

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan aktivitas komunikasi secara khusus mengkhususkan diri pada upaya mengkomunikasikan pesan-pesan Islam.¹ Karena perkembangan teknologi komunikasi otomatis mengubah pola-pola komunikasi yang ada, dakwah juga perlu mengembangkan strategi dan metode baru untuk mengantisipasi perubahan ini. Dengan demikian, dakwah yang dilakukan melalui media massa harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi media.

Sampai saat ini, masyarakat masih dapat menerima dan mengambil data secara bebas. Media elektronik misalnya, radio, telah dirancang dan terus mewujudkan harapan masyarakat. Banyak cara selalu dilakukan dengan baik. Saat ini, semua orang membutuhkan alat komunikasi visual dan audiovisual. Basit (2013) menyatakan bahwa komunikasi melalui media kontemporer memiliki dampak yang signifikan terhadap pembentukan dan perubahan masyarakat. Sebagian besar waktu, kita selalu menggunakan berbagai jenis media untuk berkomunikasi.

Radio adalah salah satu bentuk daya tarik media. Siaran radio menggabungkan pesan dakwah. Dalam hal ini, penting untuk diingat bahwa penyiaran tetap memiliki peran strategis karena statusnya sebagai

¹ Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, ed. by Sucipto, Cetakan Ke (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2010).

media massa (Ritonga, 2019). Kelebihan dakwah terletak pada fakta bahwa itu efektif dan efisien. Bentuk sederhana menunjukkan bahwa Da'i dan Mad'u tidak perlu bertamu untuk melihatnya. Menurut Syahri (2018), siaran radio religi jelas menarik bagi banyak orang. Oleh karena itu, penting secara strategis untuk melakukan kajian dan penelitian radio tentang perkembangan dakwah Islam. Dikarenakan, strategi pengembangan dakwah menggunakan radio haruslah dikemas dengan cara yang menarik agar mendapatkan perhatian dari masyarakat sehingga kualitas dan kuantitas radio dakwah itu naik secara signifikan.²

Berdasarkan hal tersebutlah maka diperlukan sebuah strategi dalam penggunaan radio tersebut, baik untuk penyampaian maupun programnya sendiri. Menurut Suyatno strategi program ada untuk memperbaiki, membina, dan membentuk komunitas yang bergerak menuju kebaikan dan menghindari hal-hal yang tidak baik, terutama dalam kajian dakwah.³ Maka dari itu dalam perencanaan strategi program dakwah kali ini penulis akan lebih memfokuskan pada media radio sebagai pengantar dalam upaya dakwah itu sendiri.

Radio, karena sifatnya yang langsung mengirimkan pesan langsung ke audiens, menjadikannya salah satu alat informasi yang cukup efektif di era modern. Ini memiliki banyak keuntungan, seperti tidak perlu mengenal jarak dan dapat dinikmati kapan pun. Radio adalah alat komunikasi yang

² Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 220

³ Suyatno, I Gede, *Program Pengabdian pada Masyarakat Bentuk, Jenis dan sifatnya dalam Metodologi PPM*, (Lampung: Universitas Lampung, 1986). h. 112

menggunakan gelombang elektromagnetik untuk menyampaikan sinyal suara dari sumber ke antenna pemancar. Sinyal suara ini kemudian diubah menjadi suara kembali oleh antena penerima pada pesawat penerima.⁴

Dalam hal ini dengan adanya strategi program dakwah, masyarakat yang selalu menghadapi masalah dalam bidang sosial keagamaan, seperti pemahaman yang buruk tentang keislaman, kurangnya toleransi sesama orang, sosial ekonomi, kemiskinan yang terus meningkat, dan sosial politik, lemahnya kemampuan dan kekuatan umat Islam. Untuk itu hadirilah strategi program dakwah yang digunakan agar mencari solusi akar permasalahan yang tengah dihadapi oleh masyarakat itu sendiri.

Strategi program dakwah diartikan sebagai proses mengatur, mengarahkan, dan menentukan cara daya dan upaya untuk menghadapi tujuan dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu agar tujuan dan sasaran dakwah dapat tercapai secara optimal. Dengan kata lain, strategi program dakwah adalah rencana, taktik, atau pendekatan yang direncanakan secara sistematis untuk mencapai tujuan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan apa yang disebut sebagai strategi program dakwah sangat penting dalam suatu organisasi dakwah.⁵

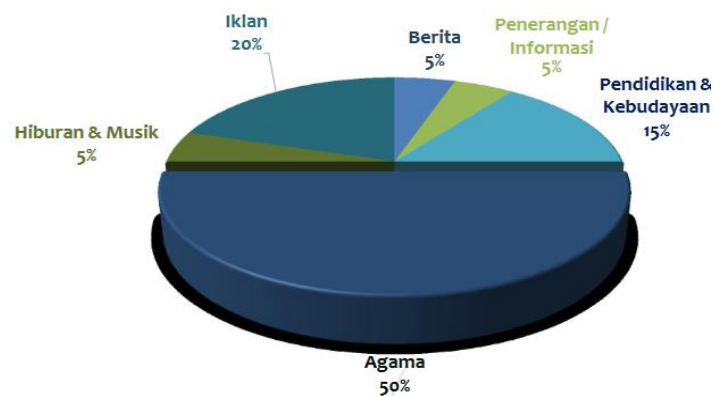
Berdasarkan hal tersebut maka penulis membatasi strategi program dakwah hanya terpaku pada radio dakwah saja. Radio dakwah sangat penting

⁴ Fred, Wibowo. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. (Yogyakarta: Grasia Book Publisher.), h. 1

⁵ Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik; Pengantar Berpikir Strategik*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), h. 16

untuk mempromosikan nilai-nilai Islam dan sangat penting untuk membangun kepribadian seorang muslim sejati. Dianggap penting untuk merencanakan program dakwah untuk siaran radio agar dapat meningkatkan daya tarik audien. Ini karena response audien menentukan kualitas program.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah penulis lakukan bahwasanya Radio SIPP FM Padang menyampaikan informasi kepada semua lapisan masyarakat, terutama di kota Padang. Berikut penulis sajikan dalam bentuk grafik beberapa program dari radio SIPP FM sebagai berikut:



Persentase Program Siaran Radio SIPP FM Padang

Sumber: Company Profile SIPP FM 2024

Berdasarkan grafik di atas, 50% program agama di radio SIPP FM Padang terdiri dari rumahku surgaku, beranda perempuan, dakwatuna, dan taman kita. Berikut penulis sajikan salah satu program dakwah yang dinamai sebagai dakwatuna yang membahas mengenai kajian rutin kitab fiqh ibadah yang dipandu oleh Ustadz Nanda Andika Yuffa, Lc Pada Rabu, 07 Agustus 2024.



Dari sini dapat diketahui bahwasanya program agama tersebut berisikan pesan-pesan dakwah yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan. Maka dari itu penulis merasa penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang program kelas kajian radio SIPP FM Padang. Program ini cukup baik untuk menyebarkan pesan dakwah khususnya di masyarakat kota Padang, dan siraman keagamaan melalui radio tentunya efektif untuk mendapat perhatian dan pertimbangan masyarakat. Karena itu, kajian dan penelitian tentang radio sebagai media dakwah pada program radio dakwah tentunya memiliki nilai strategis karena hanya sedikit orang yang mendengarkan siaran radio dakwah.

Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan bahwasanya masih banyak kalangan masyarakat Kota Padang tidak mengetahui adanya radio dakwah di Kota Padang, namun juga terdapat minoritas sudah mengetahui adanya radio dakwah di Kota Padang. Banyak yang menyebabkan hal tersebut terjadi. Berikut beberapa yang menjadi faktornya yaitu:

1. Pendengar radio sedikit
2. Kurangnya sosialisasi agar masyarakat mengetahui
3. Penggunaan Handphone lebih banyak ketimbang radio
4. Tingginya minat masyarakat kepada sosial media ketimbang radio
5. Dll.⁶

Hasil observasi lanjutan penulis dapatkan bahwasanya masyarakat sudah mengetahui adanya radio dakwah di Kota Padang, akan tetapi tidak selalu mendengar radio dakwah berdasarkan data dibawah ini.⁷

Jumlah Pendengar Radio Dakwah



Berdasarkan data di atas didapatkan hasil bahwasanya ada yang tidak mengetahui adanya radio dakwah di kota Padang, sedangkan terdapat pula yang mengetahui tapi jarang mendengarkan radio dakwah dan terakhir bahkan ada yang sama sekali tidak mendengarkan radio dakwah. Maka dari itu dibutuhkan 4 point penting dibawah ini agar dalam penggunaan strategi program radio dakwah dapat berjalan dengan lancar.

⁶ Wahyudi Maswar, *Jumlah Pendengar Radio Semakin Tergerus*.
<https://www.rri.co.id/ipitek/569854/jumlah-pendengar-radio-semakin-tergerus> (diakses pada 17 Juni 2024)

⁷ *Ibid*,..

1. Perencanaan program

Point utama yang harus ada dalam perencanaan program radio adalah strategi kesesuaian artinya menyesuaikan waktu siaran dengan perilaku pendengar. Berikutnya ketersediaan audien dan kebiasaan audien, ketersediaan audien artinya hari sabtu dan minggu agak berbeda dengan hari biasa biasanya audien anak-anak dan dewasa tersedia pada setiap waktu akhir minggu. Aliran audien juga point penting dalam perencanaan program artinya kemampuan stasiun radio untuk menarik audien dan mempertahankan audien yang sudah dimiliki untuk bersedia terus mengikuti setiap program yang ditayangkan.

2. Produksi dan pembelian program

Tahap praproduksi atau perencanaan ialah semua kegiatan mulai dari memunculkan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan pengambilan gambar (*shooting*). Dalam perencanaan ini terjadi proses interaksi antara kreativitas manusia dengan peralatan pendukung yang tersedia. Baik buruknya proses produksi ditentukan oleh perencanaan diatas kertas artinya imajinasi yang dituangkan diatas kertas nantinya akan diproduksi dilapangan. Kegiatan praproduksi antara lain ialah penuangan ide (gagasan) ke dalam outline, penulisan skrip/ skenario, storyboard, program meeting, peninjauan lokasi pengambilan gambar, production meeting, technical meeting, pembuatan dekor, dan perencanaan lain yang mendukung proses produksi dan pascaproduksi.

Berikutnya tahap produksi proses ini disebut juga dengan *taping*. Perlu dilakukan pemeriksaan ulang setelah kegiatan pengambilan gambar selesai dilakukan. Jika terdapat kesalahan maka pengambilan gambar dapat diulang kembali.

Terakhir tahap pascaproduksi, kegiatan pascaproduksi adalah penyuntingan (editing), memberi ilustrasi, musik, efek dan lain-lain.

3. Eksekusi program

Eksekusi program adalah kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara yang sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang optimal. Penempatan acara yang kurang baik membuat program itu menjadi sia-sia. Pengelola program harus memperhatikan berbagai ketentuan yang berlaku ketika menata programnya.

Dalam eksekusi program yang paling penting itu adalah menentukan jadwal penayangan suatu acara karena jika salah waktu penayangan maka program itu akan menjadi sia-sia. Penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan mereka.⁸

4. Pengawasan dan evaluasi program

⁸ M.A Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, ed. by Media Grafika 77, Edisi pert (Jakarta: Kencana prenadamedia group, 2008).

Setiap bulan, proses produksi program SIPP FM Radio dievaluasi. Apakah program siaran yang dibuat mendapat feedback yang baik dari pendengar dan apakah sudah sesuai dengan segmentasi, target, dan positioning yang sudah direncanakan sebelumnya, maka evaluasi ini dilakukan. Selain itu, evaluasi membantu untuk menentukan kelanjutan program. Karena mereka akan menerima laporan langsung dari penyiar, stasiun manajer tidak mengawasi program siaran secara langsung. Sebaliknya, stasiun manajer mendengarkan radio di rumahnya untuk mengetahui apakah program siaran berjalan dengan baik. Selain itu, jumlah pendengar dan komentar yang dilihat melalui aplikasi digunakan untuk memantau apakah ada peningkatan pendengar pada segmen baru yang sedang diproduksi.

Maka dari itu penulis ingin meneliti lebih jauh bagaimana radio dakwah di SIPP FM dalam upaya mempertahankan identitas radio dakwahnya melalui 4 point penting diatas dengan mengambil tema “**Bagaimana Strategi Program Radio SIPP FM Dalam Mempertahankan Identitas Radio Dakwah di Kota Padang**”.

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang”

2. Batasan Masalah

Penelitian ini fokus pada strategi radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang, oleh karena itu peneliti membatasi penelitian ini menjadi;

- a. Perencanaan program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang
- b. Produksi dan pembelian program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang
- c. Eksekusi program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang
- d. Pengawasan dan evaluasi program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari batasan masalah diatas, maka tujuan peneliti adalah untuk mengetahui strategi radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang, yaitu;

- a. Untuk mengetahui perencanaan program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang
- b. Untuk mengetahui produksi dan pembelian program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang
- c. Untuk mengetahui eksekusi program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang

- d. Untuk mengetahui pengawasan dan evaluasi program radio SIPP FM dalam mempertahankan identitas radio dakwah di kota Padang

D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemikiran terhadap strategi penyiaran dan konten program dakwah agama radio di Kota Padang, yang dapat peneliti gunakan untuk mempertahankan keberadaannya.
- b. Dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti ialah dapat menambah pemahaman tentang strategi dan mempertahankan program-program dakwah di stasiun radio. Meningkatkan kemampuan analisis dalam bidang keagamaan.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan pengetahuan tentang strategi program dakwah Radio SIPP FM di Kota Padang.

c. Bagi Pihak Stasiun Radio

Memungkinkan mereka untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas siaran radio dakwah. Selain itu dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program mereka, sehingga dapat mengoptimalkan pengaruh stasiun radio dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah keagamaan

E. Penjelasan Judul

Judul ini mencakup tentang strategi program dakwah radio di Kota Padang, dengan fokus pada penelitian program dakwah di stasiun radio SIPP FM. Judul ini menjelaskan bahwa penelitian ini akan mengidentifikasi strategi program dakwah radio di Kota Padang, bagaimana program dakwah stasiun radio tersebut menginformasikan dan mengedukasi masyarakat tentang agama Islam.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan/manfaat penelitian, penjelasan judul, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan

BAB II : Berupa kajian teori, strategi, dakwah dan radio

BAB III : Membahas metode apa yang dipakai dalam melakukan penelitian ini diantaranya jenis penelitian dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan validitas data.

BAB IV : Terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan terkait hasil penelitian

BAB V : Terdiri dari kesimpulan dan saran