>2</sup>

#### 3. Dakwah

Secara bahasa dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan; dalam bahasa Arab disebut masdar, sedang bentuk kata kerjanya adalah *Da'a-Yad'u* yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 209

<sup>2</sup> W.J.S. Poerwodarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), hlm. 941

Sedang menurut istilah dakwah adalah suatu akifitas ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, maupun tingkah laku. Dilakukan secara sadar atau berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok agar suatu pengertian, kesadaran sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan.<sup>4</sup>

Adapun siaran adalah suatu kegiatan penyiaran atau pemberitahuan kepada masyarakat umum. Tujuannya adalah untuk mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan dunia akhirat dengan menggunakan media massa yang berbentuk radio.

#### 4. RRI Nusantara II Yogyakarta

Merupakan radio yang sebelumnya milik negara, kini menjadi BUMN. RRI mempunyai *coverage area*, wilayah peliputan, seluruh pulau Jawa kecuali Jakarta, Madura, Nusa Tenggara Barat, dan Bali. Program siaran RRI Nusantara II diantaranya terdapat siaran agama Islam, yang merupakan ekspresi dari fungsi media dakwah. Format siaran agama Islam bervariasi, sehingga menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

Jadi yang dimaksud dengan judul "Diversifikasi Siaran Dakwah RRI Nusantara II Yogyakarta (periode 2003)", adalah upaya peragaman siaran dakwah pada ada pada format acara, materi dakwah dan komunikator, yang

---

<sup>3</sup>Abdul Rosyad Sholeh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang,1977), hlm.7

<sup>4</sup>M. Arifin, *Psikologi Dakwah suatu pengantar study*, (Jakarta: Bulan Bintang,1977) hlm. 17



dilakukan dengan sadar dan terencana selama (periode 2003) untuk mengajak umat ke jalan Allah dengan mentransformasikan nilai-nilai Islam ke dalam praktek kehidupan sehari-hari.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi informasi mempermudah akses setiap anggota masyarakat ke media massa, baik cetak maupun elektronik. Sebagai sumber informasi, media massa telah memberikan dampak yang kurang baik bagi aqidah umat. Pada era reformasi saat ini, progresifitas teknologi informasi yang begitu pesat dan bebas tanpa batas, berpotensi besar menipiskan aqidah umat.

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia, sejak lahir manusia sudah melakukan komunikasi dengan lingkungannya. Dalam proses komunikasi, baik komunikasi massa ataupun komunikasi antar individu pasti memerlukan media yang digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi. Begitu juga dengan aktifitas penyiaran agama Islam, yang merupakan suatu bentuk dan diupayakan dalam rangka terwujudnya kehidupan yang harmonis, baik secara vertikal (hubungan dengan Tuhan) ataupun secara horizontal (hubungan dengan sesama manusia).

Islam adalah agama universal dan paling sempurna dibanding agama-agama sebelumnya. Islam mencakup berbagai macam ajaran yang mengatur hubungan mahluk dengan Khalik-Nya (hablum minallah) dan juga hubungan mahluk satu dengan lainnya (hablum minannas). Agama Islam juga tidak mengenal suku, ras, kedudukan sosial, dan strata masyarakat feodal. Hal

tersebut dikarenakan Islam adalah *rahmatan lil 'alamin*, itulah sebabnya Islam harus tersiar dan dapat diterima berbagai kelompok manusia.

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap individu.<sup>5</sup> Sebagaimana firman Allah swt dalam surat al-Imron ayat 104:

ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن

المنكر وأولئك هم المفلحون (ال عمران: 104)

*Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung" (QS.Al-Imran : 104).<sup>6</sup>*

Keindahan dan kesesuaian Islam dengan perkembangan zaman, baik dalam sejarah ataupun prakteknya sangat ditentukan oleh kegiatan dakwah yang dilakukan umatnya. Materi ataupun metode dakwah yang tidak tepat, sering memberikan gambaran, *image*, dan persepsi yang keliru tentang Islam. Begitu juga kesalahpahaman tentang makna dakwah dapat menyebabkan salah langkah dalam operasional dakwah. Sehingga dakwah sering tidak membawa perubahan apa-apa, padahal tujuan dakwah adalah untuk mengubah masyarakat ke arah kehidupan yang lebih baik dan kesejahteraan lahiriah maupun bathiniyah.

<sup>5</sup> Syaikh Maulana Muhammad Zakariyya Kandhalawi, *fadhilah Tabligh*, (Yogyakarta: Ashaf, 1995), hlm. 9

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993), hlm.93

Pada dasarnya dakwah merupakan suatu upaya penyampaian pesan-pesan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. Untuk dapat sampainya pesan tersebut diperlukan media yang menghubungkan pesan dari da'i ke mad'u.

Perkembangan kemajuan teknologi yang semakin pesat mempunyai pengaruh yang besar terhadap kegiatan penyebarluasan informasi atau gagasan. Dengan demikian perlu adanya alat yang dapat menghantar pesan (komunikasi) bukan saja luas tetapi juga cepat dan serentak,<sup>7</sup> dan dapat juga digunakan untuk menyebarkan ajaran agama. Dalam hal ini media yang digunakan adalah radio. Radio merupakan sarana imajinasi, komunikasi, dan juga sahabat bagi pendengarnya.<sup>8</sup> Radio adalah media yang sifatnya pribadi.

Radio merupakan salah satu alat (media) yang mempunyai banyak kelebihan. Radio bisa berfungsi sebagai hiburan, alat pendidikan, termasuk didalamnya siaran keagamaan. Melalui siaran radio pesan (informasi) dapat diterima pendengar diseluruh penjuru.

Radio Republik Indonesia yang hari jadinya pada tanggal 11 september, dalam perjalanan siaran menghadapi banyak kendala demi terus berjaya di udara, dan tidak ditinggalkan oleh audiens, mengingat persaingan dengan radio-radio lain di kota Pelajar ini sangatlah ketat. Persaingan yang demikian pesat mengharuskan RRI untuk merubah dan banyak berbenah diri serta terus memperbaharui program siaran agar sesuai dengan tuntutan zaman serta dapat memenuhi kebutuhan audiensnya.

---

<sup>7</sup> Theo Stokkink, *Penyiar Radio Profesional*, (Yogyakarta : Kanisius, 2001), hlm. 19

<sup>8</sup> AW Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Dengan Masyarakat*, (Jakarta, Bumi Aksara, 1993), hlm. 77

RRI yang semenjak beberapa tahun ini berubah menjadi perusahaan jawatan, memang harus banyak berbenah untuk dapat merebut hati pendengar. Mengingat kelebihan radio sebagai sahabat bagi pendengarnya dan juga berfungsi sebagai alat pendidikan, RRI memang harus benar-benar tahu dan memahami apa yang diinginkan oleh konsumennya.

Siaran keagamaan di RRI terpisah dari program pendidikan, dimana siaran keagamaan ada terdiri dari lima agama, termasuk juga siaran agama Islam. Penyampaian dan perencanaannya harus benar-benar dikonsep dengan baik, karena pendengar sangat selektif dan bebas memilih siaran yang disukai.

Melihat fenomena tersebut diatas, RRI sebagai radio yang pangsa pasarnya terdiri dari berbagai lapisan masyarakat harus dapat melihat dan memahami apa yang di inginkan oleh konsumen, agar siaran dakwah yang dilakukan tidak monoton dan berfariatif sehingga pendengar tidak bosan dan tidak memindah gelombang radionya.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan diskripsi latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa motivasi RRI Nusantara II melakukan diversifikasi siaran dakwah?
2. Bagaimana RRI Nusantara II melakukan diversifikasi siaran dakwah?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Ada beberapa hal yang ingin diketahui dengan penelitian ini:

##### **1. Tujuan Umum**

- a. Untuk pengembangan ilmu komunikasi dan ilmu dakwah.
- b. Untuk memperkuat eksistensi ilmu komunikasi dan ilmu dakwah dalam jajaran ilmu-ilmu sosial.
- c. Untuk memperkaya hasil-hasil penelitian di bidang komunikasi dan bidang dakwah.

##### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan motivasi RRI Nusantara II melakukan diversifikasi siaran dakwah.
- b. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan upaya RRI Nusantara II melakukan diversifikasi siaran dakwah.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan akan memperkaya wacana masyarakat tentang radio di tengah-tengah globalisasi dan komunikasi yang semakin canggih dan modern seperti sekarang ini. Sehingga dimiliki pemahaman tentang pentingnya media elektronik, terutama radio dalam membantu proses komunikasi.



## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa mengenai proses komunikasi melalui media elektronik (radio). Diversifikasi siaran dakwah di RRI Nusantara II sebagai bentuk peran aktif umat islam dalam dakwah demi terciptanya komunikasi massa yang Islami.

### b. Bagi RRI Nusantara II

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif secara objektif bagi Radio Republik Indonesia dalam memproduksi dan menyiarkan program-program yang sesuai dengan tuntutan zaman serta dapat memenuhi kebutuhan audience dan sejalan dengan niali-nilai Islam, paling tidak RRI dapat mempertahankan program yang sudah ada. Selain itu diskripsi hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu parameter evaluatif bagi Radio Republik Indonesia ke depan.

## F. Kerangka Dasar Teoritis

Agar tidak terlalu jauh menyimpang dari permasalahan yang telah diidentifikasi diatas, maka dibutuhkan beberapa teori sebagai acuan dalam mencari jawaban yang sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi.

Adapun dibawah ini akan dikemukakan berberapa teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti:



## 1. *Individual differences theory*

Teori perbedaan individu mengungkap perbedaan kebutuhan informasi dan tingkat pemahaman audiens. Pada dasarnya teori merupakan eksplanasi konsep, bahwasanya “manusia” memiliki perbedaan antara satu dengan yang lain, dalam pemuasan kebutuhan akan informasi.

Sebagaimana yang diungkap oleh Reed H. dkk, dalam buku “Taksonomi Konsep Komunikasi), Melvin Defleur merumuskan teori sebagai berikut:

- a. Manusia sangat berbeda dalam susunan kejiwaan pribadinya
- b. Perbedaan ini dalam beberapa hal, dimulai dengan perbedaan pembawaan biologis (genetik)-nya, tetapi juga disebabkan dalam ukuran yang lebih besar, karena perbedaan pendidikan.
- c. Manusia karena dibesarkan dalam suasana yang sangat berbeda, dihadapkan pada berbagai pandangan yang berbeda-beda pula.
- d. Melalui lingkungan pendidikan ini mereka memperoleh rangkaian sikap, nilai dan keyakinan yang membentuk bangunan kejiwaan mereka dan menjadikannya agak berbeda satu sama lain.<sup>9</sup>

Karakteristik yang berbeda tercermin dari tipologi karakter yang ada dalam masyarakat. Lebih lanjut Defleur menambahkan bahwa dalam masyarakat terdapat perspektif kategori sosial yang dirumuskan dalam kelompok-kelompok sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat perbedaan pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan keyakinan beragama yang menampilkan kategori respon.

Pendapat Melvin Defleur diatas, menandakan bahwa masyarakat memberikan respon yang berbeda dari stimulus yang dikirimkan oleh

---

<sup>9</sup> Reed H. Blake, Edwin O. Haroldsen, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, (Surabaya: Paryrus, 2003), hlm.148

komunikator. Hal ini dikarenakan faktor karakteristik yang berbeda dari setiap individu dalam kategori sosialnya.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh W. Philips Davison:

“Khalayak bukanlah penerima pasif, tidak dapat dianggap sebagai seongkah tanah liat yang dapat dibentuk oleh jago propaganda. Khalayak terdiri dari individu-individu yang menuntut sesuai dengan komunikasi yang menerpa mereka”<sup>10</sup>

Setiap individu memiliki karakter yang berbeda, audiens adalah penerima yang aktif dan komunikasi tidak lagi bersifat linear (dengan peranan dominan pihak komunikator), tetapi lebih dari itu merupakan bentuk transaksi in, *each gives order to get*.

Dalam memaknai pesan, reaksi audiens berbeda-beda sesuai dengan kategori sosial penerima pesan. Setiap individu tidak sama perhatian, kepentingan, maupun kepercayaannya. Maka dengan sendirinya selektifitas akan muncul dalam bermedia. Sehingga diversifikasi siaran dakwah sangat penting dilakukan guna memenuhi setiap kebutuhan dari berbagai karakter yang ada di masyarakat.

## 2. *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* merupakan loncatan drastis dari model jarum hipodermik yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G Blumler dan Michael Gurevitch:

- a. Khalayak dianggap aktif; artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan
- b. Dalam proses komunikasi massa pemilihan media terletak pada anggota khalayak

---

<sup>10</sup> Jalaluddin Rahmat, *Pskologi Komunikasi*, (Bandung : Rosda Karya, 2002), hlm. 203.

- c. Media massa terus bersaing dengan sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.<sup>11</sup>

Dalam hal ini teori *uses and gratification* memandang individu sebagai makhluk suprasional yang selektif dalam memilih media.

Khalayak memiliki kebutuhan dan dorongan yang terpuaskan dengan bermedia. Asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial menimbulkan harapan tertentu dari media atau sumber lain yang membawa pada terpaan media yang berbeda.

William J. Mc. Guire menyebutkan ada enam belas motif yang mendorong khalayak untuk bermedia dalam memenuhi kebutuhannya. Motif tersebut dikelompokkan menjadi dua, yaitu motif kognitif dan motif afektif. Adapun Kaarle Nordenstreng menulis bahwa "Motif dasar menggunakan media adalah kebutuhan akan kontak sosial".<sup>12</sup>

Bumler sendiri membagi kebutuhan yang mempengaruhi audience dalam menggunakan media antara lain:

- a. Surveillance, merupakan kebutuhan untuk mengetahui lingkungannya.
- b. Curiosity, yaitu kebutuhan individu untuk mengetahui peristiwa atau fenomena yang terjadi di lingkungannya.
- c. Diversion, adalah kebutuhan untuk lari dari perasaan tertekan, tidak aman, atau kebutuhan untuk melepaskan ketegangan jiwa.

---

<sup>11</sup> *Ibid*, 205

<sup>12</sup> *Ibid*, 208

- d. Personal identity, ialah kebutuhan individu untuk mengenal dirinya dan mengetahui posisi keberadaannya di masyarakat.<sup>13</sup>

Dari beberapa teori diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa audiens menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan untuk mendapatkan kepuasan. Kebutuhan individu yang sangat beragam menuntut adanya format siaran yang beragam pula, sehingga, kebutuhan dari audiens terpenuhi.

Pendekatan tentang kebutuhan individu terhadap pesan media berdasarkan asas manfaat dan kepuasan. Menurut pendekatan ini, komunikasi massa (Radio RRI) mempunyai kapasitas menawarkan sejumlah pesan yang dapat dimanfaatkan oleh komunikannya sekaligus dapat memuaskan berbagai kebutuhannya. Dengan cara melakukan diversifikasi format siaran, supaya orang yang mendengarkan dapat menggunakan pesan media untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda pula.

Seorang komunikator sangat berperan penting dalam penyampaian pesan dakwah, karena komunikator atau seorang da'i merupakan orang yang dipandang sebagai panutan. Untuk itu ada beberapa syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator antara lain:

1. Harus bersemangat
2. Bersifat kritis
3. Memiliki percaya diri sendiri
4. Memiliki sikap dan tindakan terpuji
5. Memelihara proses komunikasi yang sedang berlangsung
6. Menyadari kebiasaan-kebiasaan yang berlebih-lebihan.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hal. 235-237

<sup>14</sup> Prof. Drs. H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, ( Jakarta: Rineka Cipta,2000),hlm. 57

Sedangkan menurut A. Hasjmy dalam bukunya yang berjudul “Dustur Dakwah”, Muhammad Ghazali mengemukakan bahwa: syarat utama yang harus dimiliki oleh seorang juru dakwah yaitu; memiliki pengetahuan mendalam tentang Islam, dan memiliki jiwa kebenaran.<sup>15</sup>

### 3. Mass Communication Effects theory

Efek komunikasi massa merupakan perubahan yang terjadi didalam diri penerima, karena menerima pesan dari suatu sumber. Seperti yang ditulis oleh Jalaluddin Rahmat dalam bukunya “Psikologi Komunikasi”, dengan mengutip Steven M. Cheffe:

“Dalam melihat komunikasi massa tidak cukup membatasi efek hanya pada pesan ataupun media itu sendiri, tetapi dalam melihat efek juga harus memperhatikan jenis perubahan yang terjadi pada khalayak itu sendiri”.<sup>16</sup>

Steve M. Cheffe mengkatagorikan efek menjadi tiga

#### a. Efek kehadiran media secara fisik

Ada lima hal yang berkaitan dengan efek kehadiran media massa sebagai benda fisik, yaitu: efek ekonomis, efek sosial, efek pada penjadwalan kegiatan, efek pada penyaluran/penghilangan perasaan tertentu, dan efek pada perasaan orang terhadap obyek media.<sup>17</sup>

#### b. Efek kehadiran media massa sebagai obyek fisik

Steven M. Cheffe membagi efek kehadiran media massa sebagai obyek fisik menjadi dua, yaitu hilangnya perasaan tidak enak dan tumbuhnya perasaan tertentu terhadap media massa.

<sup>15</sup> A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Alquran*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1987), hlm. 148-

<sup>16</sup> Jalaluddin Rahmat, *Op. Cit.* Hal. 217-218

<sup>17</sup> *Ibid*, hal. 220



c. Efek pesan media massa

Efek ini meliputi tiga aspek:

- 1) Efek Kognitif, adalah perubahan yang terjadi pada apa yang diketahui, dipahami, yang berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
- 2) Efek afektif, merupakan efek komunikasi massa terhadap pendapat dan sikap.
- 3) Efek Behavioral, efek ini merupakan perubahan yang terjadi pada tingkah laku khalayak yang tampak pada aplikasi kehidupan sehari-hari.

Menurut Jalaluddin Rahmat dalam buku "Psikologi komunikasi", dengan mengutip Joseph Klapper mengemukakan:

"Efek komunikasi massa terjadi lewat serangkaian faktor-faktor perantara termasuk proses selektif (persepsi selektif, terpaan selektif, dan ingtan selektif, serta keanggotaan kelompok."<sup>18</sup>

4. Teori tentang Dakwah

Menurut M. Arifin:

"Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya. Dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur-unsur paksaan."<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> *ibid*, hal.198

<sup>19</sup> M Arifin, *psikologi dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hlm. 6



Zaini Muchtarom:

“Secara terminologi, dakwah berarti mengajak dan menyeru umat manusia baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam, pedoman hidup yang diridhoi Allah dalam bentuk *amar ma'ruf nahi mungkar* dan amal shaleh dengan cara lisan (lisanul magol) maupun perbuatan (lisanul hal), guna mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.”<sup>20</sup>

a. Media dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat diperlukan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya, baik lisan maupun tulisan (media cetak).<sup>21</sup>

Menurut Hamzah Ya'qub dalam “Publisistik Islam, Teknik Dakwah dan Leadership”, media dakwah bisa digolongkan kedalam lima golongan:

- 1) Lisan: termasuk didalamnya khitobah, pidato, ceramah, kuliah, seminar, nasihat, pidato-pidato radio, ramah tamah dalam ajang sana, obrolan secara bebas setiap ada kesempatan, yang kesemuanya dilakukan dengan lidah atau suara.
- 2) Tulisan: dakwah dengan tulisan, misalnya buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, buletin, pamflet, spanduk-spanduk, dan lain sebagainya.
- 3) Lukisan: yakni gambar-gambar hasil seni lukis, photo, komik-komik, dan sebagainya.
- 4) Audio visual: adalah suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran, seperti televisi, flim, dan lain-lain.
- 5) Akhlak: merupakan suatu penyampai langsung ditunjuk dalam bentuk perbuatan nyata. Misalnya silaturahmi, mengunjungi orang sakit, dan lain sebagainya.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah Islam*, Cet III ( Jakarta: Al-Amin Press, 1997), hlm. 14

<sup>21</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 163

<sup>22</sup> Hamzah Ya'qub, *Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership* (Bandung: Diponegoro, 1981) hlm. 47-48

Selanjutnya media dakwah yang berkaitan tentang isi dakwah atau materi dakwah. Menurut Prof. Osman Raliby, ajaran Islam itu memiliki unsur:

- 1) Ibadah batin: shalat, puasa.
  - 2) ibadah dhahir: ibadah ini memiliki dimensi:
    - a) Kehidupan individu
    - b) Kehidupan keluarga
    - c) Kehidupan sosial, yang mencakup: kegiatan politik, kegiatan pendidikan, kegiatan ekonomi, kegiatan dakwah, kegiatan kesenian, dan kegiatan teknologi.<sup>23</sup>
- b. Materi dakwah

Lebih lanjut Asmuni Syukir dalam bukunya “Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam” dengan mengutip Mansyur Amin, membagi materi dakwah kedalam tiga bagian:

- 1) Aqidah: aqidah dalam Islam bersifat i'tiqat batiniyah yang mencakup masalah-masalah yang berhubungan dengan rukun iman, dan juga masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik.
- 2) Syariah/Hukum: masalah yang erat hubungannya dengan amal lahir dalam rangka mentaati semua peraturan/hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhan dan mengatur pergaulan sesama manusia.
- 3) Ahlak: yaitu sistem ukur tentang perbuatan baik atau buruk, dengan kata lain; moral, penilaian terhadap segala tindakan, dan perbuatan manusia dalam hubungannya dengan Tuhan, atau dengan sesama manusia dan alam lingkungannya.<sup>24</sup> Pembahasan tentang ahlak ini meliputi: amanah, birra walidaini, haya' iffah, aqdishad, qona'ah/zuhud, kasih sayang, shidqu (berlaku benar).<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Amrullah Ahmad (ed.), *Dinamika Dakwah Islam Dalam Perubahan Sosial di Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1979), hlm. 31-32

<sup>24</sup> Asmuni Syukir, *Op. Cit.*, hlm. 60-63

<sup>25</sup> Drs. Sudarsono, S.H. *Sepuluh Aspek Agama Islam*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1994), hlm. 209-226

Materi dakwah pada dasarnya adalah ajaran Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadist yang berkaitan dengan keimanan, syariah (ibadah mua'malah), serta ahlak kepada Allah dan akhlak sesama manusia. Kreatifitas da'i dalam menentukan dan penyampaian materi dakwah dalam hal ini, terletak pada kemampuannya dalam mensublimasikan ajaran Islam kedalam berbagai aspek kehidupan. Baik yang berkaitan dengan *habl min al-Allah* maupun *habl min al-Nas*.

Dengan memahami pengertian dakwah, media dakwah, materi dakwah serta hukum berdakwah dapat ditarik kesimpulan bahwa Islam adalah agama risalah yang harus disampaikan kepada ummat baik dengan tulisan maupun lisan. Salah satunya dengan menggunakan alat elektronik yang berupa radio, dengan segala kelebihan yang dimilikinya. Keragaman format siaran agama Islam yang ditawarkan oleh radio RRI juga menjadi salah satu faktor penentu dalam penyampaian risalah Islam supaya pendengar tidak merasa bosan dan terus mengikuti program siaran yang ditawarkan.

## G. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mencari fakta, *facta finding*, dengan interpretasi. Bertujuan untuk membuat deskripsi yang tepat, secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti.<sup>26</sup>

Lebih lanjut Jalaluddin Rahmat dalam Metode penelitian Komunikasi menegaskan:

“Cara lain metode deskriptif ialah titik berat pada observasi dan suasana alamiah, *naturalistic setting*. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Dengan suasana alamiah dimaksudkan bahwa peneliti terjun kelapangan. Ia tidak berusaha untuk memanipulasikan variabel. Karena kehadirannya mungkin mempengaruhi perilaku gejala, *reactive measures*. Peneliti berusaha memperkecil pengaruh ini. Peneliti sosial telah menghasilkan beberapa pengukuhan yang tidak terlalu banyak “merusak” kenormalan, *unobstrusive measures*.”<sup>27</sup>

Penelitian ini memberikan gambaran yang lengkap mengenai diversifikasi siaran dakwah melalui media massa elektronik di RRI Nusantara II Yogyakarta selama (periode 2003).

### 1. Subyek dan Obyek Penelitian

#### a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah RRI Nusantara II Yogyakarta, yang merupakan lembaga penyiaran radio, baik itu pemimpin, para staf, dan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan lembaga tersebut dan yang dipilih sebagai *key person* adalah pimpinan atau penyiar dari divisi siaran pendidikan dan

<sup>26</sup> Irwan Suhartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2002), hlm. 35.

<sup>27</sup> Jalaluddin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2000), hlm. 25

kebudayaan, dimana divisi ini yang terlibat langsung dengan proses penyiaran siaran dakwah. Serta buku-buku yang berkaitan dengan tema penelitian yang dijadikan subyek sekunder.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan dikaji adalah peragaman siaran dakwah RRI Nusantara II Yogyakarta.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan untuk memperoleh data yang lengkap, obyektif dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, adalah sebagai berikut:

a. Metode Wawancara, *interview*

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara terhadap pihak-pihak yang terlibat di RRI Nusantara II Yogyakarta. Penyajiannya dalam bentuk pertanyaan yang berkaitan dengan tema yang diinginkan. Pada penelitian ini digunakan *interview* bebas terpimpin, dimana pewawancara membawa kerangka pertanyaan, *frame work of question*, untuk disajikan dan bersifat longgar tanpa keluar dari pedoman yang dipakai melalui wawancara tidak berstruktur, yaitu dengan hanya memuat garis-garis besar yang dipertanyakan.<sup>28</sup> Metode wawancara digunakan untuk memperoleh data tentang:

1) Latar belakang munculnya siaran dakwah di RRI Nusantara II

---

<sup>28</sup> Sustrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1992), hlm. 132.



- 2) Bentuk-bentuk format acara siaran dakwah di RRI Nusantara II
- 3) Teknik pengawasan dan pengelolaan RRI Nusantara II

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang ada pada benda-benda tertulis. Data diambil dari dua data, yaitu data primer yang diperoleh langsung dari RRI Nusantara II Yogyakarta; dan data sekunder, yaitu semua data yang didapat dari informasi, baik berupa buku-buku penunjang maupun pendapat tokoh. Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang:

- 1) Sejarah berdiri dan berkembangnya RRI Nusantara II Yogyakarta
- 2) Struktur organisasi
- 3) Target audience yang ingin dicapai RRI Nusantara II Yogyakarta

c. Metode Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Metode observasi yang digunakan adalah metode observasi non partisipasi, dimana observer tidak mengambil bagian dalam kegiatan yang sedang di observasi.<sup>29</sup> Metode observasi digunakan untuk memperoleh data tentang kondisi objektif kantor RRI Nusantara II Yogyakarta.

---

<sup>29</sup> *ibid*, hlm. 136



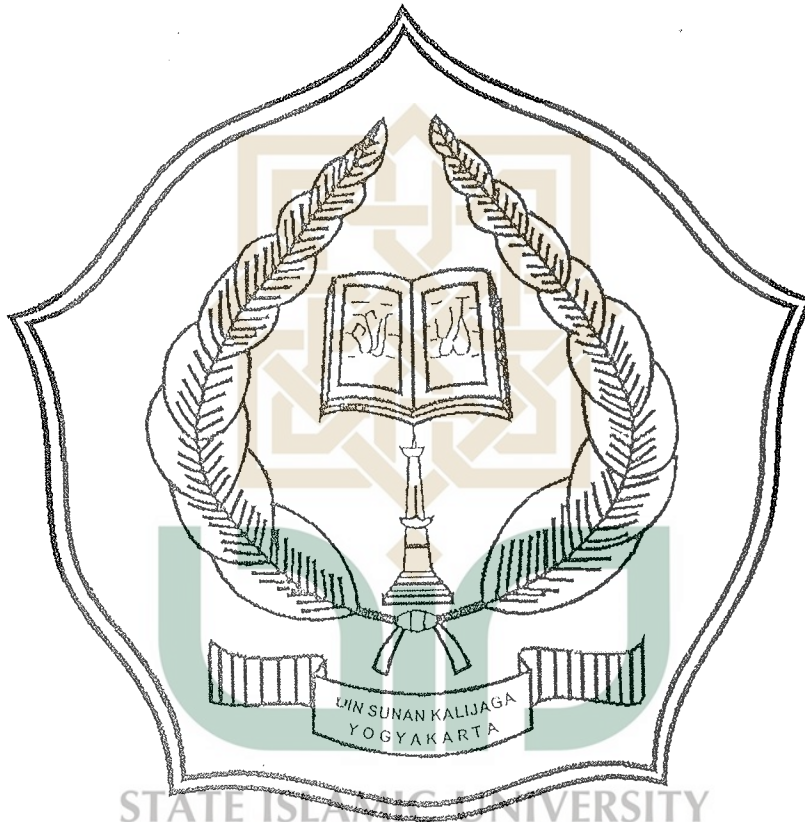
### 3. Metode Analisis Data

Untuk mengolah data yang diperoleh digunakan metode analisis deskriptif kualitatif deskriptif non statistik), dengan penyajian dari umum ke khusus (deduktif),<sup>30</sup> yakni mengamati fenomena yang terjadi kemudian dipaparkan secara sistematis dalam bentuk kalimat berdasarkan data-data yang diperoleh.



---

<sup>30</sup> Lexy G. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 1993), hlm 103



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan mengenai “Diversifikasi Siaran Dakwah di RRI Nusantara II Yogyakarta”, dapat disimpulkan:

1. Motivasi RRI Nusantara II melakukan diversifikasi siaran dakwah:
  - a. RRI Nusantara II Yogyakarta sebagai radio publik sesuai dengan PP no. 37 tahun 2000 BAB III pasal 6 tentang maksud dan tujuan PERJAN adalah menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio sesuai dengan prinsip-prinsip radio publik yang independen, netral, mandiri dan program siarannya senantiasa berorientasi kepada kepentingan masyarakat, serta tidak semata-mata memcara keuntungan.
  - b. Meningkatkan pemenuhan kebutuhan audiens
2. Upaya diversifikasi siaran dakwah yang disiarkan di RRI Nusantara II, antara lain: Dialaog Interaktif, Ibadah Sholat Jum'at, Tadarrus al-Qur'an yang termasuk dalam katagori programa mingguan. Tuntunan agama untuk Anak, Cahaya Iman Islam, Kuliah Subuh, acara-acara ini, termasuk dalam katagori siaran bulanan. Sedangkan acara-acara khusus lainnya seperti, siaran Ramadhan, dan acara-acara hari besar Islam yang lainnya dikatagorikan kedalam siaran khusus yang disiarkan saat ada event-event tertentu. Keberagaman siaran dakwah di RRI Nusantara II tidak hanya

pada format acaranya, tetapi juga pada materi dan komunikator (da'i) supaya format acara yang ada tidak monoton dan dapat diminati audicns.

## B. Saran

Melihat hasil penelitian tersebut, ada beberapa hal yang perlu disampaikan yaitu:

1. Upayakan untuk tetap meningkatkan kualitas dan kuantitas program siaran dalam dakwah Islam, baik dari segi format acara maupun topik yang dibahas pada setiap acara. Sehingga jumlah pendengar akan semakin banyak, dan pada akhirnya diharapkan akan lebih mempercepat tercapainya/terwujudnya masyarakat adil makmur dan di ridhoi Allah.
2. Upayakan lebih banyak menyangkut masalah-masalah yang berkaitan dengan anak muda, supaya para kaulamuda dapat memahami dan bisa menjadi ajang belajar, selain di bangku pendidikan formal. Pada akhirnya dengan beragamnya siaran dan isi pesan yang disampaikan tidak lagi dipandang sebagai acara yang membosankan, tetapi bisa dilihat sebagai sebuah acara yang menarik untuk diikuti.
3. Memperbaiki pendokumentasian pada setiap program acara. Baik dalam bentuk kliping atau pengelompokan sesuai dengan format acara, supaya lebih memudahkan dalam pencarian arsip.

### C. Kata Penutup

Alhamdulillah Rabbil Alamin, berkat rahmat, taufik, dan hidayah dari Allah, serta kerja keras, bantuan dan dukungan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Satu hal yang perlu disadari, bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati mohon kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak untuk menyempurnakan tulisan ini. Kurang dan lebihnya mohon maaf sebesar-besarnya.

Akhirnya kepada Allah jualah, permohonan ampun dari segala kesalahan dan kehilafan. Amin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin M, *Psikologi Dakwah suatu Pengantar Study*, Jakarta : Bulan Bintang, 1977
- Arifin M, *Psikologi Dakwah*, Jakarta : Bumi Aksara, 1991
- Amin, Mansur M, *Metode Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktifitas Keagamaan*, Yogyakarta : Sumbangsih, 1980
- Ahmad, Abdullah, *Dinamika Dakwah Islam Dalam Perubahan Sosial di Indonesia*, Yogyakarta : Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1979
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surabaya : Surya Cipta Aksara, 1993
- Edwin O, Blake, H. Reed. Haroldsen, *Taksonomi Konsep Komunikasi*, Surabaya: Paryus , 2003
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta ; Balai Pustaka, 1989
- Hamka, Rusjdi, *Islam dan Era Informasi*, Jakarta : Panji Mas, 1989
- Hasjmy, A. *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*, Jakarta : Bulan Bintang, 1987
- Jahi Amri, *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di negara-negara ke-3*, Jakarta : Gramedia, 1993
- Keith C. Micheal, *Stasiun Radio Riset*, Jakarta, Inter News, 2000
- Kandhalawi Muhammad, *Fadilah Tablig*, Yogyakarta : As-shaff 1995
- Moleong, Lexy G, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung ; Rosda Karya, 1993
- Peorwodarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1976
- Quail Mc, Denis, *Teory Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta : Erlangga, 1996
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung ; Rosda Karya, 2001
- Suhartono, Irwan, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung : Rosda Karya, 2002
- Sukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya : Al-Ihlas, 1989
- Sudarsono, *Sepuluh Aspek Agama Islam*, Jakarta : Rineka Cipta, 1994



Sudarsono, *Sepuluh Aspek Agama Islam*, Jakarta : Rineka Cipta, 1994

Siregar, Agig Mahmud, *Islam Untuk Berbagai Aspek Kehidupan*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999

Sholeh, Abdul Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta : Bulan Bintang, 1977

Stokkink Theo, *Penyiar Radio profesional*, Yogyakarta : Kanisius, 2001

Wijayana A.W, *komunikasi dan Hubungan Dengan Masyarakat*, Jakarta : Bumi Aksara, 1993

Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi, Jakarta: Rineka Cipta,2000

Muchtarom, zaini, *Dasar-Dasar Manajemen dakwah Islam*, Yogyakarta : Al Amin press, 1997

Ya'kub, Hamzah, *Publisistik Islam Tehnik Dakwah dan Leadership*, Bandung : Diponegoro, 1981



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA