

**DAKWAH ISLAMIYAH MELALUI SIARAN TANYA-JAWAB AGAMA ISLAM
PADA RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
**Untuk memenuhi sebagian dari syarat - syarat
guna memperoleh gelar Doktoranda
dalam Ilmu Dakwah**

Oleh :

Anida Hasnah

NIM : 02841393

1991

**PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN KALIJAGA**

DAKWAH ISLAMIYAH MELALUI SIARAN TANYA-JAWAB AGAMA ISLAM
PADA RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Oleh

ANIDA HASNAH

NIM : 02841393

1991

DAKWAH ISLAMIYAH MELALUI SIARAN TANYA-JAWAB AGAMA ISLAM
PADA RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Oleh

ANIDA HASNAH

NIM : 02841393

1991

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudara

Anida Hasnah

Yogyakarta, November 1991

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Dakwah

IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di_

Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kami selaku Pembimbing skripsi saudara Anida Hasnah mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nomor Induk Mahasiswa 02841393, jurusan Penyiaran dan Penerangan Agama Islam yang berjudul : DAKWAH ISIAMMIYAH MELALUI SIARAN TANYA-JAWAB AGAMA ISLAM PADA RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA.

Setelah meneliti dan memeriksa serta memberikan perbaikan-perbaikan seperlunya, dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut kepada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan kami mengharapkan agar dapat dimunaqosahkan dan diterima oleh sidang Munaqosah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

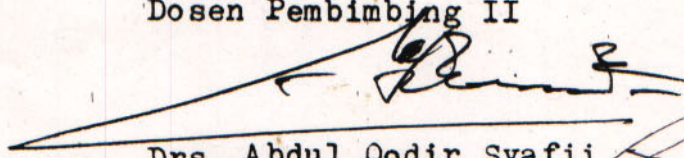
Demikian besar harapan kami agar dapat dimaklumi dan kami mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikaum Wr. Wb.

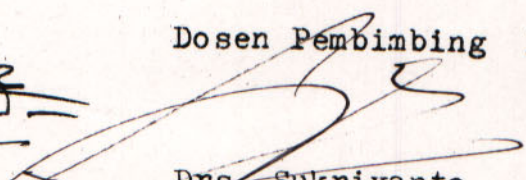
Hormat Kami

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I


Drs. Abdul Qodir Syafii

NIP. 150198361


Drs. Sukriyanto

NIP. 150088689

Skripsi berjudul
DAKWAH ISLAMIYAH MELALUI SIARAN TANYA-JAWAB AGAMA ISLAM
PADA RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anida Hasnah

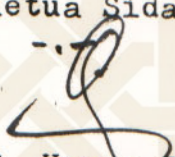
Telah dimunaqosahkan di depan sidang munaqosah

pada tanggal : 22 Januari 1992

dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima

Sidang Dewan Munaqosah

Ketua Sidang,


Drs. M. Hasan Baidaie

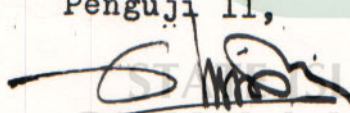
NIP. 150046342

Penguji I/ Pembimbing Skripsi,


Drs. H. Sukriyanto

NIP. 150088689

Penguji II,


Drs. Fathuddin Abdul Ganie

NIP. 150058707

Penguji III,


Drs. H.M. Kholili

NIP. 150222294


Yogyakarta, 27 Januari 1992

IAIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

Dekan




Drs. M. Hasan Baidaie

NIP. 150046342

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِ لَهُمْ بِالَّتِي
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ هْتَلَى عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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

(QS. An Nahl : 125)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikut-pengikutnya. Amin.

Rasa syukur penulis panjatkan pula kepada Allah SWT. dengan rahmat, karunia dan petunjuk-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, di mana disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak bisa lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak K.H. A.R. Fachruddin dan Bapak H. Muchlash Abror sebagai pengasuh siaran Tanya-jawab Agama Islam di RRI Nusantara II Yogyakarta.
2. Pimpinan RRI Nusantara II Yogyakarta yang telah memberikan fasilitas dan izin risetnya sehingga penelitian ini bisa dilaksanakan.
3. Bapak Drs. Sukriyanto, AR dan Bapak Drs. Abdul Qodir Syafii selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan petunjuk dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Herman Hilmy, Bapak Ngadimin, Bapak Sudarmanto, Bapak Mujiono, Mbak Anik Usman, dll. yang banyak memberikan pengarahan-pengarahan dan masukan dalam mendapat

kan data sehingga penelitian ini berjalan lancar.

5. Sahabat-sahabatku Suhanto, Mufida, Iis, Uul, dll yang telah memberikan bantuannya, serta semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu di sini

Hanya Allah yang Maha Pemurah yang nanti akan memberikan imbalannya sesuai dengan amal baik mereka dan dihitung sebagai amal ibadah di dunia dan akherat.

Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat bagi Fakultas Dakwah, RRI Nusantara II Yogyakarta, para dai, dan bagi perkembangan Agama Islam pada umumnya.

Yogyakarta, 25 November 1991

Penulis,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR	v
HALAMAN DAFTAR ISI	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Kerangka Pendekatan Teoritik	10
G. Metode Penelitian	30
BAB II : GAMBARAN UMUM	
A. RRI Nusantara II Yogyakarta	36
1. Sejarah Perkembangan RRI Nusan- tara II Yogyakarta	37
2. Status dan Kedudukan	45
3. Dasar dan Tujuan	46
4. Struktur Organisasi	47
B. Siaran Tanya-jawab Agama Islam	52
1. Sejarah Terwujudnya Siaran Ta- nya-jawab Agama Islam	52

	2. Pengasuh Siaran Tanya-jawab	
	Agama Islam	54
	3. Mekanisme Siaran Tanya-jawab	
	Agama Islam	57
	4. Perkembangan Siaran Tanya-jawab	
	Agama Islam	59
BAB	III : ANALISIS PERTANYAAN RESPONDEN	
	A. Identitas Responden	61
	1. Jenis Kelamin	61
	2. Asal Daerah	63
	B. Analisis Materi Pertanyaan Responden	65
	1. Aqidah	65
	2. Syariah	68
	3. Akhlak	76
	C. Analisis Kualitas Pertanyaan Responden	
	den	77
	1. Aqidah	78
	2. Syariah	80
	3. Akhlak	81
BAB	IV : JAWABAN ATAU PESAN-PESAN DAKWAH	
	A. Aqidah	85
	B. Syariah	93
	C. Akhlak	116
BAB	V : PENUTUP	
	A. Kesimpulan	119
	B. Saran-saran	123
	C. Kata Penutup	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Judul skripsi ini adalah : DAKWAH ISLAMIYAH MELALUI SIARAN "TANYA - JAWAB AGAMA ISLAM" PADA RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA.

Untuk menghindari kesalahan pengertian dan kesalahan interpretasi yang mungkin timbul dari para pembaca dalam memahami judul skripsi ini, penulis akan berusaha menjelaskan arti dan maksudnya, sehingga permasalahan yang nanti hendak dikaji atau diteliti akan menjadi jelas.

1. Dakwah Islamiyah

Pemahaman mengenai pengertian dakwah Islamiyah ini akan merujuk pada batasan yang dikemukakan oleh Sukarsono dan Masdar Helmy. Masdar Helmy memberikan batasan dakwah Islamiyah sebagai berikut :

Dakwah Islamiyah adalah mengajak dan menggerakkan umat manusia, agar mentaati ajaran - ajaran Islam. Termasuk melakukan amar makruf nahi munkar, untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. 1)

Sedangkan Sukarsono mendefinisikannya sebagai berikut:

Dakwah Islamiyah adalah suatu usaha untuk mewujudkan ajaran Islam dalam realitas hidup sehari-hari, baik bagi kehidupan pribadi, keluarga, masyarakat, sebagai keseluruhan tata hidup bersama, dalam rangka pembangunan bangsa dan umat

¹⁾ Masdar Helmy, Dakwah Dalam Alam Pembangunan, (Semarang : CV Toha Putra, 1973), hal. 31.

manusia, untuk memperoleh ridlo dari Allah swt.²⁾

2. Siaran "Tanya-jawab Agama Islam"

Siaran tanya-jawab Agama Islam merupakan salah satu program siaran RRI Nusantara II Yogyakarta, di mana acara tersebut termasuk sub. program siaran pendidikan dan penerangan Agama. Acara tersebut diudarkan setiap hari Selasa dan Sabtu pagi pukul 05.10 wib. selama kurang lebih 15 menit. Adapun pengasuhnya adalah K.H. A.R. Fachruddin dan H. Muchlash Abror.

Yang dimaksudkan "Tanya-jawab Agama Islam" adalah salah satu bentuk metode dakwah Islamiyah. Menurut Asmuni Syukir, metode Tanya-jawab Agama Islam adalah :

Penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk menyatakan suatu masalah yang dirasa belum dimengerti dan muballigh atau dainyalah yang berlaku sebagai penjawabnya. 3)

Metode tanya-jawab ini biasa dipergunakan pada selingan ceramah, ruang tanya-jawab melalui radio, surat kabar ataupun majalah. Begitu pula pada penelitian ini, di mana akan meneliti radio sebagai sarana penyampaian dakwah dengan menggunakan metode tanya-jawab Agama Islam.

Karena penekanan pada metode tanya-jawab Agama Islam ini terletak pada sasaran atau obyek dakwah,

²⁾ Sukarsono, Pendekatan Intelektual dalam Dakwah, dalam Mimbar Ulama NO. 20 Tahun III (Jakarta: Juni 1978), hal. 16.

³⁾ Asmuni Syukir, Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya : Al Ikhlas, tt), hal. 123-124.

yakni mengenai pernyataan suatu masalah yang belum dimengerti oleh sasaran dakwah, dalam hal ini pendengar radio.

Dengan adanya penjelasan di atas, maka maksud dari penelitian ini untuk mengetahui ajakan yang berupa pesan-pesan dakwah dengan metode tanya-jawab Agama Islam melalui radio, dalam hal ini adalah RRI Nusantara II Yogyakarta dalam siarannya, yakni siaran tanya-jawab Agama Islam.

Sedang materi yang hendak diteliti adalah siaran tanya-jawab Agama Islam yang diudarkan dari tahun 1990 sampai 1991, selama 6 (enam) bulan. Terhitung mulai bulan Juli sampai dengan Desember.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Ciri yang mencolok pada era modern ini adalah menjamurnya alat-alat atau sarana komunikasi, dari yang sederhana hingga yang canggih. Sarana-sarana tersebut telah mewarnai peradapan manusia yang senantiasa memburu informasi. Tidak terlepas apakah sarana-sarana tersebut hanya untuk kepentingan pribadi, seperti ; telephone, telegram, facsimel, ataupun sarana-sarana yang ditujukan kepada khalayak ramai (massa atau orang banyak), seperti koran, majalah, radio, televisi dan film. Kesemuanya itu mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia masa kini.

Dari sekian banyak sarana-sarana komunikasi yang digunakan oleh masyarakat, yang dikenal dengan sebutan komunikasi massa, barangkali salah satu sarana yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat adalah radio, yaitu suatu sarana komunikasi massa yang menyampaikan pesannya

kepada orang banyak tanpa mengetahui tanggapan para pendengarnya. Kalaupun ada tanggapan yang disampaikan oleh pendengarnya, hanyalah beberapa saja, itupun disampainya setelah pesan disampaikan oleh penyiar.⁴⁾ Perkembangan radio dari waktu ke waktu nampaknya memang mengalami kemajuan yang sangat pesat, baik dilihat dari segi kuantitas orang yang memilikinya maupun dari segi kualitas radionya itu sendiri. Banyaknya orang yang memiliki radio dari berbagai lapisan masyarakat (dari yang kelompok kelas atas, sampai kelas menengah ke bawah, bahkan orang miskin) merupakan petunjuk bahwa radio sebagai sarana komunikasi massa mudah didapatkan dan terjangkau oleh masyarakat untuk dimiliki karena harganya yang relatif murah dibandingkan dengan sarana komunikasi lain. Terlebih lagi semenjak ditemukannya radio transisitor, peranan radio semakin meningkat secara revolusioner,⁵⁾ dan hal itu membuktikan bahwa kecanggihan radio sebagai alat komunikasi tidak perlu diragukan lagi.

Sudah menjadi generalisasi yang kuat bahwa media massa khususnya radio mempunyai kemampuan yang ampuh untuk mempengaruhi pikiran dan tindakan manusia. Hal ini bisa dipahami karena radio merupakan alat yang dapat dipergunakan untuk menyalurkan pesan-pesannya kepada audience, sebagaimana dirumuskan oleh komisi radio dari Ba-

⁴⁾ Onong. U. Effendi, Radio Siaran : Teori dan Praktek, (Bandung : Alumni, 1978), hal. 18.

⁵⁾ Mary Crozer menganggap bahwa pertumbuhan radio di abad dua puluh ini merupakan suatu perkembangan yang luar biasa sehingga dapat mendobrak sistem komunikasi model lama yang lambat dan terbatas. Mimbar Ulama, Op. cit, hal. 64.

dan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) pada tahun 1949 yang berbunyi :

Broodcasting in one of the most powerful of agents for influencing mens thought and actions (radio adalah salah satu sarana yang sangat ampuh untuk mempe ngaruhi fikiran dan tindakan manusia). 6)

Menurut Onong U. Effendi, faktor-faktor yang menunjang efektifitas radio antara lain :

1. Daya langsung, yaitu untuk mencapai sasarannya tidak mengalami proses yang sulit. Setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis di atas kertas, kemudian tinggal membacakannya di depan corong radio, sebanyak kali yang diinginkan.
2. Daya tembus, yaitu radio tidak mengenal jarak dan rintangan. Gunung-gunung, lembah-lembah, padang pasir, rawa-rawa maupun lautan semuanya tidak menjadi rintangan bagi radio untuk menyampaikan pesannya.
3. Daya tarik, yaitu radio memiliki sifat yang hidup karena mengandung tiga unsur yakni ; musik, kata dan efek suara. 7)

Berkaitan dengan hal ikhwal di atas, umat Islam tidak ketinggalan juga memanfaatkan radio yang notabene merupakan media massa yang efektif, sebagai sarana atau media dakwah. Pengertian dakwah secara sederhana yaitu menyampaikan Islam kepada manusia secara lisan, tulisan, ataupun lukisan untuk merealisasi sendi-sendi ajaran Islam. Pengertian lebih luas lagi, H. Endang S. Anshori mengemukakan batasan dakwah adalah penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan dalam perikehidupan dan penghidupan manusia, yang meliputi aspek politik, ekonomi, hukum, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian dan keluarga. 8)

Kesemuanya itu yaitu berdakwah melalui media massa

6) Ibid.

7) Onong U. Effendi, Op. cit., hal. 78-80.

8) Endang S. Anshori, Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam, (Jakarta : Usaha Interpress, 1976), hal. 87.

merupakan manifestasi dari metode dakwah. Khususnya dakwah melalui radio ternyata terdapat berbagai variasi metode yang diterapkan. Adakalanya diwujudkan dalam bentuk fragmen (sandiwara), ceramah-ceramah, tanya - jawab persoalan ajaran dan hukum Islam, serta yang lainnya. Semua cara penyajian dakwah yang sedemikian rupa itu sudah barang tentu mempunyai tujuan untuk memperbanyak manusia yang kembali ke jalan Allah swt., secara benar dan tepat.

Sebagai sarana penunjang dakwah, RRI sebagai Radio siaran Pemerintah, dalam hal ini RRI Nusantara II Yogyakarta, tidak luput terhadap acara-acara (programa) dakwah Islamiyah dengan menggunakan metode dakwah dengan berbagai variasi tersebut, yang salah satunya adalah metode tanya-jawab Agama Islam. Pada RRI Nusantara II Yogyakarta, siaran tersebut dinamakan siaran tanya-jawab Agama Islam.

Metode tanya-jawab Agama Islam merupakan bagian dari metode dakwah yang diwujudkan dalam bentuk 'dialog' atau - tanya-jawab- mengenai persoalan-persoalan ajaran Agama Islam. Adapun materinya tergantung pada pertanyaan-pertanyaan yang dikirimkan oleh audience (penanya) kepada para pengasuh (penjawab). Artinya, setiap materi atau pesan-pesan yang hendak disampaikan pengasuh senantiasa mengacu kepada persoalan-persoalan yang dilontarkan audience. Sehingga jawaban-jawaban dari pengasuh itulah yang merupakan pesan-pesan dakwahnya.

Penyampaian dengan metode tanya-jawab Agama Islam melalui radio tersebut tiada lain bertujuan un-

tuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebab dengan bertanya, seseorang ingin mengerti yang pada gilirannya akan dapat mengamalkannya.

Metode ini berguna untuk mengurangi kesalah-pahaman yang terjadi antara penanya dan penjawab, menjelaskan perbedaan-perbedaan pendapat, juga menerangkan hal-hal yang belum dimengerti oleh para penanya, dan sebagainya. Di situlah nantinya akan terjadi feed back (umpan balik) antara komunikator sebagai penjawabnya dengan komunikan sebagai penanyanya.

Persoalannya adalah apabila penanya dalam mengajukan pertanyaannya kurang atau bahkan tidak memperhatikan teknik-teknik bertanya. Suatu pertanyaan yang bagus menurut isinya, kadang-kadang gagal untuk mencapai suatu tujuan seperti yang telah direncanakan semula. Kegagalan tersebut itu bisa disebabkan oleh berbagai hal, seperti cara penyampaiannya dalam hal ini menyangkut bahasa yang dipergunakan, intonasi kalimatnya (kalau dialog langsung), atau penentuan dalam memilih kata yang tepat untuk dipakai sebagai kata tanya, dan materi pertanyaannya, sedemikian rupa sehingga perpaduan dari ke tiga unsur tersebut akan menghasilkan sebuah pertanyaan yang jelas mengenai apa maksud dan keinginan si penanya. Dari situlah nantinya akan diketahui kualitas dari sebuah pertanyaan.

Persoalan kedua ada pada komunikator sebagai penjawabnya. Pada metode tanya-jawab Agama Islam ini seringkali terjadi over lapping, atau penyimpangan antara jawaban yang diberikan dengan maksud dari per-

tanyaan. Memang pada metode tanya-jawab Agama Islam ini dibutuhkan seorang penjawab (sebagai dai) yang betul-betul mumpuni, baik dalam persoalan tehnik-tanya-jawab pertanyaan, juga dalam hal materi ajaran Agama Islam itu sendiri.

Bermula dari persoalan di atas, penulis ingin mengungkapkan bagaimana para penanya pada siaran Tanya-jawab Agama Islam di RRI Nusantara II Yogyakarta dalam mengajukan berbagai pertanyaannya kepada pengasuh siaran tersebut ? Apakah tehnik-tehnik bertanya yang baik sudah mereka pergunakan ? dan bagaimana kualitas pertanyaannya? Dan mengenai jawabannya apakah terjadi penyimpangan-penyimpangan / over lapping?

Dan yang menjadikan penulis tertarik adalah masih langkanya penelitian dakwah dengan metode tanya-jawab Agama Islam, khususnya melalui radio. Karena memang saat ini, radio yang menyiarkan acara dakwah Islamiyah dengan memakai metode tanya-jawab Agama Islam secara tetap di Yogyakarta, hanyalah pada RRI Nusantara II Yogyakarta. Selain itu penulis melihat semakin banyak surat-surat yang masuk ke meja RRI yang telah siap menunggu giliran untuk dibacakan dan dicarikan pemecahannya oleh K.H. A.R. Fachruddin.

C. RUMUSAN MASALAH

Setelah diuraikan yang melatarbelakangi permasalahan pada penelitian ini, maka permasalahannya akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Meliputi bidang apakah yang ditanyakan para pendengar siaran Tanya-jawab Agama Islam yang diasuh oleh K.H. A.R Fachruddin dan H. Muchlash Abror pada

RRI Nusantara II Yogyakarta ?

2. Bagaimanakah pola-pola pertanyaan yang diajukan oleh para pendengar tersebut ?
3. Sejauhmanakah tingkat bobot pertanyaan para pendengar siaran tanya-jawab Agama Islam pada RRI Nusantara II Yogyakarta ?
4. Apakah jawaban yang disampaikan oleh pengasuh acara tersebut ?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui aspek-aspek ajaran Agama Islam yang ditanyakan oleh para pendengar siaran tanya-jawab Agama Islam pada RRI Nusantara II Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pola-pola pertanyaannya sehingga pertanyaan tersebut dapat dikategorikan sesuai dengan jenis pertanyaannya.
3. Untuk mengetahui tingkat bobot pertanyaan (kwalitas) para pendengar siaran tanya-jawab Agama Islam pada RRI Nusantara II Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui jawaban atau pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh pengasuh siaran tanya-jawab Agama Islam pada RRI Nusantara II Yogyakarta.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan analisa bagi para dai di dalam menyusun strategi dakwah Islamiyah yang disampaikan melalui radio, terutama yang disajikan dalam bentuk tanya-jawab- atau dialog.
2. Untuk para pendengar, sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan bobot pertanyaannya.

3. Sebagai acuan penelitian komunikasi dakwah yang di sampaikan melalui radio

F. KERANGKA PENDEKATAN TEORITIK

Penelitian ini berupaya menjelaskan pesan-pesan dakwah Islamiyah dan mengklasifikasikannya, mengkategorikan jenis-jenis pertanyaan, serta mengetahui kualitas pertanyaan para penanya siaran tanya-jawab Agama-Islam melalui radio, dalam hal ini adalah RRI Nusantara II Yogyakarta. Karena itu teori yang hendak digunakan pada penelitian ini adalah teori komunikasi dan dakwah. Alasannya adalah setiap penyampaian dakwah Islamiyah melalui radio khususnya, dan media massa umumnya merupakan suatu proses komunikasi, dalam hal ini komunikasi massa. Maka dari itu, pada kerangka teori ini akan dijelaskan : pengertian komunikasi dan macam-macamnya serta unsur-unsurnya, kemudian akan dijelaskan pula kaitannya dengan dakwah Islamiyah dari pemaparan teori komunikasi tersebut.

1. Pengertian Komunikasi

Secara etimologis, kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "Communication" yang berarti pergaulan, persatuan, peran serta dan kerja sama. Istilah itu bersumber dari istilah "communis" yang berarti sama makna.⁹⁾ Adapun pengertian komunikasi yang lebih luas lagi telah dikemukakan oleh beberapa pakar ilmu komunikasi, seperti pada batasan-komunikasi berikut ini :

⁹⁾ Onong U. Effendi, Kamus Komunikasi, (Bandung : CV Mandar Maju, 1989), hal. 60.

1. Communication is the art of transmitting information, ideas, and attitudes from one person to another. 10) (Komunikasi adalah suatu seni menyampaikan ide-ide dalam bentuk informasi dari seseorang ke orang lain).
2. Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of another individual. (Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah-laku orang lain (komunikan). 11)
3. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau merubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. 12)
4. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. 13)

Dari berbagai definisi di atas, maka pada proses komunikasi tampak adanya sejumlah unsur atau komponen yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Unsur-unsur itu antara lain

- a) Komunikator (source), b) Pesan (message), c) Media (channel), d) Komunikan (resource), e) Tujuan (destination), f) Efek (effect).

a. Komunikator

Secara sederhana, komunikator atau sumber

10) Edwin Emmerly, et. al., Introduction to Mass Communication, (New York : Dodd, Mead & Co, Inc, 1968), p. 3.

11) Carl I. Hovland, Social Communication, dalam Onong U. Effendi, Radio Siaran : Teori dan Praktek, Op.cit., hal. 10.

12) Onong. U. Effendi, Dinamika Komunikasi, Op.cit.hal.3.

13) Onong. U. Effendi, Kamus Komunikasi, Loc. cit.

komunikasi diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan. Pemahaman lebih luas lagi, Onong U. Effendi mendefinisikan komunikator sebagai orang yang menyampaikan lambang-lambang bermakna atau pesan yang mengandung ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan, dsb. nya, kepada orang lain.¹⁴⁾ Ia juga mengemukakan bahwa komunikator atau sumber komunikasi tidak hanya berasal dari perseorangan sebagaimana telah diutarakan, melainkan dapat saja sumber itu berasal dari suatu badan atau lembaga yang memberikan bahan informasi kepada seseorang maupun kepada khalayak.¹⁵⁾

b. Pesan (message)

Toto Tasmara mendefinisikan pesan adalah ide-ide atau gagasan-gagasan atau buah pikiran yang disampaikan oleh sumber (komunikator) kepada orang lain dengan tujuan supaya orang lain bertindak sesuai dengan harapan yang dituangkan dalam pesan tersebut.¹⁶⁾ Sementara itu, Onong U. Effendi berpendapat, bahwa pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, himbauan, anjuran, dsb.¹⁷⁾ Dan Wilbur Schram mengemukakan bahwa

¹⁴⁾ Ibid., hal. 66.

¹⁵⁾ Ibid.

¹⁶⁾ Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah, (Jakarta : CV Gaya Media Pratama, 1981), hal. 2

¹⁷⁾ Onong. U. Effendi, Dinamika Komunikasi, Op. cit. hal. 7.

pesan dapat berujud tinta di atas kertas, gelombang radio, daya tekan dalam aliran listrik, lambaian tangan, atau tanda-tanda yang lain yang bila diinterpretasikan akan mempunyai arti tertentu.¹⁸⁾

Dari pengertian di atas, bisa diartikan pesan adalah buah pikiran atau ide yang dituangkan dalam bentuk lambang, yang bila diinterpretasikan mempunyai makna tertentu, di mana hal tersebut disampaikan oleh sumber (komunikator) kepada orang lain dengan tujuan orang lain itu bertindak sama sesuai dengan harapan yang terkandung dalam buah pikiran.

c. Komunikan (audience)

Pengertian komunikan di sini disamakan dengan pengertian "communicate" yaitu ; orang yang menjadi sasaran komunikasi atau orang yang menerima lambang-lambang bermakna, suatu pesan yang mengandung ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya kepada dirinya sendiri.¹⁹⁾

Sasaran itu dapat berupa seseorang yang sedang mendengarkan, memperhatikan atau membaca, dan dapat juga berupa anggota kelompok seperti kelompok diskusi, hadirin yang sedang mendengarkan ceramah, atau anggota kelompok pendengar, pembaca-surat kabar, serta para pemirsa televisi, yang kesemua bentuk kelompok itu disebut massa atau

¹⁸⁾ Wilbur Schram, The Process and Effect Of Mass Communication, (Urbana : University of Illinois, 1970), hal. 3.

¹⁹⁾ Onong. U. Effendi, Kamus Komunikasi, Op. cit., hal. 65.

khalayak.²⁰⁾

d. Media (channel)

Medium yang dalam bentuk jamaknya media merupakan sasaran atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya,²¹⁾ sehingga pesan yang disampaikan komunikator itu bisa diterima oleh komunikan.²²⁾ Telephone telegram, surat, facsimel adalah contoh sarana-sarana yang biasa digunakan untuk komunikasi antar perseorangan. Sedangkan media yang biasa dipakai dan ditujukan kepada khalayak atau massa disebut media massa, seperti : koran, majalah, televisi, radio dan film.

e. Tujuan (desnation)

Komunikasi pada hakekatnya mengharapkan atau bertujuan untuk memenuhi harapan yang ditentukan melalui pesan-pesan yang disampaikan guna mempengaruhi sikap atau tingkah laku orang lain.²³⁾ Sehubungan dengan itu, Phil. Astrid S. Susanto mengemukakan :

Ditinjau dari segi proses yang dialami oleh pesan melalui komunikasi massa maupun komunikasi antar pribadi ternyata bahwa ke dua proses tersebut hampir mirip, dengan perbedaan bahwa komunikasi antar pribadi tidak menggunakan saluran teknis. Persamaan tersebut terletak dalam kenyataan bahwa dari ke dua jenis proses komunikasi tersebut, komunikator

20) Wilbur Schramm, Op. cit., hal. 65.

21) Onong. U. Effendi, Dinamika Komunikasi, Op.cit, hal.9.

22) Toto Tasmara, Op. cit., hal. 9.

23) Ibid. hal. 6.

harus berusaha untuk memperoleh perhatian dari komunikan, difahami, diterima, mengalami-proses pencernaan dan interpretasi dan harus berusaha untuk mengubah sikap dan sistem nilai dari komunikan. 24)

Dengan begitu, maka unsur tujuan dalam komunikasi juga memegang peranan penting.

f. Dampak (effect)

Pada setiap komunikasi pasti akan menimbulkan dampak atau effect, yaitu akibat yang timbul pada diri seseorang atau sejumlah orang sebagai konsekuensi dari hasil komunikasi.²⁵⁾ Dampak tersebut - bisa bersifat kognitif, afektif dan konatif (behavioral).²⁶⁾ Dampak kognitif berkaitan dengan pikiran, misalnya menjadi tahu karena banyak membaca buku, menjadi kritis karena sering diskusi, dan sebagainya.²⁷⁾ Dengan demikian berarti dampak kognitif adalah yang timbul pada komunikan, yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya.²⁸⁾ Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanyalah berkesinambungan pada upaya mengubah pikiran komunikan.

Dampak afektif berhubungan dengan perasaan, misalnya : seseorang atau sejumlah orang menjadi gembira, bangga, sedih, terharu, marah dll. yang disebabkan suatu pesan tertentu yang dikomunikasi

24) Phil. Astrid S. Susanto, Komunikasi Massa 2, (Bandung : Bina Cipta, 1980), hal. 12.

25) Onong. U. Effendi, Kamus Komunikasi, Op.cit, hal.61.

26) Ibid.

27) Ibid.

28) Onong. U. Effendi, Dinamika Komunikasi, Loc. cit.

kan kepaca dirinya.²⁹⁾ Dalam hal ini dampak afektif lebih tinggi kadarnya dari pada dampak kognitif, karena di sini tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi lebih dari itu akan tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu seperti di atas.

Dampak konatif berkaitan dengan hasil komunikasi yang telah menjadi kegiatan, bahkan telah menjadi tindakan atau perilaku.³⁰⁾ Dampak ini yang paling tinggi kadarnya, karena dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan ataupun kegiatan.

Dari berbagai definisi komunikasi serta penjelasan unsur-unsurnya di muka, tampaklah bahwa pada prinsipnya suatu proses komunikasi tidak jauh berbeda dengan proses dakwah, bahkan identik. Apabila tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator, sehingga dengan pesan-pesan yang disampaikan itu terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Maka demikian juga dengan dakwah, yaitu : seorang muballigh sebagai komunikator mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan supaya dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikannya.³¹⁾ Ciri

29) Onong. U. Effendi, Kamus Komunikasi, Loc. cit.

30) Ibid.

31) Toto Tasmara, Op. cit., hal. 39.

khas yang membedakannya adalah terletak pada tujuannya, di mana di dalam dakwah bertujuan atau mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran Islam.³²⁾ Untuk lebih jelasnya terhadap persoalan tersebut, tulisan berikutnya akan dijelaskan konsep-konsep dakwah serta kaitannya dengan komunikasi.

2. Tinjauan Dakwah Islamiyah

Ditinjau dari segi etimologi, dakwah berasal dari Bahasa Arab, دعوة, يدعو, دعا, yang artinya memanggil, mengajak atau menyeru.³³⁾ Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut disebut dai (orang yang menyeru). Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (tabligh) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal istilah muballigh, yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (message) kepada pihak komunikan.³⁴⁾ Adapun pemahaman istilah dakwah lebih luas lagi, berikut ini akan dipaparkan beberapa definisi dakwah :

1. H. Endang Anshori

Dakwah dalam arti terbatas ialah menyampaikan Islam kepada manusia secara lisan maupun secara tulisan, ataupun secara lukisan. Dakwah dalam arti luas adalah penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan manusia termasuk di dalamnya politik, ekonomi, sosial ,

³²⁾ Toto Tasmara, Op. cit., hal. 39.

³³⁾ Asmuni Syukir, Dasar-dasar Strategi Dakwah Islamiyah, (Surabaya : Al Ikhlas, 1983), hal. 17.

³⁴⁾ Toto Tasmara, Op. cit., hal. 31.

pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan, dsb. 35)

2. Prof. Toha Yahya Omar

Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan kebahagiaan mereka di dunia dan akherat. 36)

3. Syekh Ali Machfudz

Dakwah adalah mendorong atau memotivisir manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, memerintah mereka berbuat makruf dan mencegah perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akherat. 37)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah mengajak, menyeru dan menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada umat manusia secara lisan maupun tulisan dengan bijaksana sehingga mereka menerapkannya sesuai dengan perintah Allah swt. dan RasulNya dalam kehidupan sehari-hari guna mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akherat.

Jadi jelaslah bahwa dasarnya proses dakwah merupakan suatu proses komunikasi. Hanya saja menurut Toto Tasmara, tidak semua proses komunikasi merupakan proses dakwah. 38) Jika kita perhatikan unsur-unsur yang tercakup dalam suatu proses dakwah maka kita akan mendapatkan beberapa unsur yang sama dalam suatu proses komunikasi. Misalnya meliputi unsur muballigh atau dai (komunikator), unsur ajaran Islam (pesan), unsur umat manusia (komunikan), unsur metode, yakni

35) Endang S. Anshori, Loc. cit.

36) Toha Yahya Omar, Ilmu Dakwah, (Jakarta : Wijaya, 1971), hal. 1.

37) Syekh Ali Machfudz, Hidayatul Mursyidin, dalam M. Masyhur Amin, Metode Dakwah Islam, (Yogyakarta : Sumbangsih, 198), hal. 16.

38) Toto Tasmara, Op. cit., hal. 39

dengan kebijaksanaan secara lisan maupun tulisan (media) unsur tujuan tercermin pada harapan untuk menjalankan ajaran Islam, unsur effecnya atau dampaknya terletak pada sikap komunikasi dalam menerima pesan.

a. Muballigh/Dai (komunikator)

Secara umum dapat dikatakan bahwa setiap muslim yang mukallaf bisa berperan sebagai dai (muballigh) dan mempunyai kewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. Bagi mereka, kewajiban untuk berdakwah tidak dapat ditawar-tawar lagi,³⁹⁾ sesuai dengan firman Allah dalam surat Ali Imran : 104 dan surat At Taubah : 122 yang berbunyi :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ - الصرآن ١٤

Artinya : Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kebaikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang beruntung. 40)

... فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ
وَلِيُنْذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ - التوبة ١١

Artinya : Satu golongan yang bertekun mendalami ilmu agama yang bertugas memberi peringatan dan petunjuk kepada kaum mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya. 41)

Pada ayat terakhir nampak bahwa secara lebih khusus lagi muballigh atau dai adalah mereka yang

³⁹⁾ Ibid., hal. 39-40.

⁴⁰⁾ Al Quran dan Terjemahannya (Jakarta : Departemen Agama R.I., 1982/1983), hal. 93.

⁴¹⁾ Ibid., hal. 301-302.

menekuni atau mendalami bahkan mempunyai keahlian khusus dalam bidang Agama Islam, di mana pengetahuan atau ilmu yang mereka miliki itu guna disampaikan kepada ummat manusia. Mereka itulah yang sering disebut 'ulama', 'muballigh' dan 'dai'.

Kaitannya dengan proses dakwah pada RRI Nusantara II Yogyakarta yang disampaikan dalam bentuk tanya jawab Agama Islam, yang memegang peranan sebagai dai adalah K.H. A.R. Fachruddin dan H. Muchlash Abror. Di samping itu, para komunikan yang mengirimkan pertanyaan-pertanyaan kepada para dai atau muballigh tersebut, secara tidak langsung juga merupakan nara sumber pada proses dakwah yang sedemikian rupa itu.

b. Media Dakwah

Apabila kita memperhatikan dari berbagai definisi komunikasi sebagaimana telah diuraikan di muka maka kita akan memperoleh gambaran bahwa situasi komunikasi pada garis besarnya dapat dibagi dua macam yaitu, yang bersifat "private" dan bersifat "public". Yang bersifat private maupun public ternyata masih juga dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu bersifat "face to face" dan "interposed".⁴²⁾ Komunikasi private atau komunikasi antar personal adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan, yang sifatnya dialogis, berupa : percakapan arus balik bersifat langsung.⁴³⁾

⁴²⁾ De Solo Pool, Et. al., Hand Book of Communication (Chicago : Rand MC. Nally College, 1973), hal. 117.

⁴³⁾ Onong. U. Effendi, Dinamika Komunikasi, Op. cit., hal. 11.

Komunikasi public adalah suatu bentuk komunikasi yang komunikatornya berhadapan dengan khalayak ramai sebagai komunikannya. Misalnya ; seminar, ceramah umum, kampanye, dan sebagainya yang mana ini biasa disebut komunikasi public yang bersifat face to face. Adapun komunikasi public yang bersifat interposed atau komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, seperti; televisi, koran, majalah, radio dan film, yang di tujuhan kepada khalayak (massa).

Dengan begitu, dakwah yang disiarkan melalui RRI Nusantara II, termasuk kategori komunikasi massa. Dengan kata lain, proses dakwah yang sedemikian rupa itu, fungsi RRI Nusantara II hanyalah sebagai media (channel) antara komunikator (K.H. A. R. Fachruddin dan H. Muchlash Abror) dengan komunikan (pendengar). Dengan dipilihnya radio sebagai media dakwah memang mempunyai alasan yang tepat bila dilihat dari keutamaannya, antara lain :

1. Program radio dipersiapkan oleh orang yang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar berbobot.
2. Radio merupakan bagian budaya dari masyarakat.
3. Harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki alat itu.
4. Mudah dijangkau oleh masyarakat siarannya
5. Radio mampu menyampaikan kebijaksanaan, informasi secara tepat dan akurat.
6. Pesawat radio mudah dibawa ke mana-mana.⁴⁴⁾

Dalam arti sempit media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah. Ini berarti media dakwah, seperti radio, mempunyai peranan atau

⁴⁴⁾ Asmuni Syukir, Op. cit., hal. 176 - 177.

kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah secara optimal.⁴⁵⁾ Dalam hal ini tujuannya adalah untuk menyebarkan informasi atau jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan audience. Dengan demikian, RRI Nusantara II sebagai media dakwah adalah merupakan sarana (alat) yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.

c. Metode Penyampaian Pesan Dakwah

Yang dimaksud dengan pesan dakwah ialah semua pernyataan yang bersumberkan Al Quran dan As Sunnah yang disampaikan kepada sasaran dakwah (komunikan).⁴⁶⁾ Agama Islam adalah Agama yang menganut ajaran kitab Allah yakni Al Quran dan Al Hadits Rasulullah saw., oleh karenanya materi dakwah Islam tidak terlepas dari ke dua unsur tersebut, bahkan kalau tidak bersumberkan dari ke duanya seluruh aktifitas dakwah akan dilarang oleh syariat Islam.⁴⁷⁾ Demikian pula, Islam menganjurkan ummatnya untuk berfikir, berijtihad menemukan hukum-hukum yang sangat operasional sebagai tafsiran dari Al Quran dan Al Hadits. Maka dari hasil pemikiran dan penelitian para ulama ini dapat pula dijadikan sumber ke dua setelah Al Quran dan Al Hadits sebagai sumber materi dakwah.⁴⁸⁾

Secara global materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu :

⁴⁵⁾ Ibid., hal. 163.

⁴⁶⁾ Toto Tasmara, Op. cit., hal. 43.

⁴⁷⁾ Asmuni Syukir, Op. cit., hal. 63.

⁴⁸⁾ Ibid., hal. 63-64.

1. Masalah Keimanan (aqidah)
Persoalan aqidah dalam Islam adalah bersifat iktiqod bathiniyah yang mencakup masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman yaitu iman kepada Allah, Malaikat-malaikat-Nya, Kitab-kitabNya, Rasul-rasulNya, Hari Kiamat, Qodlo dan Qodar.
2. Masalah Syariah
Syariah dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Meliputi : tata cara beribadah kepada Allah swt (hubungan dengan Tuhannya) , hukum jual beli, warisan, berumah tangga , bertetangga, kepemimpinan, amal shalih, dll
3. Masalah Budi Pekerti (akhlakuk Karimah)
Masalah akhlak dalam aktifitas dakwah (sebagai materi) merupakan pelengkap, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Ini bukan berarti masalah akhlak tidak atau kurang penting dibanding dengan materi dakwah yang lain, akan tetapi akhlak adalah sebagai penyempurnaan keimanan dan keislaman seseorang. 49)

Kesemua materi-materi pokok atau global tadi disampaikan dengan metode - tanya-jawab - pada RRI Nusantara II Yogyakarta, yang diasuh oleh K.H. A.R. Fachruddin dan H. Muchlash Abror, yaitu dengan cara memberikan jawaban-jawaban terhadap pertanyaan komunikasi yang dikirimkan via surat sebelumnya.

Hal itu bisa diartikan bahwa metode tanya-jawab dalam dakwah adalah penyampaian materi dakwah dengan mendorong sasarannya (komunikasi) untuk menayakan suatu masalah yang dirasa belum dimengerti , dan muballigh atau dainyaalah yang berfungsi sebagai penjawabnya.⁵⁰⁾ Metode ini dimaksudkan untuk melayani masyarakat (obyek dakwah) sesuai dengan kebutuhannya

49) Ibid., hal. 60-63.

50) Ibid., hal. 123-124.

hannya. Sebab dengan bertanya, orang ingin mengerti serta mengamalkannya. Kesemua proses dakwah yang demikian itu, secara lebih khusus dapat dikatakan proses umpan balik antara audience dengan muballighnya.⁵¹⁾

Berkaitan dengan hal tersebut, Asmuni Syukir menggolong-golongkan jenis pertanyaan, yang menurutnya ada tiga kategori pertanyaan, yaitu ; pertanyaan ditinjau dari segi maksudnya, bentuk kata yang dipergunakan, dan ditinjau dari tingkatannya (taxonomy bloom).⁵²⁾

1. Jenis Pertanyaan Menurut Maksudnya

Jenis pertanyaan ini antara lain meliputi :

a). Pertanyaan Permintaan (compliance question)

Yaitu pertanyaan yang bersifat meminta atau mengharapkan untuk dipenuhi permintaannya.

b). Pertanyaan Retoris (rhetorical question)

Pertanyaan retoris adalah pertanyaan yang tidak memerlukan jawaban. Biasanya pertanyaan semacam ini dijawab sendiri oleh orang yang mengajukan pertanyaan.

2. Pertanyaan Menurut Jenis Kata yang Dipergunakan

Jenis pertanyaan yang ditinjau dari segi jenis kata yang dipergunakan terdapat dua macam, yaitu :

a). Menggunakan kata 5W dan 1H (WH question)

Kata 5W 1H adalah bentuk kata tanya

51) Ibid.

52) Ibid., hal. 128.

yang dipergunakan dalam menyusun kalimat tanya. kata tersebut adalah :

- What (apa)
- Who (siapa)
- Why (mengapa)
- When (kapan)
- Where (di mana)
- How (berapa)

b). Menggunakan Kata Selain 5W 1H (Yes or No Question)

Kalimat tanya yang menggunakan kata selain 5W 1H, dalam Bahasa Inggrisnya dinamakan 'Yes or No question', yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban ya atau tidaknya sesuatu. Tetapi dapat juga memakai kata-kata lain seperti : bolehkah, dapatkah, maukah , dan sebagainya.

3. Pertanyaan Menurut Tingkatannya (Taxonomi bloom)

Menurut Taxonomi bloom, menilai sebuah kualitas atau tingkatan tinggi rendahnya sebuah pertanyaan, dapat dilihat pada urutan macam-macam pertanyaan seperti di bawah ini :

a). Pertanyaan Pengetahuan (recall question)

Pertanyaan pengetahuan artinya pertanyaan yang hanya mengharapkan jawaban yang sifatnya hafalan atau ingatan saja. Tingkatan pertanyaan ini merupakan yang pertama atau yang terendah.

b). Pertanyaan Pemahaman (comprehension question)

Tingkatan ke dua dari pertanyaan tingkat

rendah adalah pertanyaan yang bersifat pema-
haman. Pertanyaan tingkatan ini menuntut ja-
waban dengan jalan mengorganisir beberapa
pendapat, atau informasi-informasi yang per-
nah diperoleh dengan kalimat sendiri atau
membandingkan dan membedakan antara persoa -
lan satu dengan lainnya.

c). Pertanyaan Penerapan (application question).

Application question atau pertanyaan pe-
nerapan biasanya dipergunakan orang untuk me-
nanyakan sesuatu sesudah mendengarkan cera-
mah atau belajar tentang sesuatu hal, di ma-
na ia sendiri masih meragukan kebenarannya.
Pertanyaan ini termasuk pertanyaan tingkat
tinggi yang terendah (tingkatan pertama) da-
lam kategori tingkatan jenis pertanyaan.

d). Pertanyaan Analisis (analysis question).

Pertanyaan ini tergolong pada pertanya-
an tingkat tinggi yang ke dua setelah perta-
nyaan aplikasi. Pertanyaan analisis artinya
pertanyaan yang menurut jawaban dengan cara:

- Mengidentifikasi motif masalah yang ditam-
pilkan, lalu mencari bukti-bukti atau keja-
dian yang menunjang suatu kesimpulan.
- Menarik kesimpulan berdasarkan informasi-
informasi yang ada atau membuat generalisa-
si berdasarkan hal-hal yang ada.

e). Pertanyaan Sintesa (synthesis question)

Pertanyaan tingkat tinggi yang ketiga a-
dalah pertanyaan sintesa (synthesis question)

Ciri pertanyaan sintesa tersebut adalah :

- Memuat prediksi, atau ramalan atas dasar fakta, ilmu pengetahuan atau teknologi dan dalil-dalil naqliyah.
- Memecahkan masalah, artinya suatu pertanyaan yang berbentuk problematika (masalah) , yang mengharapkan pemecahannya.

f). Pertanyaan Evaluasi (evaluation question).

Pertanyaan ini merupakan jenis pertanyaan yang paling tinggi. Pertanyaan seperti ini menghendaki jawaban dengan cara menilai sesuatu issue atau memberikan tanggapan/pendapat tentang sesuatu hal. ⁵³⁾

(untuk penjelasan yang lebih detail dapat dilihat pada daftar lampiran).⁵³⁾

Dari uraian di atas, dapat kita pahami bahwa jenis-jenis pertanyaan memang banyak variasinya, di mana satu sama lain pertanyaan itu memiliki tujuan tujuan tersendiri. Dan lagi pula, dari variasi pertanyaan tersebut, kita bisa mengamati tingkatan bobot pertanyaannya. Dalam hal ini pertanyaan jenis evaluasi dianggap jenis pertanyaan yang paling tinggi tingkatannya, dan sebaliknya pertanyaan jenis recall question merupakan pertanyaan tingkat rendah

Persoalannya adalah proses dakwah melalui radio yang diwujudkan dalam bentuk tanya-jawab akan mengalami kendala yang rumit, sehingga untuk menca-

⁵³⁾ Ibid., hal. 128-137.

pai dakwah yang efektif diperlukan strategi yang jitu. Lepas strategi apa yang digunakan, yang jelas dari sekian banyak pertanyaan yang masuk ke meja redaksi (RRI Nusantara II) itu banyak pula variasi-variasi pertanyaan baik yang dilihat dari jenisnya, isinya maupun tujuannya. Akibatnya, muballigh atau dai yang berfungsi untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut akan lebih banyak terfokus pada salah satu pertanyaan saja (seorang penanya) di saat dai itu menjelaskan atau menyampaikan jawabannya, sehingga bisa mengakibatkan audience (sasaran dakwah) yang bersifat heterogen, terutama dalam segi intelektualitasnya, mungkin tidak akan memperhatikan isi pesan itu.

Masalah tersebut dapat kita pahami karena sifat pendengar radio adalah bersifat heterogen, pribadi, aktif dan selektif⁵⁴⁾ sehingga manakala audience tidak tersentuh dengan sifat yang melekat itu, maka mereka segera memindahkan gelombang radionya, dan mengganti gelombangnya sesuai dengan apa yang diharapkan dan menguntungkannya. Mengenai ke empat sifat itu, Onong U. Effendi yang pakar dalam bidang komunikasi menjelaskan lebih jauh sebagai berikut :

a. Heterogen

Pendengar adalah massa, yaitu sejumlah orang yang sangat banyak, terpencar di berbagai tempat, berbeda jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan.

b. Bersifat Pribadi

Yaitu isi pesan akan dapat diterima dan dimengerti kalau sesuai dengan situasi di mana pendengar itu ada.

⁵⁴⁾ Onong U. Effendi, Radio Siaran : Teori dan Praktek, Op. cit., hal. 88 - 89.

c. Bersifat Aktif

Yaitu para pendengar radio akan aktif apabila mereka menjumpai sesuatu yang menarik dari stasiun radio, mereka akan aktif berfikir dan aktif melakukan interpretasi terhadap isi pesan yang disampaikan oleh penyiar itu sudah benar atau belum.

d. Bersifat Selektif

Yaitu pendengar akan memilih program radio yang disukai, yang dibutuhkan dan yang bermanfaat baginya. 55)

Berkaitan dengan hal itu, maka supaya suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan komunikan, Wilbur Schram menyebutkan, bahwa isi pesan harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan (obyek dakwah) yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang ter-tuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhannya itu.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. 56)

Faktor lain yang turut menentukan keberhasilan komunikasi adalah dilihat dari unsur kredibilitas komunikator. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat-sifat komunikator.⁵⁷⁾ Dalam definisi ini terkandung dua hal yaitu : pertama, kredibilitas yang berkenaan dengan persepsi komunikan, ini tidak inheren dalam diri komunikator, dalam hal ini komunikan memberikan penilaian terhadap komunikator. Ke

55) Ibid.

56) Onong. U. Effendi, Komunikasi dan Modernisasi, (Bandung : Alumni, 1979), hal. 53.

57) Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung : Remaja Karya, 1988), hal. 292. kedua

dua, kredibilitas yang berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yaitu menyangkut komponen keahlian dan kepercayaan. Mengenai keahlian dan kepercayaan ini, Jalaluddin Rakhmat menjelaskan sebagai berikut :

Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikator tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Dan sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu atau bodoh. Kepercayaan adalah kesan komunikator tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Komunikator dinilai tinggi jika komunikator tersebut jujur, tulus, bermoral, adil, sopan, dll., dan sebaliknya. 58)

H. METODE PENELITIAN

1. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pertanyaan-pertanyaan dan jawaban-jawaban dari surat-surat yang dikirimkan pendengar siaran tanya-jawab Agama Islam pada RRI Nusantara II dari tahun 1990 sampai 1991, selama 6 bulan, terhitung bulan Juli sampai Desember.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Untuk mendapatkan data akan memanfaatkan dokumen yang berupa surat-surat dan jawaban-jawaban pada siaran tanya-jawab Agama Islam di RRI Nusantara II, dari tahun 1990 sampai 1991 selama 6 bulan, dari bulan Juli sampai Desember.

b. Interview

Yakni mendapatkan data dengan mewawancarai secara langsung orang-orang yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

3. Teknik Analisa Data

Kerangka analisa yang akan digunakan pada penelitian ini, akan mengacu pada penjelasan Asmuni Syukir dalam bukunya "Dasar-dasar Strategi Dakwah Islamiyah". Ia menjelaskan bahwa dalam upaya memahami dakwah dalam bentuk -tanya-jawab- , maka mula-mula yang diteliti adalah materi pertanyaannya, yaitu aspek-aspek apa saja yang ditanyakan. Dalam hal ini menurutnya ada tiga aspek materi ajaran Islam yaitu:

1. Aspek Aqidah
2. Aspek Syariah
3. Aspek Akhlak.

Pembagian ke tiga aspek tersebut di atas dimaksudkan untuk memudahkan dalam memahami pertanyaan.

Langkah berikutnya adalah menggolongkan/mengklasifikasikan jenis pertanyaannya dari ke tiga aspek tersebut. Menurut Asmuni Syukir ada 3 kategori untuk mengklasifikasikan jenis pertanyaan, yaitu :

1. Jenis pertanyaan ditinjau dari segi maksudnya.

Ciri pertanyaan semacam ini adalah pertanyaan yang mengandung unsur permintaan atau permohonan, baik yang perlu penjelasan ataupun tidak perlu penjelasan (rethoris).

2. Jenis pertanyaan ditinjau dari bentuk kata yang digunakan.

Karakteristik pertanyaan ini adalah menggunakan jenis kata : What, Who, Why, When, Where , dan How. Kecuali itu ada juga pertanyaan jenis ini yang tidak menggunakan kata di atas melainkan dengan kata-kata bolehkah, dapatkah, dan sebagai

nya atau disebut dengan istilah yes or no question.

3. Jenis pertanyaan ditinjau dari tingkatannya (taxonomy bloom).

Ada 6 (enam) ciri pokok dari pertanyaan jenis ini, yaitu pertanyaan yang mengandung unsur pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesa dan evaluasi.

Demikian pula pada penelitian ini, mula-mula akan mendistribusikan frekuensi aspek-aspek materi ajaran Islam yang ditanyakan. Berikutnya adalah mengklasifikasikan jenis pertanyaannya dari masing-masing aspek tersebut. Karena dalam satu pertanyaan, pasti mengandung tiga unsur jenis pertanyaan, maka dalam hal ini akan mencari pola pertanyaan, sehingga dapat didistribusikan frekuensinya dengan cara mengkombinasikan karakteristik dari ke tiga klasifikasi jenis pertanyaan tersebut di atas. Akhirnya pola itu diperoleh sebagai berikut :

a. Permintaan - What (apa) - Pengetahuan

Permintaan - What (apa) - Pemahaman

Permintaan - What (apa) - Penerapan

Permintaan - what (apa) - Analisis

Permintaan - What (apa) - Sintesa

Permintaan - What (apa) - Evaluasi.

b. Permintaan - Who (siapa) - Pengetahuan

Permintaan - Who (siapa) - Pemahaman

Permintaan - Who (siapa) - Penerapan

Permintaan - Who (siapa) - Analisis

Permintaan - Who (siapa) - Sintesa

- Permintaan - Who (siapa) - Evaluasi
- c. Permintaan - Why (mengapa) - Pengetahuan
- Permintaan - Why (mengapa) - Pemahaman
- Permintaan - Why (mengapa) - Penerapan
- Permintaan - Why (mengapa) - Analisis
- Permintaan - why (mengapa) - Sintesa
- Permintaan - Why (mengapa) - Evaluasi
- d. Permintaan - When (kapan) - Pengetahuan
- Permintaan - When (kapan) - Pemahaman
- Permintaan - wnen (kapan) - Penerapan
- Permintaan - when (kapan) - Analisis
- Permintaan - When (kapan) - Sintesa
- Permintaan - When (kapan) - Evaluasi
- e. Permintaan - Where (di mana) - Pengetahuan
- Permintaan - where (di mana) - Pemahaman
- Permintaan - Where (di mana) - Penerapan
- Permintaan - Where (di mana) - Analisis
- Permintaan - where (di mana) - Sintesa
- Permintaan - Where (di mana) - Evaluasi
- f. Permintaan - How (bagaimana) - Pengetahuan
- Permintaan - How (bagaimana) - Pemahaman
- Permintaan - How (bagaimana) - Penerapan
- Permintaan - How (bagaimana) - Analisis
- Permintaan - How (bagaimana) - Sintesa
- Permintaan - How (bagaimana) - Evaluasi
- g. Permintaan - Selain 5W1H(yes or no) - Pengetahuan
- Permintaan - Selain 5W1H(yes or no) - Pemahaman
- Permintaan - Selain 5W1H(yes or no) - Penerapan
- Permintaan - Selain 5W1H(yes or no) - Analisis
- Permintaan - Selain 5W1H(yes or no) - Sintesa

Permintaan - Selain 5W1H(yes or no) - Evaluasi

- h. Retoris - what (apa) - Pengetahuan
 Retoris - What (apa) - Pemahaman
 Retoris - What (apa) - Penerapan
 Retoris - What (apa) - Analisis
 Retoris - What (apa) - Sintesa
 Retoris - What (apa) - Evaluasi
- i. Retoris - Who (siapa) - Pengetahuan
 Retoris - Who (siapa) - Pemahaman
 Retoris - Who (siapa) - Penerapan
 Retoris - Who (siapa) - Analisis
 Retoris - Who (siapa) - Sintesa
 Retoris - Who (siapa) - Evaluasi
- j. Retoris - Why (mengapa) - Pengetahuan
 Retoris - Why (mengapa) - Pemahaman
 Retoris - Why (mengapa) - Penerapan
 Retoris - Why (mengapa) - Analisis
 Retoris - Why (mengapa) - Sintesa
 Retoris - Why (mengapa) - Evaluasi
- k. Retoris - When (kapan) - Pengetahuan
 Retoris - When (kapan) - Pemahaman
 Retoris - When (kapan) - Penerapan
 Retoris - When (kapan) - Analisis
 Retoris - When (kapan) - Sintesa
 Retoris - When (kapan) - Evaluasi
- l. Retoris - Where (di mana) - Pengetahuan
 Retoris - Where (di mana) - Pemahaman
 Retoris - Where (di mana) - Penerapan
 Retoris - Where (di mana) - Analisis
 Retoris - Where (di mana) - Sintesa

- Retoris - Where (di mana) - Evaluasi
- m. Retoris - How (bagaimana) - Pengetahuan
- Retoris - How (bagaimana) - Pemahaman
- Retoris - How (bagaimana) - Penerapan
- Retoris - How (bagaimana) - Analisis
- Retoris - How (bagaimana) - Sintesa
- Retoris - How (bagaimana) - Evaluasi
- n. Retoris - Selain 5W1H(yes or no) - Pengetahuan
- Retoris - Selain 5W1H(yes or no) - Pemahaman
- Retoris - Selain 5W1H(yes or no) - Penerapan
- Retoris - Selain 5W 1H(yes or no) - Analisis
- Retoris - Selain 5W1H (yes or no) - Sintesa
- Retoris - Selain 5W1H (yes or no) - Evaluasi.

Dengan demikian diperkirakan ada 14 buah pola pertanyaan.

Setelah mendistribusikan frekuensi pola pertanyaan, selanjutnya adalah menganalisis bobot atau kualitas pertanyaannya, yang skor (nilai) nya sesuai dengan tingkatan pertanyaan menurut Asmuni Syukir yaitu :

1. Pertanyaan Evaluasi sampai Pertanyaan Sintesa , adalah tinggi bobotnya.
2. Pertanyaan Analisis sampai pertanyaan penerapan, cukup bobotnya.
3. Pertanyaan Pemahaman sampai Pengetahuan dinilai rendah bobotnya.

Adapun penyajiannya dalam bentuk tabel frekuensi dengan satuan angka yang diprosentase. Rumusnya adalah : $\frac{F}{N} \times 100\%$.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah mengkaji dan menganalisis data yang terkumpul, akhirnya diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pertanyaan Bidang Syariah paling Menonjol

Setelah diadakan pembedaan dari materi siaran tanya jawab Agama Islam selama 23 kali siaran, ada tiga buah bidang ajaran Agama Islam, yaitu aqidah, syariah dan akhlak. Dari ke tiga buah bidang tersebut, terdapat 106 buah pertanyaan dari ke 55 penanya. Adapun pertanyaan yang paling banyak ada di bidang Syariah, yaitu ada 80 buah pertanyaan. Kedua aqidah sebanyak 19 buah pertanyaan dan terakhir pertanyaan di bidang akhlak 7 buah.

Dilihat dari perolehan tiap-tiap bidang di atas di mana pertanyaan di bidang syariah mendapat porsi paling besar, nampak bahwa masalah syariah atau hukum merupakan masalah yang paling menarik sehingga para penanya mempersanyakannya. Hal ini merupakan salah satu indikasi bahwa kesadaran umat Islam khususnya para penanya untuk beragama secara tertib cukup tinggi, karena sebagaimana diketahui bahwa masalah syariah merupakan ibadah amaliyah. Dapat juga para penanya beranggapan bahwa ibadah syariah lebih penting dari pada ibadah aqidah atau akhlak, di mana diketahui bahwa aqidah merupakan iktikad bathiniyah, sedangkan akhlak

merupakan penyempurnaan saja dari ibadah-ibadah lainnya.

2. Variasi Pola-pola Pertanyaan

Para penanya dalam mengajukan berbagai pertanyaan sudah cukup variatif, Artinya dari kombinasi antara jenis kata yang dipakai dengan bobot / tingkat pertanyaan sudah representatif. Pada kelompok aqidah misalnya, terdapat 4 variasi dari 6 variasi pada jenis kata yang dipakai dan dilihat dari bobot/tingkatannya juga sudah mencakup keseluruhan variasi dari 6 variasi. Begitu pula pada bidang syariah dan akhlak.

3. Kualitas Pertanyaan Responden.

Pada kelompok aqidah kualitas pertanyaan dari para penanya adalah tinggi, sedangkan pada kelompok syariah, kualitasnya sedang. Adapun pada kelompok akhlak bobot / kualitasnya cukup tinggi.

Akan tetapi kalau di rata-rata, pertanyaan penerapannya yang paling menonjol. Jenis pertanyaan ini termasuk kategori cukup kualitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan para penanya adalah sedang, dan itu artinya pendidikan rata-rata dari para penanya antara SLTP dan SLTA.

4. Kelebihan jawaban Pengasuh siaran Tanya-jawab Agama Islam.

Jawaban pengasuh dalam hal ini K.H.A.R. Fachrudin yang merupakan pesan-pesan dakwah sudah memenuhi seluruh materi pertanyaan, artinya dari semua pertanyaan yang masuk sudah terjawab dengan baik, bahkan disertai pula contoh-contohnya. Memang tepat sekali RRI memilih beliau menjadi pengasuh siaran tanya

jawab Agama Islam. Disamping ilmu agama beliau yang mumpuni, kharisma beliau sebagai pemimpin ummat Islam sudah sangat dikenal dan diakui pula oleh masyarakat luas.

Disini penulis hanya meneliti sampai pada kualitas pertanyaannya saja. Adapun kelanjutannya mengenai korelasi antara kualitas pertanyaan dengan tingkat pendidikan, atau jenis kelamin, dan sebagainya penulis persilahkan peneliti lain untuk melanjutkannya.

B. SARAN - SARAN

Setelah diperoleh kesimpulan sebagaimana tersebut di atas, maka penulis mempunyai saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk Pengasuh

Sebaiknya pengasuh turut juga menghimbau para penanya wanita untuk turut pula menanyakannya baik dari dalam Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri, maupun dari luar Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Untuk Penanya

Dalam mengajukan berbagai pertanyaan, hendaklah yang jelas, sehingga jelas pula para pengasuh dalam memberikan atau menjawab permasalahannya.

C. KATA PENUTUP

Dengan berakhirnya penulisan skripsi ini, penulis berharap akan bermanfaat baik bagi penulis sendiri, bagi RRI, para dai, atau bagi yang memerlukannya.

Tak ada gading yang tak retak, begitu kata pepatah. Begitu pula pada penulisan skripsi ini, karena itu penu

lis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari para pembaca, sehingga kekurangan-kekurangan dari penulisan skripsi ini dapat tertutupi.

Akhirnya semuanya penulis kembalikan pada Tuhan YME. Semoga Rakhmat dan Hidayahnya selalu dilimpahkan pada kita semua. Amin.

Penulis



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Al Quran dan Terjemahannya. Jakarta : Departemen Agama R.I., 1982/1983.
- Asmuni Syukir. Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam. Surabaya : Al Ikhlas, 1983.
- De Solo Pool, Ithiel, ed. Hand Book Of Communication. Chicago : MC Nally College Publishing Company, 1973.
- Edwin Emmery, et. al. Introduction To Mass Communication. New York : Dood Mead Co, 1965.
- Endang S. Anshori. Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam. Jakarta : Usaha Interpress, 1976.
- Jalaluddin Rachmat, M.Sc., Drs. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Karya, 1988.
- Koencaraningrat, ed. Metode Penelitian Masyarakat. Jakarta : PT Gramedia, 1983.
- Majalah Mimbar Ulama. NO. 20. Jakarta, Juni 1978.
- Masdar Helmy. Dakwah Dalam Alam Pembangunan. Semarang : CV Toha Putra, 1973.
- M. Mashur Amin. Metode Dakwah Islam. Yogyakarta : Sumbangsih, 1986.
- Nasruddin Razak, Drs. Metodologi Dakwah I. Semarang : 1976.
- Onong Uchjana Effendi, MA., Drs. Kamus Komunikasi. Bandung: CV Mandar Maju, 1989.
- _____. Dinamika Komunikasi. Bandung : Remaja Karya, 1986.
- _____. Dimensi-dimensi Komunikasi. Bandung : Alumni, 1981.
- _____. Komunikasi dan Modernisasi. Bandung : Alumni, 1979.
- _____. Radio Siaran : Teori dan Praktek. Bandung : Alumni, 1978.
- Phil Astrid S. Susanto, DR. Komunikasi Massa 2. Bandung : Bina Cipta, 1980.
- _____. Komunikasi Sosial di Indonesia. Bandung : Bina Cipta, 1980.

PT. BP. Kedaulatan Rakyat. Pak A.R. Menjawab : Kumpulan Tanya-jawab Pembaca dengan Pak A.R. di harian KEDAUATAN RAKYAT. Yogyakarta : PT. BP. Kedaulatan Rakyat, 1990.

RRI Nusantara II Yogyakarta. Hari Radio ke- 36 : Selayang Pandang RRI Nusantara II Yogyakarta. Yogyakarta : RRI Nusantara II, 1980.

S. Nasution, MA., Dr., Prof. Metode Research (Penelitian Ilmiah). Jakarta : Jemmars, tt.

S. Wajjwasito, Drs., Prof. dan WJS Poerwodarminto. Kamus Lengkap Inggris-Indonesia dan Indonesia-Inggris. Bandung : Hasta, 1980.

Thoha Yahya Oemar, MA., Prof. Ilmu Dakwah. Jakarta : CV Wijaya, 1971.

Toto Tasmara, Drs. Komunikasi Dakwah. Jakarta : CV Gaya Media Pratama, 1971.

Wilbur Schramm. The Proses and Effect of Mass Communication. Urbana : Univercity of Illions, 1970.

Departemen Penerangan R.I. - Surat Keputusan Menteri Penerangan Republik Indonesia NO. 99/KEP/MENPEN/1979 tentang Sunan Organisasi dan Tata Kerja Stasiujun RRI Nusantara.

Direktorat Jendral Radio-Televisi - Film. - RTF, Menyongsong Tinggal Landas Pembangunan Nasional. Pokok-pokok Kuliah Umum : HUT Ke-V DIKLAT Ahli Multi Media, Yogyakarta : 31 Juli 1990.

Institut Agama Islam Negeri- Surat Keputusan Rektor/Ketua Pengurus Senat IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta NO. 25/1987 tentang Peraturan Rencana Skripsi dan Petunjuk Teknik Skripsi di IAIN Sunan Kalijaga, 1987.

Fakultas Dakwah - Surat Keputusan Dekan/Ketua Pengurus Senat Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta NO. 04/Kpts/FD/1989, tentang Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 1989.