

**STRATEGI DAKWAH RADIO KIJANG KENCANA 91,1 FM INDRAMAYU
DALAM PROGRAM HAFIDZ ON THE RADIO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Oleh :

AZMI RAHMATULLAH

1601026169

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2022

Lembar Pengesahan

Proposal Skripsi

**Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu Dalam
Program Hafidz On The Radio**

Disusun Oleh:

Azmi Rahmatullah

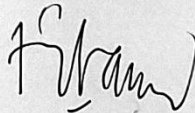
1601026169

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 20 Desember 2021 dan dinyatakan LULUS Ujian Komprehensif

Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



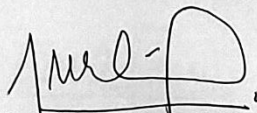
Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP. 198002022009012003

Sekretaris/Penguji II



Silvia Riskha F. M.S.I
NIP. 198802292019032013

Penguji III



Dra. Hj. Amelia R. M.Pd
NIP. 196602091993032003

Penguji IV



Adeni. S. Kom.I. M.A
NIP. 199101202019031006

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang Masalah	5
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metodologi Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II STRATEGI DAKWAH DAN RADIO	18
A. Strategi Dakwah	18
1. Pengertian Strategi.....	18
2. Tahap-tahap Strategi	19
B. Dakwah	22
1. Strategi Dakwah	23
2. Metode (Uslub) Dakwah	27
3. Tujuan Dakwah	28
4. Media Dakwah.....	29
5. Efek dakwah	29
C. Radio Siaran	30
1. Pengertian Radio Siaran.....	30
2. Karakteristik Radio	31
3. Radio Sebagai Media Dakwah.....	33
D. Strategi Program	33
1. Perencanaan Program Siaran	33
2. Produksi Dan Pembelian Program	34
3. Eksekusi Program	34
4. Pengawasan dan evaluasi program	35
BAB III GAMBARAN UMUM RADIO KIJANG KENCANA 91,1 FM	37
A. Profil Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu	37

1.	Sejarah Berdirinya Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.....	37
2.	Visi, Misi Dan Tujuan Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.....	39
3.	Identitas Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu	40
4.	Perkembangan Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu	41
5.	Struktur Pegawai Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu	42
6.	Program Siaran Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.....	43
7.	Peralatan Siaran Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.....	46
B.	Program Siaran Hafidz On The Radio	48
1.	Profil Program Hafidz On The Radio.....	48
2.	Job Description Unit Kerja Program Hafidz On The Radio	50
C.	Strategi Dakwah Program Hafidz On The Radio.....	51
1.	Melakukan Pemetaan Dakwah.....	51
2.	Menentukan Metode Dakwah	51
3.	Evaluasi Program Hafidz On The Radio.....	52
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM “HAFIDZ ON THE RADIO”		53
A.	Analisis Pemetaan Dakwah	53
B.	Analisis Dalam Menentukan Metode Dakwah.....	59
C.	Analisis Pada Evaluasi Program Hafidz On The Radio	60
BAB V PENUTUP.....		64
A.	Kesimpulan.....	64
B.	Saran	65
C.	Penutup	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya teknologi dalam bidang komunikasi memberikan berbagai dampak. Diantaranya yaitu pesatnya perkembangan media sehingga memudahkan masyarakat dalam memperoleh *entertainment* dan berbagai informasi. Perkembangan media massa yang turut berkembang karena meningkatnya kemajuan pada bidang teknologi komunikasi. Pada era teknologi informasi sekarang sangat mudah mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi di lingkungan sekitarnya. Pemberitaan yang berkaitan dengan masyarakat luas saat ini sangat mudah tersebar dan didapatkan. Diantara banyaknya media informasi yang banyak diminati dan dapat menjangkau khalayak luas salah satunya ialah radio, maka dari itu radio dianggap mampu dalam menyampaikan informasi (Astuti, 2017: 43). Berdasarkan data dari rri.co.id jumlah pendengar radio pada tahun 2021 semakin meningkat hingga mencapai 45 juta pendengar

Radio termasuk media penyiaran tertua dan bersejarah. Pada tahun 1887 J.C. Maxwell dan Helmholtz Hertz sukses menciptakan gelombang radio. Penemuan tersebut kemudian menjadi besar dan menjadi media massa hingga saat ini masih digunakan masyarakat. Radio memiliki beberapa kelebihan dari media lain, contohnya cakupannya dapat dinikmati masyarakat luas dengan harga yang terjangkau. Selain menjadi media pemberitaan tidak sedikit yang menjadikan radio sebagai media untuk mempengaruhi pemikiran orang lain, agar memiliki persamaan perspektif dalam suatu pendapat (Astuti, 2017: 39).

Berdakwah melalui radio adalah salah satu inovasi baru dalam menyampaikan dakwah dan mempermudah para dai ketika berdakwah. Penggunaan radio menjadi media dakwah adalah kesempatan agar mampu memperluas jangkauan dakwah.

Sementara dalam mewujudkannya mulai dari tenaga, pikiran, hingga sumber daya manusia yang faham dakwah (Dakwah melalui dunia maya <http://zamrishabib.wordpress.com>).

Radio kijang kencana 91,1 FM indramayu hadir sebagai radio siaran pemerintah daerah (RPSD) di Indramayu mampu menyusun secara berkesinambungan antara program informasi hiburan, budaya dan keagamaan yang disajikan dalam keindahan bertutur kata. Tanpa mengalihkan fungsinya sebagai media informasi.

Radio kijang kencana (K2 FM) secara rutin bekerja sama dengan Kementrian Agama, Gereja Kristen Indonesia, Gereja Katholik Santo Mikael. Radio K2 FM ini juga memberikan ruang gerak untuk para pemuda yang ingin berkontribusi dalam radio ini bisa untuk berlatih dan menjadi penyiar serta dapat mengusulkan program yang bermanfaat bagi pendengar.

Program Hafidz On The Radio lahir karena adanya usulan dari Ibu Hj Ilah selaku pimpinan pondok tahfidz Abu Hurairah lalu pengelola radio K2 FM melihat rendahnya tingkat baca al-quran di kota indramayu, maka dari itu pada tahun 2017 pengelola radio K2 FM membuat program Hafidz On The Radio untuk bekerjasama bertujuan agar masyarakat indramayu dapat membaca dan memahami al-quran dengan benar.

Penulis tertarik dalam program ini karena berisikan perpaduan kultum, kata mutiara islami, hadis-hadis pendek dan pengajaran al-quran. sehingga ustadz yang hafal al-quran serta hadis mampu menerangkan mengenai ketentuan-ketentuan dalam membaca al-quran, seperti tajwid, tartil dll. Serta beliau mencontohkan bacaan yang baik dan benar, lalu pendengar dapat bertanya secara langsung dengan ustadz melalui telepon dan whatsapp yang disediakan oleh penyiar dalam program tersebut.

Tujuan utama dalam berdakwah, ialah agar mampu menumbuhkan rasa kesadaran, penghayatan, dan pengalaman ajaran agama yang dibawa oleh para tokoh

agama. Dakwah bisa diartikan suatu strategi menyampaikan ajaran-ajaran agama islam pada umat manusia sehingga terwujudnya tatanan kehidupan islami. Dakwah bisa disebut juga agen yang mengubah manusia menuju kehidupan yang lebih baik apabila diterapkan sesuai dengan situasi dan kondisi si penerima dakwah. Seperti yang dijelaskan dalam al-quran surat an-nahl ayat 125

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu 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” (Departemen Agama RI 2014: 281).

Dakwah merupakan aktivitas menyampaikan ajaran agama islam dihadapkan dengan kemajuan tehnologi sehingga tidak lepas dari suatu adaptasi terhadap kemajuan tersebut, sehingga dakwah dituntut agar tidak membosankan. Dakwah sebaiknya dikemas dengan cara yang menarik dan sesuai dengan minat penerima dakwah. Di era globalisasi saat ini, berdakwah melalui media informasi adalah sebuah alternatif yang sangat efektif. Maka dari itu kesuksesan berdakwah bergantung oleh media yang digunakan, seperti berdakwah melalui radio membutuhkan konsep yang matang dikarenakan sifat radio yang hanya bisa didengar, maka dari itu seorang pendakwah harus mampu menjelaskan informasi yang akan ia sampaikan kepada penerima dakwah dengan baik dan jelas sehingga tidak muncul kesalahpahaman dalam menyimak acara tersebut.

Ketika melakukan kegiatan dakwah, ditemukan rintangan yang selalu menyesuaikan dengan keadaan zaman. Apapun alasannya amar ma'ruf nahi munkar harus selalu dilaksanakan dalam kondisi apapun, kapanpun dan dimanapun. Oleh sebab itu, dibutuhkan usaha pengelolaan efektif dan efisien dengan mengamati semua unsur yang berkaitan. Semua unsur tersebut merupakan satu integritas yang saling menyokong dan tidak terpisahkan. Adapun unsur-unsur yang dimaksud: dai atau komunikator, materi dakwah, metode dakwah, media dakwah, mad'u atau komunikan (Rismawati, 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu Dalam Program Hafidz On The Radio”

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu Dalam Program Hafidz On The Radio?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Dari fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini untuk menjelaskan Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu Dalam Program Hafidz On The Radio.

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan memiliki nilai akademis sebagai sumber ilmu pengetahuan tepatnya di bidang penelitian ilmu dakwah. Khususnya di bidang kajian komunikasi dan penyiaran islam. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan

masukan untuk perkembangan ilmu dakwah khususnya komunikasi penyiaran islam tentang strategi dakwah.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru untuk masyarakat terutama dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media seperti radio.

D. Tinjauan Pustaka

Agar mempermudah melakukan penelitian. Penulis mengangkat beberapa hasil penelitian yang sudah dilakukan sebagai referensi bagi penulis, sehingga penelitian yang akan penulis lakukan dapat dipertanggungjawabkan dan menjadi lebih baik.

Pertama, Endang Rismawati (2018) skripsinya yang berjudul “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani*”. Tersebut dijelaskan proses menyusun format siaran dalam program siraman rohani, disajikan dengan pembukaan acara yang disampaikan oleh penyiar siraman rohani “Segmen Mari Tanya Ustad”. Strategi komunikasi dakwah yang digunakan dalam program tersebut dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan tiga tahapan yaitu: perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan. Strategi dalam menyampaikan dakwah di radio La Nugraha Lampung apabila dikaitkan dengan teori Laswell maka efek yang dihasilkan dari siaran siraman rohani ini, yaitu pendakwah mengajak para pendengar menuju arah yang positif. Dan bentuk strategi ini menggunakan pendekatan informatif dan persuasif, yaitu menekankan keterbukaan dan kepercayaan dari para pendengar.

Perbedaan penelitian yang dikaji oleh Endang Rismawati dengan peneliti yakni terletak pada objek penelitian. Endang Rismawati objek kajiannya adalah radio La Nugraha Lampung pada program Siraman Rohani. Sedangkan objek kajian peneliti adalah radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.

Kedua, Ulya Afifiyah (2019) skripsinya yang berjudul “*Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar*”. Tersebut dijelaskan strategi komunikasinya dalam meningkatkan jumlah pendengar di radio Dais Semarang ada beberapa tahapan yaitu pertama, gaya bicara penyiar dalam menyapa pendengar ketika siaran berlangsung, penyiar harus memperhatikan gaya dan teknik ketika siaran karena ini berkaitan dengan format siaran. Kedua, strategi komunikasi untuk meningkatkan jumlah pendengar yaitu dengan melakukan promosi di sosial media, dan juga dengan melakukan live streaming melalui aplikasi Dais Play dan Youtube. Ketiga, konsistensi berdakwah terus berlanjut hingga saat ini.

Perbedaan penelitian yang dikaji oleh Ulya Afifiyah dengan peneliti yakni terletak pada fokus dan objek penelitian. Ulya Afifiyah fokus pada strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah pendengar dan objek kajiannya adalah radio Dais Semarang. Sedangkan fokus peneliti pada strategi dakwah dalam program Hafidz On The Radio dan objek peneliti adalah radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.

Ketiga, Ali Abdurrahman (2019) skripsinya yang berjudul “*Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja Dalam Menyebarluaskan Islam Nusantara*”. Tersebut dijelaskan tentang proses penyebaran islam nusantara di radio tersebut adalah melalui pengajian umum, kajian bahtsul musail, kajian kitab kuning, dan kegiatan sosial. Dengan adanya penelitian ini, kita bisa mengetahui dan mengantisipasi masalah-masalah di radio tersebut yang sering terjadi dan diabaikan oleh pendengar. Harapannya informasi yang disampaikan oleh penyiar radio tersebut dapat dimengerti dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Perbedaan pada penelitian Ali Abdurrahman dengan peneliti yaitu terletak pada fokus penelitiannya. Fokus penelitian Ali Abdurrahman yakni pada strategi komunikasi dakwah di radio Aswaja FM dalam menyebarluaskan islam nusantara. Sedangkan peneliti tidak mengarah pada hal itu melainkan lebih fokus pada strategi dakwah itu sendiri, yang terdapat pada radio Kijang Kencana FM indramayu dalam program Hafidz On The Radio.

Keempat, Safa'atun (2015) skripsinya yang berjudul "*Strategi Radio Dais 107,9 FM Semarang Dalam Siaran Streaming*". Tersebut dijelaskan ketika hendak menggunakan strategi komunikasi, radio Dais FM terlebih dahulu mengetahui sasaran pendengar, dengan cara melakukan telepon acak dan mengirim SMS, serta memaksimalkan sosial media seperti FB dan twitter, kemudian mengetahui target sasaran ketika menyusun materi, radio dais mengangkat tema yang masih hangat terjadi. Radio Dais FM menggunakan metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif* dalam menyampaikan siarannya. Lalu radio dais memilih media streaming dengan cara membuka website www.dais1079fm.com untuk menjangkau pendengar yang berada diluar jangkauan radio dais. Fasilitas yang digunakan adalah kolom chat, pengunjung website juga dapat mengirim salam dan menulis komentar, proses streaming bergantung oleh sinyal, sehingga kejernihan suara terkadang tidak stabil.

Perbedaan yang ada dalam penelitian Safa'atun dengan peneliti yaitu terletak pada focus penelitian. Safa'atun mengkaji strategi radio dalam siaran streaming, sedangkan peneliti fokus pada strategi dakwah radio.

Kelima, Misbahul Munir (2018) skripsinya yang berjudul "*strategi komunikasi dalam program Mutiara hikmah di radio rasika FM*". Tersebut dijelaskan secara umum strategi yang digunakan radio Rasika FM ini adalah menyusun strategi komunikasi dan strategi program. Dalam menyusun strategi komunikasi dapat terlihat analisis khalayak yaitu melalui membership, penyusunan pesan menggunakan metode AIDDA, penetapan metode melalui metode redundancy dan canalizing, lalu pemilihan media komunikasi dengan menggunakan berbagai macam media agar dapat menunjang program Mutiara hikmah sehingga dapat dikenal oleh para pendengar. Dari segi strategi program yaitu melewati proses perencanaan program siaran, proses produksi, pembelian program, proses eksekusi, proses pengawasan, dan evaluasi program. Semua itu penting dan dibutuhkan dalam proses penyusunan salah satu programnya, yaitu program Mutiara Hikmah.

Perbedaan yang tertera pada skripsi Misbahul Munir dengan peneliti yakni terletak pada objek penelitian. Misbahul Munir objek kajiannya adalah radio Rasika FM. Sedangkan objek peneliti adalah radio Kijang Kencana FM.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif, Bogdan Taylor (Moleong, 2014: 4) menyatakan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu kata-kata tertulis, perkataan dari orang-orang, atau perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif bersifat alamiah tanpa direkayasa peneliti. Lebih rincinya penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah mempelajari secara berkala mengenai latar belakang keadaan, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial: kelompok, lembaga, individu, hingga masyarakat (Suryabrata, 1998: 22).

Pendekatan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif, pendekatan deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang menjadi panduan peneliti untuk menjelajah atau menyelidiki situasi sosial yang akan diteliti secara komprehensif dan mendalam (Sugiyono, 2007: 209). Penelitian deskriptif memfokuskan pada menjelaskan secara sistematis mengenai fakta yang diperoleh di lapangan saat penelitian berlangsung.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penegas dari pokok yang akan diteliti, dengan tujuan tidak terjadi kesalahan ketika memahami istilah judul penelitian yang akan diangkat. Maka penelitian ini dibutuhkan adanya konsep yang detail mengenai unsur yang akan diteliti. Maka dari itu peneliti membatasi istilah-istilah yang berkaitan dengan judul.

Strategi dakwah dalam radio ialah perencanaan yang sistematis serta efektif dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk mengembangkan dakwah

kepada sasaran yang telah ditetapkan dalam rangka bertakwa kepada Allah SWT. Strategi dakwah yang dikembangkan oleh radio K2 FM yaitu tercapainya sasaran dan tujuan dakwahnya secara efektif dan efisien melalui program Hafidz On The Radio. Langkah strategi dakwah yang dilakukan oleh radio K2 FM yaitu :

- ❖ Melakakukan pemetaan dakwah
- ❖ Menentukan metode dakwah
- ❖ Mengevaluasi program Hafidz On The Radio

3. Jenis Dan Sumber Data

Sumber data adalah obyek penelitian yang menjadi tempat untuk mendapatkan data penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber data primer

Adalah sumber data yang berasal dari informasi tertentu tentang suatu data dari seseorang mengenai masalah yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Jenis-jenis data primer diantaranya yaitu: orang, barang, binatang dan lain-lain yang semua itu menjadi subyek penelitian (sumber informasi tangan pertama) (Sadiah, 2015: 122).

Sumber data dalam penelitian ini ada empat orang yaitu: Manajer, kepala bagian departemen, penyiar (sebagai pembawa acara) dan ustad (sebagai pengisi materi).

b. Sumber data sekunder

Menurut Sugiyono (2012: 141) sumber data sekunder adalah data tambahan yang didapatkan dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen. Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang peneliti gunakan adalah buku-buku, dokumen dari radio K2 FM yang berkaitan dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik penelitian lapangan dimana penulis melakukan penelitian langsung di tempat yang telah ditetapkan. Sementara dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif untuk menjelaskan maksud dari sumber data yang telah diperoleh. Maka dari itu peneliti saat mengumpulkan data harus memilih dan menerapkan teknik pengumpulan data yang terkandung dalam setting alamiah tersebut secara komprehensif, sehingga dapat diterapkan teknik penelitian yang relevan dengan obyek materialnya.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Definisi dari ketiga teknik tersebut yaitu:

a. Observasi

Nasution (19980 mengatakan, observasi ialah sumber semua ilmu pengetahuan, ilmuwan dapat bekerja jika memiliki data, fakta-fakta mengenai lapangan yang didapat dari observasi. Data tersebut dikumpulkan dan dibantu dengan alat yang canggih, sehingga benda yang sangat jauh dan terkecil sekalipun dapat diobservasi (Sugiyono, 2007: 226). Yang dimaksud metode observasi ialah metode mengamati dan mencatat gejala-gejala yang akan diteliti. Diperlukan kecermatan dan ketelitian dalam praktik observasi sehingga membutuhkan beberapa alat elektronik yaitu: kamera, alat perekam, dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Penulis adalah sebagai orang yang mengamati sehingga tidak mengambil bagian peran lainnya dengan tujuan untuk memperoleh keterangan yang obyektif. Alasan penulis menggunakan metode ini agar bisa mengingat kejadian yang penting untuk dicatat terhadap kondisi yang ada ditempat penelitian. Peneliti mengamati bagaimana Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu Dalam Program Hafidz On The Radio. Untuk itu peneliti akan melakukan kunjungan ke lokasi secara langsung di studio

radio kijing kaca yang menjadi sasaran peneliti dalam melakukan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara ialah proses tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih dan dilakukan secara langsung. Pengumpulan data dengan teknik ini sangat bermanfaat untuk mendapatkan data dari sumber tangan pertama atau *first hand*, hal tersebut menjadi pelengkap dari data yang terkumpul dari alat lainnya dan menjadi pengontrol terhadap hasil pengumpulan data lainnya (Sadiah, 2015: 87).

Dengan teknik ini peneliti bisa mendapatkan data yang bermanfaat bagi penelitian. Tipe wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Untuk alat pengumpulan data wawancara tersebut peneliti akan tujukan kepada kepala operasional, kepala bagian departemen, penyiar, dan penyiar di radio Kijing Kencana Indramayu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang didapatkan dari dokumen berupa buku, laporan penelitian, majalah, surat kabar, jurnal, dan lainnya (Sadiah, 2015: 91). Bisa juga dijelaskan bahwa teknik tersebut dalam pengumpulan datanya tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian, tetapi melalui dokumen.

Metode tersebut digunakan agar dapat melengkapi data yang berkaitan dengan gambaran umum atau obyek yang diteliti, dan dokumentasi yang diharapkan dapat memperoleh data mengenai sejarah berdirinya, data mengenai profil, visi, misi, dan tujuan Radio Kijing Kencana Indramayu.

5. Teknik Analisis Data

Bogdan mengatakan analisis data ialah proses mendapatkan dan menyusun secara sistematis data yang didapatkan dari hasil catatan lapangan, wawancara, dan bahan-bahan lainnya. Sehingga mudah difahami, dan dapat mudah disebarkan kepada

orang lain. Analisis data dapat dilakukan dengan mengurutkan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih yang dibutuhkan, yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga bisa diceritakan kepada orang lain.

Spradley (1980) menyatakan analisis dalam jenis apapun, merupakan cara berfikir. Hal tersebut berhubungan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan yang intinya adalah untuk mencari pola.

Data-data yang telah didapatkan dari observasi, wawancara, dokumentasi, lalu penulis menganalisis data menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui strategi dakwah dalam program hafidz on the radio di radio Kijang Kencana Indramayu.

Tahap-tahap analisis data:

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- b. Mengedit seluruh data yang masuk dan diperoleh melalui penelitian.
- c. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang sudah direncanakan.
- d. Melakukan analisa terhadap data yang telah disusun untuk menjawab sebuah rumusan masalah.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan ini terdiri dari lima bab. Dimana masing-masing bab terbagi menjadi sub-sub dengan penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: Kerangka Teori

Bab ini mencakup landasan teori terdiri dari (pengertian strategi, tahap-tahap strategi, pengertian dakwah, pengertian strategi dakwah, metode dakwah, sumber hukum dakwah, tujuan dakwah, media dakwah, efek dakwah, pengertian radio, karakteristik radio, kelemahan dan kekuatan radio, dan radio sebagai media dakwah.

BAB III: Kerangka Teori

Bab ini memuat gambaran secara umum profil Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu, visi, misi, identitas radio, program harian radio, jadwal program siaran radio, aspek program radio, struktur organisasi radio, strategi dakwah radio, gambaran umum program hafidz on the radio.

BAB IV: Analisis Data

Bab ini memuat pembahasan mengenai penentuan analisis data, reduksi data, dan analisis strategi dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu.

BAB V: Penutup

Adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran untuk penelitian ini.

BAB II

STRATEGI DAKWAH DAN RADIO

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yang artinya “seni sang jendral” atau “kapal sang jendral”. Pengertian ini diperluas menjadi seni para laksamana dan komandan Angkatan udara (Sills, 1972: 281). Sehingga dalam istilah ini bermakna sejumlah situasi kompetitif dalam hal permainan serta pengaturan. Sehingga kini dikenal dengan istilah “strategi bermain” agar dapat menunjukkan aturan cara-cara bermain untuk dapat menghadapi dan mengalahkan lawan bermain (Suhandang, 2014: 80).

Paul F Glueck, mendefinisikan strategi sebagai rencana yang telah disatukan, luas, dan terintegrasi yang terhubung dengan tantangan lingkungan dan dirancang agar bisa memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan atau organisasi. Sementara William J. Stanton mengartikan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan perusahaan atau organisasi sehingga tercapai suatu tujuan.

Definisi strategi dari beberapa organisasi adalah cara untuk mengatasi dan mengantisipasi setiap masalah yang datang beserta kesempatan untuk masa depan. Sehingga strategi harus dapat menjelaskan gambaran yang jelas dan terarah mengenai apa yang perlu harus dilaksanakan oleh suatu organisasi.

Selain yang ditulis diatas, beberapa defenisi strategi menurut beberapa ahli yaitu:

- 1.) Supriyono (1990: 8) menyatakan: “strategi ialah suatu kesatuan rencana organisasi atau perusahaan yang komprehensif dan terpadu”.
- 2.) Pearce dan Robinson (1997: 2) menyatakan: “strategi ialah susunan rencana manajer berskala besar dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi

dengan lingkungan persaingan sehingga mencapai sasaran-sasaran perusahaan”.

- 3.) Jonson dan Scholes “1993: 5) menyatakan: “*strategy is the direction and scope of an organization over the long term ideally. Which match its resources to its changing environment, and it particular its marketing, customer organization*”.

Berdasarkan definisi diatas dapat penulis simpulkan strategi ialah rencana yang dibuat atau tindakan yang dilakukan dalam rangka membantu perusahaan atau organisasi sehingga tercapainya tujuan yang telah direncanakan.

2. Tahap-tahap Strategi

Penyusunan strategi menurut Amirullah (2020: 16-18) dapat dilakukan dengan beberapa langkah yaitu:

a. Analisis Lingkungan

Analisis ini dilakukan agar dapat mengidentifikasi peluang (*opportunity*) yang ada, dan secara bersamaan perusahaan harus menemukan beberapa kendala ancaman (*threats*) yang perlu diantisipasi. Dalam melakukan analisis terhadap lingkungan usaha, hal penting yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi beberapa variabel pokok yang dapat mempengaruhi kinerja dari suatu perusahaan. Perusahaan hanya berusaha untuk menemukan dan menganalisis sejumlah variabel secara terbatas (*relevan*), dan tidak terjerumus terlalu berusaha menganalisis sebanyak mungkin variabel (*infinite*).

b. Perumusan Strategi

Agar dapat mencapai dan memperoleh keuntungan yang besar, perusahaan diharuskan menganalisis lingkungan eksternalnya, mengidentifikasi peluang beserta ancaman dalam lingkungan, menentukan mana diantara sumber daya internal dan kemampuan yang ada merupakan kompetensi intinya, dan memilih

strategi yang cocok untuk diterapkan. Suatu strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing.

c. Implementasi Strategi

Implementasi ialah suatu tindakan pengelolaan sumber daya organisasi dan manajemen yang mengarahkan hingga mengendalikan pemanfaatan sumber-sumber daya perusahaan (keuangan, manusia, peralatan dll) melalui strategi yang telah dipilih. Implementasi strategi diperlukan untuk merinci sesuatu agar lebih tepat dan jelas agar pilihan strategi yang telah diambil dapat direalisasikan. Keberhasilan implementasi ini sangat bergantung pada keahlian, kemampuan, dan keterampilan seorang manajer.

Dibawah ini dijelaskan beberapa tanggung jawab utama dari seorang manajer dalam mengimplementasikan strategi yang dipilih:

- 1) Manajer membagikan tugas-tugas beserta urutan kegiatan yang akan diambil untuk melaksanakan kebijakan dan strategi dengan cara yang dibutuhkan sehingga tercapainya tujuan.
- 2) Menentukan siapa yang akan bertanggungjawab untuk tugas-tugas utama yang harus diselesaikan, Langkah-langkah apa yang harusnya ditempuh hingga keputusan apa yang akan diambil.
- 3) Menetapkan struktur pokok yang akan berlangsung di suatu organisasi, contohnya departemen fungsional atau divisi produk yang didesentralisasikan
- 4) Menentukan sumber daya manusia, dan fisik yang perlu untuk menerapkan kebijakan dan strategi serta dapat menjamin tersedianya sumber daya itu apabila diperlukan.
- 5) Menargetkan jenis-jenis prestasi yang akan dicapai oleh satuan-satuan organisasi dan perorangan serta kapan kegiatan khusus harus dilakukan.

- 6) Menentukan motivasi kelompok dan pribadi serta sistem perangsang yang akan digunakan.

d. Evaluasi Dan Pengendalian

Evaluasi adalah suatu tahap dimana manajer berusaha menjamin strategi yang ia pilih dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga strategi adalah proses dimana manajer memadukan antara hasil yang diperoleh dengan tingkat suksesnya pencapaian tujuan.

Secara global evaluasi mencakup empat hal yaitu:

- 1) Menentukan target prestasi kerja, standar, batas toleransi untuk tujuan strategi, dan rencana pelaksanaannya.
- 2) Mengukur posisi yang sesungguhnya yang berkaitan dengan sasaran pada suatu waktu tertentu. Apabila hasilnya berada diluar batas tersebut, maka diperlukan tindakan perbaikan.
- 3) Menganalisa penyimpangan dari batas toleransi yang bisa diterima.
- 4) Melakukan modifikasi jika diperlukan.

Pengendalian strategis adalah pengendalian yang mengikuti strategi yang sedang digunakan, mendeteksi perubahan atau masalah yang terjadi pada landasan pemikirannya, lalu melakukan penyesuaian yang dibutuhkan. Ada empat jenis pengendalian strategi yaitu:

- 1) Pengendalian asumsi
- 2) Pengendalian implementasi
- 3) Pengawasan strategi
- 4) Pengendalian peringatan khusus

B. Dakwah

Pengertian dakwah menurut bahasa berasal dari kata: *Da'aa*, *Yad'uu*, *Du'aa*, *Da'wah*. Kata dakwah menurut etimologi mempunyai banyak makna, yang paling menonjol sebagai berikut:

- a) Bermakna: *An-Nidaa*/panggilan, seperti dalam kata: *Da'aa Fulaanan*, Ia memanggil si fulan.
- b) Bermakna: mengajak kepada sesuatu, artinya mengajak menuju kepadanya.
- c) Bermakna: menyeru kepada suatu masalah, untuk mendukung dan membelanya, baik masalah yang haq atau yang bathil.
- d) Bermakna: *ibtihal*, bermakna rendah hati dan memohon. Seperti kata: *Da'awtullaaha du'aa-an*, yakni saya memohon kepada Allah, saya tunduk kepada-Nya dengan permohonan dan mengharapkan untuk mendapatkan kebaikan yang ada pada-Nya. Sebagaimana tertulis dalam ayat berikut “Berdoalah kepada Rabb-mu dengan berendah hati dan suara yang lembut.” (Al-A'raf, 7:55).

Ringkasan dari makna-makna dakwah diatas ialah: suka, berhimpun, memberi nama, sumpah, panggilan/ seruan dan permohonan. (Tim Keilmuan Lembaga Imam dan Khatib, 2004: 63).

Berikut beberapa definisi dakwah dari beberapa ahli:

- a) Syekh Muhammad Al-Ghazali (al-bayanuni, 1993: 15) mengatakan dakwah ialah: “program sempurna yang menghimpun segala pengetahuan disegala bidang yang dibutuhkan oleh manusia, sehingga dapat memahami tujuan hidupnya serta mengarahkan orang lain agar mendapatkan petunjuk”.
- b) Abd Al-Karim Zaidan (1976: 5) mengatakan dakwah ialah “mengajak kepada agama islam”
- c) Toha Yahya Omar (1992: 1) mengatakan dakwah ialah “mengajak manusia melalui cara yang bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat”.

d) Nasarudin Razak (1976: 2) dakwah ialah “usaha untuk mengajak manusia menuju jalan yang benar menjadi muslim”

e) Masdar Helmy (1973: 31) mengatakan dakwah ialah “mengajak manusia untuk mentaati ajaran islam, dan juga melakukan amar ma’ruf nahi munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat”

f) Imam sayuti farid (1987: 21) mengatakan dakwah ialah “proses menyampaikan ajaran islam kepada umat manusia dengan cara dan tujuan yang dianjurkan oleh islam”

Berdasarkan pendapat dari para ahli diatas maka dapat penulis simpulkan bahwa dakwah ialah kegiatan yang dilakukan menuju perubahan positif dalam diri manusia. Perubahan ini diwujudkan dengan meningkatkan iman, dikarenakan tujuannya baik maka caranya juga harus baik. Ukuran baik dan buruk adalah syariat islam yang terdapat dalam quran dan hadis.

1. Strategi Dakwah

Strategi dakwah menurut Saerozi (2013: 54-55) agar kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan tujuan, maka ada beberapa strategi dakwah yang bisa dilakukan, yaitu :

1.) Pemetaan Dakwah

Pemetaan dakwah dilakukan dengan cara membangun hubungan dengan penerima dakwah, menyusun situasi dan kondisi mad’u, menyusun potensi yang dapat dikembangkan, menganalisa SDM dan sumber daya non manusia, memperjelas secara detail sasaran atau tujuan dakwah, merumuskan masalah pokok umat islam, merumuskan isi dakwah, terdapat dialog yang intensif untuk membangun kemajuan islam.

2.) Menentukan Bentuk Dakwah

Menentukan bentuk dakwah ialah menganalisis hasil pemetaan, sehingga dakwah yang dilakukan sesuai dengan situasi dakwah. Dakwah dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu bil lisan, bil hal, fundamental, kultural, atau moderat.

3.) Membuat Strategi Pelaksanaan Dakwah

Langkah-langkah pelaksanaan dakwah dilakukan dengan cermat, fokus, tepat, dan sesuai dengan pola dakwah yang telah ditentukan sehingga tujuan dakwah dapat tercapai dan tepat sasaran

4.) Evaluasi Kegiatan Dakwah

Evaluasi dakwah dilaksanakan agar dapat mengetahui kegiatan dakwah yang dilaksanakan sudah sesuai dengan perencanaan atau tidak. Dan juga sebagai tolak ukur sejauh mana keberhasilan dakwah dapat tercapai. Evaluasi dakwah dilakukan pada saat kegiatan dakwah dan setelah pelaksanaan dakwah, agar mengetahui sejauh mana kekurangan, hambatan, peluang, dan tantangan dakwah agar kedepannya dapat dilakukan perbaikan, pembenahan, pembinaan, dan perumusan dakwah yang lebih baik lagi.

Sementara strategi dakwah menurut Al-Bayanuni (2021: 248)

1.) Strategi Hikmah

Secara Bahasa memiliki beberapa makna, diantaranya adalah adil, ilmu, kesabaran, *Nubuwwah* (kenabian), Al-Quran, Injil, As-Shunnah, terkadang bermakna alas an/tujuan dan lainnya. Ibnu Katsir menafsirkan lafazh Al-Hakim sebagai Dzat yang bijak dalam segala perbuatan dan perkataan-Nya, Dia meletakkan segala sesuatu pada tempatnya (Tafsir Ibnu Katsir 1/184).

Dari beberapa definisi tersebut, bisa disimpulkan bahwa metode Hikmah dalam berdakwah ialah metode yang penerapannya disesuaikan dengan situasi dan kondisi obyek penerima dakwah.

2.) Strategi Mauizhah Hasanah

Al-mau'izhah dalam tinjauan bahasa diambil dari kata *wa'azhahu, ya'izhu, wa'zhan, wa'izhatan*, bermakna *nashahu wa dzakarahu bi al-`awaaqib wa amarahu bi ath-tha'ah wa washahu biha* (ia telah mengajarkan dan mengingatkannya perihal kesudahan yang akan dialami, memerintahkan supaya senantiasa menjalankan ketaatan dan mewasiatkan untuk menetapinya) Al-Bayanuni (2021: 261).

Sementara al-hasanah (yang baik) merupakan lawan dari as-sayyi`ah (yang buruk), karena pengajaran ada kalanya baik dan ada kalanya buruk. Yang demikian itu merujuk pada materi yang diajarkan dan diperintahkan.

Karena itulah, perintah memberi pengajaran dalam Al-Quran, redaksi kalimatnya datang dengan qayyid (batasan) al-hasanah, yaitu dalam firman Allah “serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik” (An-Nahl: 125).

Apabila al-mau`izhah disebutkan secara mutlak dan kedudukannya menempati posisi perintah, maka makna yang dimaksud pengajaran yang baik adalah. Allah SWT berfirman, “...hendaklah kamu memberi nasihat kepada mereka (perempuan-perempuan yang kamu khawatirkan akan nusyuz), tinggalkanlah mereka ditempat tidur (pisah ranjang), dan (bila perlu) pukullah mereka” (An-Nisaa` : 34).

3.) Strategi Mujadalah (Berdebat)

Menurut Bahasa, bahwa *jadalahu mujadalatan wa jidalan*, maknanya naqasyahu wa khashamahu (ia berdebat dan bertengkar dengannya). Sedangkan al-jadal maknanya: Permusuhan yang sengit dalam perdebatan dan mengalahkan musuhnya, dan ia sangat memusuhinya.

Disebutkan dalam hadits, “Tidak ada suatu kaum yang mendatangi perdebatan kecil kecuali mereka telah tersesat.” Sedangkan al-mujadalah bermakna *al-munazharah wa al-mukhashamah* (saling berdebat dan saling bertengkar) Al-Bayanuni (2021: 265).

4.) Strategi Al-Qudwah Al-Hasanah

Al-qudwah dan al-quduwah menurut Bahasa bermakna al-uswah (keteladanan). Dikatakan, “Fulan qudwah yuqtada bihi (fulan merupakan suri teladan yang menjadi panutan orang lain). Sedangkan al-qiddah bermakna *al-mitsal al-ladzi yatasyabbah bihi ghairih fa ya`mal mitsla ma ya`mal* (teladan yang menjadi panutan bagi orang lain, sehingga orang lain berbuat mengikuti apa diperbuat orang yang diteladani” Al-Bayanuni (2021: 272).

Maka dapat penulis simpulkan strategi dakwah ialah proses penyusunan rencana, arahan, tindakan guna menghadapi para sasaran dakwah untuk situasi dan

kondisi tertentu sehingga tercapainya tujuan tersebut secara maksimal. Secara singkat strategi adalah arahan umum menyangkut cara pencapaian tujuan dakwah.

Menentukan langkah penerapan strategi dalam dakwah merupakan hal yang sulit, jika menilik pada obyek dakwah yang beraneka ragam. Al-Quran dan As-Shunnah telah memberikan sebagian gambaran jelas secara langsung, dan sebagian lagi masih berupa isyarah, kita sendiri yang harus bisa menemukan dan menentukan strategi apa yang layak digunakan.

Dalam pasal ini, telah dipaparkan strategi-strategi pokok dalam berdakwah, baik yang jelas termaktub dalam Al-Quran ataupun yang bisa dipahami kesimpulannya dari rangkaian-rangkaian nash yang ada didalamnya. Begitu juga apa yang dipraktikkan dalam hadits-hadits Nabi.

Semua metode tersebut telah terangkum dalam empat metode pokok, yang masing-masing memuat penjelasan mengenai definisi, bentuk, keistimewaan, dan sebagian masalah yang berkaitan dengannya. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nahl 125-128 perihal metode-metode pokok diatas:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ
وَإِنْ عَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَا عُوقِبْتُمْ بِهِ ۗ وَلَئِنْ صَبَرْتُمْ لَهُوَ خَيْرٌ لِلصَّابِرِينَ
وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ ۗ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُ فِي ضَيْقٍ مِمَّا يَمْكُرُونَ
إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ اتَّقَوْا وَالَّذِينَ هُمْ مُحْسِنُونَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah 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. Dan jika kamu memberikan balasan, maka balaslah dengan balasan yang sama dengan siksaan yang ditimpakan padamu. Akan tetapi jika kamu bersabar, sesungguhnya itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang sabar. Bersabarlah (Muhammad) dan tiadalah kesabaranmu itu melainkan dengan pertolongan Allah dan janganlah kamu bersedih hati terhadap (kekafiran) mereka dan janganlah kamu bersempit dada terhadap apa yang mereka tipu dayakan. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bertakwa dan orang-orang yang berbuat kebaikan” (Departemen Agama RI 2014: 281).

Dikarenakan kegiatan dakwah berkaitan erat dengan komunikasi. Harold D. Laswell menyatakan bahwa cara terbaik untuk menjelaskan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “*who says what which channel to whom with what effect?*”

Rumus teori Laswell tersebut yaitu:

Who (siapa yang berbicara)

Says what (pesan apa yang disampaikan)

In which channel (dalam media apa yang dipakai)

To whom (untuk siapa)

With what effect (efek apa yang diharapkan)

Oleh sebab itu strategi harus mampu memberikan arah, kesatuan, maksud, dan juga tujuan sehingga terdapat kesempatan dilakukannya perubahan-perubahan yang dibutuhkan agar terbentuknya masa depan suatu organisasi atau Lembaga.

2. Metode (Uslub) Dakwah

Agar dapat melaksanakan startegi yang sudah diterapkan, maka kita membutuhkan metode. Strategi merujuk oleh perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode ialah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam segala penerapan metode dibutuhkan beberapa tehnik.

Ada beberapa denfinisi tentang metode dakwah:

- 1) Said Bin Ali Al-Qathani (1994: 101) menyatakan: metode dakwah adalah suatu ilmu yang mempelajari bagaimana cara komunikasi secara langsung dengan mengatasi kendala-kendalanya.
- 2) Al-bayanuni (2021: 47) menyatakan: metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan pendakwah ketika berdakwah atau juga disebut cara menerapkan strategi dakwah.

Dalam garis besarnya, bentuk-bentuk dakwah ada tiga macam, yaitu: *da'wah bil lisan*, *da'wah bil qolam*, dan *da'wah bil hal* (Aziz, 2016: 357). Dari ketiga bentuk dakwah tersebut maka metode dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- (1) Metode karya tulis
- (2) Metode ceramah
- (3) Metode diskusi
- (4) Metode bimbingan
- (5) Metode kelembagaan

3. Tujuan Dakwah

Tercapainya tujuan dakwah, dapat kita lihat dalam quran surat Yusuf ayat 108:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ ۖ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Katakanlah: “Inilah jalan (agamaku), aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maha suci Allah dan aku tidak termasuk orang-orang musyrik” (Departemen Agama RI 2014: 248).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa tujuan dakwah ialah membuat orang lain yakin terhadap kebenaran jalan Allah, maka pendakwah menjadikannya sebagai jalan yang harus dibentangkan bagi kehidupan orang lain, caranya dengan menjelaskan, menerangkan, dan mengajaknya agar tidak termasuk orang-orang musyrik.

Sehubung dengan nilai dari tujuannya tadi, Abdul Rosyad Saleh (1977: 21-27) menyatakan: tujuan dakwah terbagi menjadi dua, yaitu tujuan utama dan tujuan perantara. Menurut pendapatnya, tujuan utama dakwah ialah nilai atau hasil akhir yang akan diperoleh dari keseluruhan tindakan dakwah, yaitu terwujudnya kesejahteraan hidup dunia dan akhirat yang diridhai Allah SWT. Kemudian tujuan perantara ialah berintikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan yang diridhai Allah SWT.

4. Media Dakwah

Media berasal dari kata *medius* dalam bahasa Yunani yang berarti perantara atau pengantar. Dan juga berasal dari bahasa Inggris *media* yang artinya tengah, perantara, dan rata-rata. Dari pengertian tersebut ahli komunikasi mendefinisikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan dari pembicara kepada pendengar. Media terbagi menjadi tiga bentuk yaitu:

- 1) Media lisan (*the spoken words*) adalah alat yang bisa mengeluarkan suara seperti telepon, radio, dan lainnya.
- 2) Media tulis (*the printed writing*) adalah media dalam bentuk tulisan maupun cetakan seperti majalah, surat kabar, lukisan, pamflet, buku, gambar, dan lainnya.
- 3) Media dengar pandang (*audio visual*) adalah media dalam bentuk gambar hidup yang dapat dilihat dan dapat didengar yaitu video, televisi, film, dan lainnya (Amirullah, 2020: 406).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan media dakwah adalah alat yang dipakai untuk menyampaikan pesan kepada penerima dimana pesan yang disampaikan adalah dakwah.

5. Efek dakwah

Tidak dapat dihindari dalam setiap aktivitas dakwah akan menghasilkan reaksi positif maupun negatif. Maka dari itu setiap berdakwah akan memiliki efek terhadap objek dakwah. Kemampuan menganalisis efek dakwah sangat diperlukan ketika menentukan langkah-langkah dan strategi dakwah yang akan digunakan.

Dalam proses dakwah, problem respon ini sering diabaikan oleh para dai. Mereka merasa tugas dakwah selesai apabila telah selesai menyampaikan suatu pesan dakwah. Padahal nilai penting dari efek dakwah ada pada kemampuan mengevaluasi metode dakwah. Hal itu harus dilakukan secara komprehensif. Seluruh unsur-unsur dakwah harus dievaluasi secara menyeluruh, guna efektivitas yang menunjang suksesnya mencapai tujuan (Sukayat, 2019: 34).

Effendi (1983: 204) menyatakan bahwa untuk hasil komunikasi yang maksimal disarankan untuk menggunakan pendekatan A-A *Procedure* (*from attention to action procedure*). Pendekatan ini adalah singkatan dari AIDDA, yaitu:

- A : *Attention* (perhatian)
- I : *Interest* (minat)
- D : *Desire* (hasrat)
- D : *Decision* (keputusan)
- A : *Action* (tindakan)

Hendaknya komunikasi diawali dengan menimbulkan perhatian atau daya tarik sebagai komunikator. Seorang komunikator harus memiliki kekuatan untuk bisa merubah sikap, tingkah laku, dan pendapat para komunikan.

Jalaludin Rakhmat mengatakam: efek kognitif ini dapat terlihat ketika timbul perubahan terhadap apa yang diketahui, dipahami, dan ditanggapi oleh khalayak. Sedangkan efek afektif muncul jika terdapat perubahan kepada yang disenangi atau dibenci oleh khalayak mencakup emosi, nilai, serta sikap. Sedangkan efek behavioral dapat dilihat jika timbul perilaku nyata yang dapat diamati, mencakup pola-pola tindakan, dan kebiasaan berperilaku.

C. Radio Siaran

1. Pengertian Radio Siaran

Radio siaran atau broadcasting radio adalah salah satu media massa, yaitu saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*). Ciri khas dari media ini adalah auditif yaitu dikonsumsi untuk pendengaran. Apa yang dilakukan radio adalah mendengarkan suara manusia untuk mengutarakan suatu hal (Onong, 2003: 137).

Radio ialah teknologi yang dipakai untuk mengirimkan sinyal dengan cara merubah gelombang elektromagnetik untuk menyampaikan bunyi. Gelombang tersebut melewati udara dan dapat melewati ruang angkasa, dikarenakan gelombang ini tidak membutuhkan medium pengangkut seperti molekul udara.

Radio termasuk media yang merakyat, murah, dan dapat dibawa kemana saja. Fungsi radio adalah sebagai media komunikasi, ekspresi, pendidikan, informasi, dan juga hiburan. Radio memiliki keunggulan terbesar sebagai media imajinasi, karena sebagai media non visual maka radio menstimulus banyak suara, dan juga berusaha memvisualisasikan suara penyiar maupun informasi factual lewat telinga pendengar.

Sementara definisi siaran berasal dari kata siar, yang bermakna menyebarkan informasi melalui pemancar. Kata siar jika ditambahkan akhiran “an” maka membentuk kata benda, yang bermakna sesuatu yang disiarkan.

Maka dapat penulis simpulkan bahwa radio siaran adalah menyebarluaskan informasi melalui pemancar, melalui gelombang elektromagnetik, berisi rangkaian pesan yang bersifat terbuka dalam bentuk suara.

2. Karakteristik Radio

Ada beberapa fungsi radio yaitu mengirimkan pesan, membidik, mempengaruhi, dan hiburan. Dalam menyalurkan pesan, radio memiliki model komunikasi satu arah dan dua arah. Model komunikasi satu arah memperkirakan radio sebagai komunikator yang dapat menyampaikan pesan kepada pendengar pasif. Kemudian model komunikasi dua arah radio memposisikan diri sebagai komunikator yang mengadakan interaksi timbal balik dengan pendengar aktif. Kecenderungannya kini terlihat lebih banyak acara-acara interaktif di radio.

a. Kelebihan Radio

Inilah beberapa kekuatan radio menurut Astuti (2017: 40) yaitu:

- 1) Radio dapat membidik pendengar secara spesifik. Maksudnya adalah radio berkemampuan untuk fokus pada kelompok demografis yang diinginkan. Radio juga lebih fleksibel untuk mempertajam segmen.
- 2) Radio bersifat portable dan mobile. Pendengar dapat membawa radio kemanapun ia mau. Radio juga biasanya menyatu dengan fungsi alat penunjang

kehidupan lainnya, mulai dari handphone, senter, dan mobil. Bahkan radio harganya relatif lebih murah daripada media lainnya.

- 3) Radio bersifat intrusif, mempunyai daya tembus yang tinggi. Sulit sekali terhindar dari siaran radio, karena saat radio dinyalakan maka radio menembus ruang-ruang dimana media lain tidak dapat menjangkaunya, contohnya di dalam mobil.
- 4) Radio bersifat fleksibel, artinya radio dapat membuat program dengan sederhana dan cepat, mengirim pesan dengan cepat, dan secepatnya membuat perubahan.
- 5) Radio bersifat sederhana, artinya sederhana dalam mengoperasikannya, dalam mengelolanya, dan sederhana isinya. Tidak dibutuhkan konsentrasi yang tinggi untuk mendengarkan radio. Bahkan pendengar dapat mendengar radio sambil melakukan aktifitas lainnya.

b. Kelemahan Radio

Inilah beberapa kelemahan radio menurut Meeske (2003) yaitu:

- 1) *Radio is aural only*. Salah satu cara efektif mengirim pesan adalah dengan melalui suara (sound). Radio tidak memiliki kemampuan visual, maka dari itu untuk mengimajinasi keadaan yang sesungguhnya radio bermain lewat bunyi yang biasa disebut *teater of mind*.
- 2) *Radio is message short lived*. Pesan di radio bersifat sementara, sekilas, satu arah dan tidak dapat ditarik kembali ketika sudah mengudara. Maka dari itu, ketika mengirim pesan lewat radio bukanlah pekerjaan main-main, tetapi harus dilakukan dengan penuh hati-hati dan tanggungjawab.
- 3) *Listening radio is prone to distraction*. Saat mendengarkan radio akan sangat rentan mengalami halangan. Radio hanya mengandalkan pendengaran saja. Saat pendengaran terganggu, maka radio tidak dapat dinikmati lagi. Pendengar seringkali mendengarkan radio dengan melakukan pekerjaan lain, sehingga konsentrasinya tidak fokus.

3. Radio Sebagai Media Dakwah

Teknologi komunikasi telah berkembang sangat pesat dalam berbagai bidang, sehingga dalam berkomunikasi jarak sejauh apapun akan terjangkau oleh manusia dimanapun dan kapanpun.

Radio sebagai media dakwah artinya memanfaatkan fungsi radio semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis-jenis program di radio ada banyak sekali. Diantaranya: ceramah atau dialog islam, yang berisikan dalil quran, hadis, perkataan sahabat, nasihat ulama dan kata mutiara islami. Para dai dan Lembaga-lembaga dakwah harus bisa memaksimalkan radio untuk berdakwah.

Radio juga bisa memberikan stimulus terhadap persepsi atau tingkah laku bagi pendengar, masyarakat sensitif akan informasi bahkan menjadi kebutuhan pokok, selain kebutuhan sandang, pangan dan papan. Ketika orang sering berhubungan dengan informasi maka semakin bertambah pengetahuan-pengetahuan baru bagi dirinya.

Didalam proses komunikasi, peran ideal radio sebagai media adalah menyediakan sebanyak mungkin kebutuhan pendengarnya. Sehingga dalam proses dakwahnya berbeda dengan media dakwah lainnya. Contohnya dalam ceramah keagamaan yang sudah diterima masyarakat sebagai pedoman untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat (Radio sebagai media dakwah <http://www.islamcendikia.com>).

D. Strategi Program

Strategi program radio meninjau berdsarkan aspek manajemen strategis program siaran yaitu:

1. Perencanaan Program Siaran

Dalam bidang industri penyiaran, perencanaan adalah unsur utama. Dikarenakan siaran memiliki efek yang besar dan kuat yang dapat mempengaruhi pendengar. Sehingga membutuhkan perencanaan yang jelas dalam memakai data dan fakta. Pengelolanya harus dapat mempertimbangkan empat hal saat merencanakan

program siaran. Diantaranya, program yang akan disuguhkan kepada pendengar, berapa biaya yang akan dikeluarkan untuk membuat atau membeli program tersebut, bagaimana cara menyalurkan program tersebut dengan tepat, dan bagaimana cara mempromosikan program tersebut kepada pendengar sehingga mereka tertarik untuk mendengarkan (Mrrissan, 2008: 281).

2. Produksi Dan Pembelian Program

Produksi siaran adalah keterampilan menggabungkan wawasan, kemampuan, dan kreatifitas dalam mengoperasikan peralatan produksi. Program siaran bisa diperoleh dengan membeli atau dengan memproduksi sendiri (*in house production*). Pembelian program dapat dilakukan jika stasiun radio tidak mempunyai peralatan yang memadai tetapi mempunyai ide untuk dikembangkan. Acara siaran radio banyak sekali ragamnya beberapa diantaranya adalah produksi siaran interaktif, berita/informasi, iklan, jingle, talkshow dan hiburan (Masduki, 2004: 69). Memproduksi program siaran membutuhkan beberapa unsur daya tarik diantaranya:

- Kata-kata yang diucapkan
- Musik
- Efek suara

Dengan menggabungkan efek suara dan musik, seperti hujan, angin, badai, suara hewan, kendaraan lainnya. Membuat acara radio tersebut menjadi lebih hidup dan lebih nyata (Effendi, 2006: 107-108).

3. Eksekusi Program

Eksekusi program meliputi kegiatan menyiarkan program yang sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Strategi penayangan program yang bagus sangat dipengaruhi oleh bagaimana mengelola dan menyusun berbagai macam program yang akan disiarkan (Morissan, 2008: 345).

Menetapkan jadwal siaran suatu acara ditentukan oleh perilaku pendengar, yaitu catatan kegiatan pendengar dalam beberapa hari dan kebiasaan mendengarkan radio pada pukul tertentu. Prayudha menyatakan (2005: 44) Penataan program acara berpedoman dari pembagian segmen yang bersumber di stasiun Amerika, yaitu:

- ❖ Morning drive pukul 05.00–10.00
- ❖ Day time pukul 10.00-15.00
- ❖ Afternoon drive pukul 15.00-19.00
- ❖ Night time pukul 19.00-23.00
- ❖ Overnight pukul 23.00-05.00

Penataan jadwal siaran tersebut berpedoman pada pola perilaku pendengar dalam meluangkan waktu untuk mendengarkan radio. Perilaku pendengar berkaitan dengan:

- Jumlah pendengar, di radio jumlah pendengar akan lebih banyak pada saat pagi hari dan sore hari (*drive time hours*) ketika orang-orang mendengarkan radio di mobil saat perjalanan berangkat kerja dan pulang.
- Pendengar konstan survei dari lembaga rating menyebutkan bahwa jumlah pendengar secara keseluruhan adalah selalu konstan. Sehingga stasiun radio harus bersaing untuk meraih jumlah pendengar yang ada (Morissan, 2008: 192-193).
- Aliran pendengar, adalah perpindahan yang terjadi setiap akhir program acara.
- Kecenderungan pendengar untuk menyetel salah satu stasiun radio favoritnya.
- Pengaruh usia pendengar, stasiun radio selektif memilah program untuk pendengarnya. Format kekinian, lagu top 40 dan rock sangat menarik bagi para remaja usia 20 tahunan. Format klasik sangat menarik bagi usia 30 tahun keatas. Lalu pendengar yang berusia 50 tahun lebih sangat menyukai format berita dan lagu-lagu jaman dulu (Morissan, 2008: 194).

4. Pengawasan dan evaluasi program

Proses pengawasan program dan evaluasi untuk menentukan seberapa mungkin suatu rencana dan tujuan dapat dicapai oleh stasiun radio, departemen, dan karyawan. Peter pringle menyatakan dalam proses pengawasan program, manajer program dapat melakukan beberapa hal sebagai berikut:

- ❖ Menentukan standar program stasiun radio.

- ❖ Mengawasi program sehingga sesuai dengan standar yang telah ditentukan.
- ❖ Menyimpan rekaman program yang telah disiarkan.
- ❖ Mengawasi dan mengarahkan para staff atau karyawan di suatu departemen.
- ❖ Memastikan pengeluaran suatu program tidak tidak melebihi dari yang telah dianggarkan.

BAB III

GAMBARAN UMUM RADIO KIJANG KENCANA 91,1 FM

A. Profil Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

1. Sejarah Berdirinya Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Pada awal berdiri pada tanggal 22 april 1968 sesuai dengan SK gubernur DT I Jawa Barat no. 201/SK/1968 dengan nama Studio Radio Daerah (sturada). Radio milik pemerintah daerah kabupaten indramayu ini, didirikan sebagai radio rri persiapan indramayu. Sturada indramayu melakukan siaran dari sisi Gedung pendopo indramayu mengudara pada gelombang pendek 119,71 meter. Bertugas menyebarluaskan informasi dan hiburan dengan cakupan daya pancar sewilayah 3 cirebon.

Pada era tahun 60an musik populer mulai merambah Indonesia, sturada tak mau kalah untuk menyajikan musik populer atau sering disebut musik pop. Meskipun dengan peralatan siaran sederhana, sturada telah melaksanakan program siaran langsung orkes keroncong empat sekawan yang dimainkan oleh musisi dan penyanyi keroncong indramayu. Kelompok musisi keroncong rutin mengisi acara live di studio pada malam hari.

Dalam perjalanannya sturada yang saat itu dipimpin oleh Bapak Harun Ar-Rasyid pindah lokasi ke jalan Yos Sudarso menempati Gedung BKOW (badan kerjasama organisasi wanita). Gedung tersebut saat ini ditempati oleh Badan Lingkungan Hidup.

Program acarapun semakin variatif, siaran langsung tidak hanya menampilkan orkes keroncong namun memproduksi juga sandiwara radio, apresiasi sastra budaya, membaca puisi, dan drama radio. Partisipasi masyarakat waktu itu menggunakan kiriman surat tulisan tangan, kemudian surat diganti dengan lembar kartu pilihan pendengar. Kartu tersebut disediakan oleh sturada dalam melayani permintaan lagu.

Ditempat ini pula radio yang semula bekerja pada frekuensi SW1 gelombang 119,71 meter berpindah ke frekuensi AM 1445 kHz gelombang 207,61 meter. Kepala sturada indramayu saat itu dijabat oleh Alm Bapak Harun Ar-Rasyid, dinilai sangat berjasa menyuguhkan program informasi dan hiburan meskipun hanya satu-satunya stasiun radio di indramayu.

Pada tanggal 29 oktober 1986 gubernur jawa barat saat itu diresmikannya gedung baru sturada di komplek BTN lama indramayu oleh Yogie S. Memet hingga saat ini. Atas kecintaannya terhadap sturada beberapa pihak menyumbangkan piringan hitam atau *long play* serta kaset pita berisi lagu-lagu berbagai aliran musik. Sturada mendapat kiriman terbanyak dari bapak haji dasuki dan endang rozukni fans dari kecamatan kertasemaya indramayu. Haji Dasuki menyumbangkan lagu-lagu pop barat manca negara berupa piringan hitam. Sedangkan Endang Rozukni merupakan penyumbang terbanyak irama ilustani atau lagu-lagu india, salah satu acara unggulan Sturada Indramayu saat itu memutar lagu-lagu india yang mayoritas diambil dari soundtrack ground. Acara yang disiarkan setiap malam senin ini bernama jogin (joget india) bersama penyiar Supriyatno atau Mas Pri.

Koleksi lagu-lagu selain dari sumbangsih dua orang tersebut, Sturada memperoleh kiriman kaset dan piringan hitam dari beberapa label rekaman via ekspedisi pos Indonesia dari perusahaan Lokananta, Remako, Musika, studio Yukawi, Iramatara, serta dari luar negeri seperti Inggris, Polidor, Amerika Dan Columbia record.

Sturada kini memiliki gedung sendiri seluas 900m persegi dan berganti nama pada tahun 1993 menjadi radio siaran pemerintah daerah (RSPD) frekuensi 97,8 FM. RSPD pernah dikunjungi oleh Bupati Indramayu H. Oppie Mustofa untuk melakukan peninjauan ke ruang siaran dan ruang pemancar.

Tidak hanya itu, RSPD indramaayu mendapatkan kunjungan Sturada Karawang yang mengadakan studi banding.

Berdasarkan keputusan Kepala Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat no 482/2427/BPSFR/2003 tanggal 15 mei 2003 resmi mengudara pada frekuensi 91,1 FM dengan nama Kijang Kencana atau K2 91,1 FM.

2. Visi, Misi Dan Tujuan Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Visi adalah arah strategis yang sangat penting bagi sebuah organisasi dan pedoman pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. visi yang bagus dapat menentukan apa yang ingin dicapai oleh organisasi. organisasi lalu menerapkan strateginya sehingga tercapai hasil yang komprehensif (Kuncoro, 2005: 55).

Sedangkan Misi adalah pernyataan tentang apa Implementasi oleh berbagai unit organisasi dan harapan mereka untuk mewujudkan visi organisasi. Sebuah misi juga dapat menjadi bagian dari sebuah visi, biasanya mencerminkan pedoman perilaku anggota organisasi. Oleh karena itu, sebuah organisasi umumnya hanya memiliki Sebuah visi, dan satu atau lebih misi untuk mewujudkan visi (Kuncoro, 2005: 60).

a. Visi

Visi radio K2 FM adalah “Melalui Radio Kijang Kencana Kita Wujudkan *Good Government*”.

b. Misi

Agar dapat tercapainya good *Good Government* sebagaimana tersirat dalam visi Radio K2 FM maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut

- 1) Menyampaikan informasi pembangunan.
- 2) Penyeimbang pemberitaan pemerintah.
- 3) Media komunikasi pemerintahan dan masyarakat.
- 4) Melestarikan seni dan kebudayaan daerah.

- 5) Andil dalam mencerdaskan masyarakat.
- 6) Mendukung keterbukaan informasi publik.
- 7) Meningkatkan nilai religius masyarakat.

c. Tujuan

Latar belakang berdirinya radio K2 FM adalah untuk menginformasikan pemberitaan terkait pemerintah kabupaten indramayu, serta menyiarkan program-program terkait budaya yang ada di indramayu. Tak lupa juga bahwasanya radio adalah media hiburan sehingga banyak sekali musik lokal dan pop yang diputar pada radio ini.

3. Identitas Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Nama radio	: Radio Kijang Kencana
Frekuensi	: 91,1 FM
Jarak jangkauan	: Radius 90 Km
Tower	: Self sporting
Ttinggi	: 207,61 meter
Service area	: Indramayu dan sekitarnya
Slogan radio	: Najan tua nambah gaya
Awal berdiri	: Tanggal 22 april 1968
Nama badan hukum	: Radio siaran pemerintah daerah (RSPD) Kijang Kencana
Ijin (IPP)	: Diskominfo indramayu
Ijin frekuensi	: Dishub indramayu
NPWP	: 31.590.127.2-437.000
Alamat studio	: Jl. Radio 06 Komplek BTN Lama indramayu
Telepon	: (0234) 272612
No HP	: 0877 2752 0911
Alamat email	: k2fmmanagement@gmail.com

Alamat website : www.k2911fm.com
Format siaran : Informasi, hiburan, dan Pendidikan
Format musik : Musik pop, dangdut, klasik, tembang Malaysia, dan religi

4. Perkembangan Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Radio K2 FM masih diakui keberadaannya oleh pemerintah Indramayu, hal itu disampaikan oleh Wakil Bupati Indramayu Drs. H. Supendi M.Si. pada saat menyampaikan usulan rancangan pemerintah daerah (Raperda) Indramayu. berencana mengubah status kelembagaan K2 FM menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL). Menyikapi usulan tersebut, Bupati bersama DPRD Indramayu membentuk Pansus II yang diketuai oleh bapak Alam Sukma Jaya.

Pansus tersebut ditugasi untuk melakukan kunjungan kerja dan studi banding terkait perumusan III buara perda yang salah satunya terkait LPPL Kijang Kencana FM. Kunjungan dilakukan ke Semarang Jawa Tengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI di Jakarta.

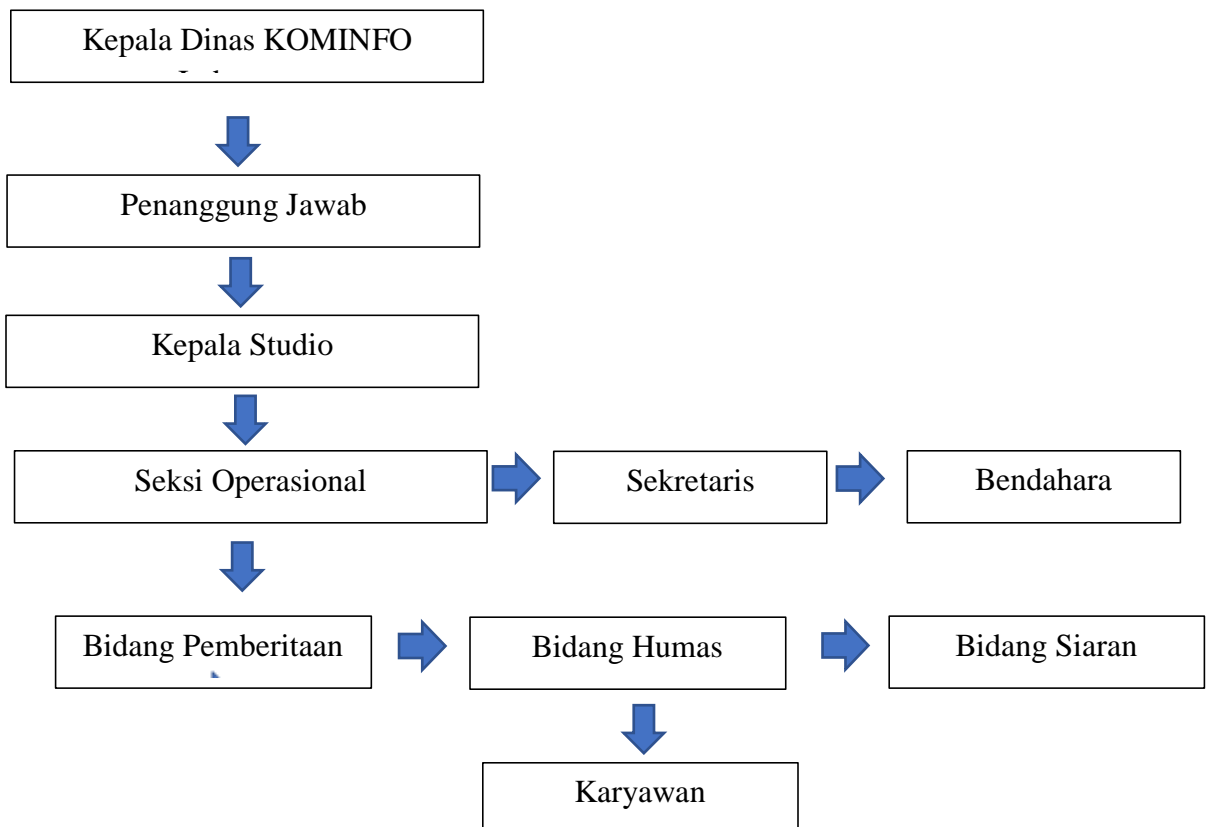
Akhirnya pada rapat paripurna di hari senin 20 april 2015, DPRD Indramayu menetapkan peraturan daerah tentang Lembaga Penyiaran Publik Lokal radio Kijang Kencana FM Indramayu.

Adapun pesan bupati terkait pengesahan tersebut “diharapkan peran radio daerah ini dapat lebih berfungsi sebagai Lembaga penyiaran publik. Dengan demikian tidak hanya kepentingan pemerintah daerah yang terinformasikan kepada publik, tetapi kepentingan publik juga akan terinformasikan. Dan ini tentunya dibarengi dengan adanya penerapan manajemen khusus Lembaga penyiaran publik lokal dan diatur lebih lanjut dengan peraturan Bupati.

5. Struktur Pegawai Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Penasehat	: Drs. Aan Hendrajana M., M.Si.
Penanggung Jawab	: H. Muhammad Rakhmat, SH MH
Kepala Studio	: Ciptadi, SH
Kepala Operasional	: Kusnaerih, S.Pd.
Seksi Operasional	: Teno
Pelaksana Harian	: Nunung
	: Imron Jagat
	: Muksin
	: Ugi
	: Ebod
	: Fitri
	: Haris

Susunan Pengelola Radio Kijang Kencana FM Indramayu



(Sumber Dokumen Radio K2 FM)

6. Program Siaran Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Komposisi program radio K2 FM memfokuskan pada program yang dapat didengar untuk kalangan menengah kebawah yang sebagian besar pendengarnya adalah muslim.

1) Komposisi Program

Berikut ini adalah komposisi program di radio K2 FM:

a) Hiburan

Unsur hiburan di acara radio K2 FM adalah 50% dari program siaran yang ada. Karena mempertimbangkan besarnya kebutuhan pendengar untuk hiburan agar dapat menyentuh emosi pendengar, seperti lagu pop, daerah, rock, klasik, reggae, dan religi.

b) Informasi

Dikarenakan radio ini dibawah naungan DISKOMINFO indramayu maka unsur informasi maka porsi informasi harus ada. Maka untuk porsi informasi dalam radio ini adalah 30%.

c) Pendidikan

Informasi dalam program K2 FM adalah 20% dari program yang ada. Pendidikan dalam radio ini seperti ceramah, kultum, membaca kitab dan lainnya, pendidikan dalam radio ini tidak hanya dari agama islam saja, tetapi ada juga dari agama lain.

2) Target Audience

80% pendengarnya dari kota indramayu dan sisanya berada di luar kota. Seperti Cirebon, Kuningan, dan Majalengka.

1. Segmentasi pendengar

Untuk menentukan segmentasi pendengar, radio K2 FM sendiri adalah radio pemerintah yang menawarkan hiburan daerah dan informasi. Segmentasi pendengar radio K2 FM khususnya seluruh masyarakat indramayu. Segmentasi dapat diwujudkan dalam program-program yang ada di radio tersebut, dan apabila stasiun radio tidak memiliki segmentasi pendengar maka radio itu tidak dapat membuat sebuah program.

Dalam menentukan segmentasi pendengar ada beberapa hal yang radio K2 FM lakukan yaitu: melakukan riset dengan akurat, menampung masukan pendengar di kotak saran, melakukan survei kepada pendengar melalui telepon dan sosmed.

2. Pola siaran

Menentukan segmentasi pendengar berkaitan dengan perencanaan dalam membuat program, perlunya proses perencanaan agar dapat berjalan dengan baik sebuah program tersebut. Pola siaran adalah program-program yang sudah diatur berdasarkan jenis, hari, dan waktu. Adapun perencanaan yang dibuat oleh K2 FM diantaranya:

a. Pola siaran harian

Pola siaran harian radio K2 FM adalah siaran yang meliputi program acara yang dimulai dari hari senin hingga hari sabtu secara langsung dari studio K2 FM.

b. Pola siaran pekanan

Pola siaran pekanan radio K2 FM adalah program yang disiarkan setiap pekannya seperti Mimbar Islam Ceramah (kamis), dan Hafidz On The Radio (sabtu).

PROGRAM ACARA HARIAN RADIO K2 FM

Pukul	Nama program
-------	--------------

07:00 - 09:00	Spirit Pagi
09:00 - 12:00	Rampak Dermayoen
12:00 - 12:15	Relay Adzan Sholat Dhuhur
12:15 - 14:00	Berita Dan Musik Pengantar Istirahat Siang
15:00 - 16:00	Drama Tarling Dan Sandiwara
16:00 - 17:30	Top Balada
17:30 - 18:15	Musik Religi Islam
18:15 - 20:00	Musik Pengantar Belajar
20:00 - 22:00	Zona Musik Lokal Senin : musik rock Selasa : musik pop Indonesia dan mancanegara Rabu : musik indie Kamis : tembang kenangan Jumat : reggae vibes Sabtu : top 40 indonesia pop
22:00 - 24:00	Zona Musik Daerah Senin : demenyar Selasa: demenyar Rabu : tembang klasik Kamis: karoekan Jumat : karoekan Sabtu : dangdut

(Sumber: Buku Profil Radio K2 FM)

PROGRAM ACARA PEKANAN RADIO K2 FM

Pukul	Nama program
18:15 - 20:00	Mimbar Islam Ceramah (Kamis)
15:00 - 16:00	Hafidz On The Radio (Sabtu)

DESKRIPSI PROGRAM ACARA UNGGULAN RADIO K2 91,1 FM

1. Spirit Pagi
Setiap hari : 07:00 - 09:00
Durasi : 120 menit
Isi acara : kajian dan ceramah
2. Rampak Dermayoen
Setiap hari : 09:00 - 12:00
Durasi : 180 menit
Isi acara : lagu-lagu dan kesenian daerah
3. Drama Tarling Sandiwara
Setiap hari (selain sabtu) : 15:00 - 16:00
Durasi : 120 menit
Isi acara : kesenian daerah indramayu dengan menggunakan rekaman dari kaset
4. Mimbar Islam Ceramah
Kamis : 18:15 - 20:00
Durasi : 105 menit
Isi acara : kajian dan ceramah islami
5. Hafidz On The Radio
Sabtu : 15:00 - 16:00
Durasi : 60 menit
Isi acara : kulture, mutiara hadis, dan pengajaran membaca alquran dengan benar

7. Peralatan Siaran Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu

Radio K2 FM memiliki beberapa peralatan diantaranya yaitu:

- a. Studio Siaran Meliputi:



Figure 1 Studio Siaran Radio K2 FM



Figure 2 Siaran Langsung

- 1) 1 Set Meja Siar
- 2) 1 Buah Komputer
- 3) 1 Buah Mixer
- 4) 3 Buah Headset
- 5) 3 Buah Microphone
- 6) 1 Buah Radio Tape
- 7) 1 Buah Mic
- 8) 1 Buah Phone Air

b. Studio Produksi



Figure 3 Studio Rekaman

- 1) 1 Buah Leptop
- 2) 1 Buah Speaker
- 3) 1 Buah Headphone
- 4) Tower
- 5) SLT Pemancar Dan Penerima
- 6) Studio Pemancar di menara dengan ketinggian 207,61 m akan membantu untuk memancarkan di luar daerah indramayu.

B. Program Siaran Hafidz On The Radio

1. Profil Program Hafidz On The Radio

Program acara hafidz on the radio adalah program religi yang berisi kulture, mutiara hadis, musik-musik religi, dan pengajaran membaca al-quran. Program ini di udarakan oleh radio K2 FM setiap hari sabtu pukul 15:00 hingga pukul 16:00 WIB.

Program Hafidz On The Radio ini lahir pada bulan April tahun 2017, program ini lahir karena adanya ide dari kepala studio setelah melihat data rendahnya tingkat baca al-quran di kota indramayu. Program hafidz on the radio

selama mengudara menjadi salah satu program unggulan di radio K2 FM, karena program acara ini memiliki ciri khas yaitu seringkali mengundang anak-anak SD hingga SMP dan juga memiliki komunitasnya sendiri. (Hasil wawancara dengan Pak Imron, Kamis 20 Januari 2022).

Hafidz On The Radio secara bahasa berasal dari kata hafiz yang artinya penghafal quran, dan *on the radio* yang artinya di radio, sehingga dapat disimpulkan bahwa hafiz on the radio adalah penghafal quran yang berada di radio. Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan pengetahuan untuk membaca alquran serta hiburan musik religi.

Hafidz On The Radio juga menerima request by phone. Penyiar melakukan siaran langsung kemudian akan di hubungkan jika ada pendengar yang ingin bertanya, request lagu, menitipkan salam ataupun pesan.

Musik yang di request oleh pendengar dalam program ini adalah solawat seperti: Allah Allah Aghisna Ya Rasulullah, Law Kanna Bainanal Habib, Antasalam. Dan lagu religi islam seperti: Ramadhan (Maher Zain), Sajadah Panjang (Noah), Insha Allah (Maher Zain FT Fadly), Jagalah Hati (Snada), Ramadhan Tiba (Opick), Rindu Muhammadku (Hadad Alwi).

Kultum yang disampaikan dalam program Hafidz On The Radio mencakup hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, dengan berlandaskan syariat islam. Pesan dakwah yang disampaikan oleh program Hafidz On The Radio disesuaikan dengan event di kalender, seperti peringatan Tahun Baru Islam, hari Maulid Nabi, Isra' Mi'raj, Idul Fitri serta Idul Adha dan hari besar islam lainnya. Tema lain yang pernah disampaikan oleh narasumber adalah yaitu keutamaan bersabar, keutamaan bersyukur, tinggalkan yang meragukan, amalan tergantung niat. Serta beberapa hadis Arbain An Nawawi. Pengajaran membaca alquran menghadirkan narasumber seperti anak kecil yang sudah hafal beberapa surat di dalam quran dengan dipandu oleh gurunya ketika siaran tersebut berlangsung. (Hasil wawancara dengan Mas Haris selaku penyiar, Kamis 20 Januari 2022).

Pesan yang disampaikan oleh program Hafidz On The Radio adalah solusi untuk permasalahan yang ada di dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Tentunya menyesuaikan dengan ajaran agama Islam. Pesan tersebut disampaikan dengan bahasa yang santun dan ringan agar mudah difahami oleh pendengar.

Program Hafidz On The Radio memiliki segmentasi pendengar umum. Sifat media yang dapat menjangkau luas pendengar maka dapat dinikmati oleh semua umur. Sehingga bahasa yang digunakan dalam program ini adalah bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh pendengar.

2. Job Description Unit Kerja Program Hafidz On The Radio

- a. Produser Pelaksana: Menjamin kelancaran proses siaran berlangsung, sehingga tercapainya acara yang berkualitas, meningkatkan jumlah target pendengar dari yang telah ditetapkan Lembaga.
- b. Pengarah Acara: Merumuskan dan menentukan strategi program siaran dalam format radio yang telah ditetapkan, salah satunya strategi aspek pendukung suksesnya siaran radio dengan memperhatikan kebutuhan pendengar. Menyusun rencana program kerja siaran jangka pendek serta menengah, mengarahkan serta mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja, serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektivitas dan efisiensi operasional penyiaran.
- c. Penyiar: Mempersiapkan dan bertanggungjawab berjalannya siaran.
- d. Operator: Mengoperasikan dan melakukan perawatan ringan atas peralatan studio siaran dan perangkat diluar siaran untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran.
- e. Ustad: Menyampaikan materi dakwah.

C. Strategi Dakwah Program Hafidz On The Radio

Strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna tercapainya tujuan dakwah secara maksimal, sehingga strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005:50). Strategi dakwah yang diterapkan oleh program Hafidz On The Radio di radio K2 FM meliputi:

1. Melakukan Pemetaan Dakwah

Pemetaan dakwah dilakukan untuk menyusun situasi dan kondisi mad'u, menyusun potensi yang dapat dikembangkan, serta memperjelas secara detail sasaran atau tujuan dakwah untuk menentukan kegiatan dakwah yang dapat dilaksanakan. Pemetaan dakwah diterapkan oleh program Hafidz On The Radio melalui cara mengenal mad'u atau sasaran dakwah.

Sasaran dakwah dalam program Hafidz On The Radio merupakan masyarakat yang beraneka ragam, mayoritas masyarakat indramayu yang terdiri dari berbagai *background* baik secara sosial dan ekonomi. Hal ini dikarenakan wilayah kota Indramayu yang berbatasan langsung antara kota Cirebon dengan Subang, hal tersebut membuat masyarakat indramayu memiliki dua bahasa yaitu sunda dan jawa. Apabila ditinjau dari letak stasiun siaran radio K2 FM yang berada di perkotaan kompleks perumahan BTN Lama karanganyar JL. Olahraga, maka sasaran program Hafidz On The Radio lebih menuju kepada masyarakat urban.

2. Menentukan Metode Dakwah

Dakwah dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu *bil hal*, *bil lisan*, dan *bil qalam*. Hafidz On The Radio karena program yang ada di radio, maka termasuk dakwah bil lisan dengan metode dakwah mauidzah hasanah. Di raadio K2 FM yang berperan sebagai dai dan penyiar dalam program Hafidz On The Radio menyampaikan dengan pengajaran yang baik, santun, tidak

memarahi, dan tidak menghardik. Program Hafidz On The Radio menggunakan pendekatan strategi sentimental, yaitu dakwah yang berfokus pada aspek hati dan menggerakkan perasaan serta jiwa sasaran dakwah, memberikan nasihat yang membangkitkan hati mad'u dengan kelembutan, santai dan sopan santun. Sikap lemah lembut dalam menyampaikan pesan dakwah dapat mendatangkan hidayah bagi hati yang keras, serta mendatangkan ketenangan jiwa.

Radio merupakan media dengar, sehingga selain menggunakan bahasa yang lembut, maka da'i ketika menyampaikan pesan dakwahnya harus jelas dan memakai bahasa yang sederhana karena sesuai dengan karakter radio yang bersifat sepintas. Sepintas berarti tidak dapat diulang isi materi yang telah disampaikan. Dengan demikian, pendengar akan lebih mudah memahami pesan dakwah yang disampaikan jika pesannya jelas dan menggunakan bahasa yang sederhana.

3. Evaluasi Program Hafidz On The Radio

Evaluasi program Hafidz On The Radio dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah yang telah dilakukan sudah sesuai dengan perencanaan atau tidak, sebagai alat ukur sejauh mana keberhasilan dakwah yang dicapai. Evaluasi dakwah dilaksanakan pada saat pelaksanaan dakwah dan selesainya pelaksanaan dakwah, untuk mengetahui apa saja kekurangan, hambatan, peluang, dan tantangan dakwah agar bisa dilakukan perbaikan yang meliputi sisi pembenahan dan rumusan dakwah yang lebih baik untuk kegiatan dakwah yang akan datang.

BAB IV
ANALISIS STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM
“HAFIDZ ON THE RADIO”

Pembahasan pada Bab II telah dijelaskan bahwa Supriyono (1990: 8) menyatakan: “strategi ialah suatu kesatuan rencana organisasi atau perusahaan yang komprehensif dan terpadu”. Sedangkan menurut Pimay (2005:50) “proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna tercapainya tujuan dakwah secara maksimal. Sehingga strategi dakwah ialah siasat, taktik, manuver yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah”.

Menurut Saerozi (2013: 54-55) agar kegiatan dakwah dapat tercapai sesuai dengan tujuan, maka ada beberapa strategi dakwah yang dilakukan oleh program Hafidz On The Radio, yaitu pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, melakukan evaluasi program dakwah.

A. Analisis Pemetaan Dakwah

Menurut Asmuni Syukir, ketika menyusun strategi dakwah harus memperhatikan beberapa asas dakwah, salah satunya ialah asas sosiologis. Asas tersebut merujuk kepada permasalahan yang berkaitan erat dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, seperti situasi politik, keamanan, ekonomi, dan kehidupan dalam beragama di masyarakat sepenuhnya diarahkan pada keeratan persaudaraan, agar tidak ada pembatas diantara elemen dakwah baik pada subyek maupun obyek dakwah.

Asas sosiologis menjadi salah satu acuan program Hafidz On The Radio dalam menerapkan strategi dakwahnya. Sasaran dakwah dalam program Hafidz On The Radio apabila dilihat dalam sudut pandang sosiologis merupakan perpaduan antara masyarakat pesisir dengan masyarakat perkotaan, kondisi beragama masyarakat Indramayu juga multi agama. Kondisi

masyarakat menjadi pertimbangan penyiar ketika menyampaikan pesan dakwahnya, karena masyarakat Indramayu memiliki berbagai macam agama berbeda yang dianut oleh masyarakat, mayoritas beragama islam maka dalam pemilihan lagu yang diputarkan juga sesuai dengan request pendengar. Sehingga dakwah yang disampaikan sesuai dengan kondisi pendengar yang menikmati. Keberhasilan dakwah dapat terlihat dari tersampainya materi dakwah yang tepat kepada sasaran, salah satu faktor yang mempengaruhi tersampainya pesan dakwah adalah cara penyampaian pesan dakwah dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh pendengar. Penyiar dalam program Hafidz On The Radio memakai bahasa yang mudah dimengerti, yaitu bahasa Indonesia yang santai tetapi sopan. Bahasa dan cara bicara yang santai digunakan oleh program Hafidz On The Radio membuat pendengar dapat berbincang dengan akrab.

pak Imron staff bidang penyiaran radio K2 FM mengatakan bahwa:

“bahasa yang digunakan dalam program Hafidz On The Radio sangat mudah dipahami. Hafidz On The Radio sangat cocok untuk kalangan muda dan dewasa, karena bahasa yang digunakan dapat mudah dimengerti oleh segala usia”

Menentukan Format Siaran. Format yang disuguhkan dalam program acara Hafidz On The Radio adalah perpaduan antara dua program format acara. Pertama adalah format dakwah. Dalam format ini penyiar akan mengarahkan narasumber untuk menyampaikan kultum mencakup hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, lalu menyampaikan mutiara hadis, dan terakhir pengajaran membaca alquran biasanya dengan menampilkan hafiz cilik. Dalam menampilkan hafiz cilik tersebut akan dipandu oleh gurunya ketika on air didalam studio.

Kedua, format *dialog by phone*. Dialog ini menjadi salah satu metode dakwah yang efektif, karena didalamnya ada dialog interaktif antara da'i

(komunikator) kepada mad'u (komunikan), salam silaturahmi kepada pendengar lain, dan request lagu antara pendengar dengan penyiar dengan media telepon. Dengan menggunakan sarana SMS dan telepon yang disediakan oleh pihak radio, akan memudahkan pendengar untuk menyampaikan pertanyaan dan pesannya. Sehingga penyiar dapat memenuhi keinginan pendengar saat itu juga. Radio K2 FM juga menyediakan sarana melalui media sosial bagi mereka yang mendengarkan via streaming.

Penggunaan bahasa Indonesia dan gaya bicara yang santai menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki oleh program Hafidz On The Radio. Bahasa yang digunakan disesuaikan dengan sasaran dakwah, yaitu masyarakat Indramayu, dan masyarakat perkotaan menjadi sasaran dari program Hafidz On The Radio. Dengan demikian, bahasa yang digunakan oleh program Hafidz On The Radio tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia saja, tetapi ada campuran bahasa Jawa dan Sunda seperti “nggeh matursuwun” dan “haturnuhun” apabila yang menelpon adalah orang yang lebih tua. Apabila anak muda maka kata tersebut jarang digunakan.

Keunggulan yang dimiliki oleh program Hafidz On The Radio adalah ketika menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan bahasa Indonesia dan cara bicara yang santai sehingga mudah dipahami. Program ini menarik untuk didengarkan, karena selain bermuatan dakwah program ini juga ada hiburan yaitu selingan musik religi dan program ini menjadi lebih menarik lagi dengan adanya obrolan antara pendengar dengan penyiar.

Program ini memiliki sisipan ketika siaran berlangsung yang menjadi ciri khas program Hafidz On The Radio, karena tidak ada program dakwah yang ada sisipan di radio K2 FM yang menyampaikan kata mutiara dan hadis-hadis pendek.

Implementasi radio K2 FM sebagai radio siaran pemerintah daerah di indramayu sangat berperan dalam menyebarkan dakwah. Dialog interaktif antara narasumber dengan pendengar ataupun titip salam dan pesan menjadi sebuah penghormatan terhadap pendengar, sehingga ketika menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang santai dan santun diharapkan pesan dakwahnya dapat tersampaikan dengan baik.

Peluang yang dimiliki program Hafidz On The Radio sebagai program dakwah sangatlah besar, dikarenakan program ini yang unik menampilkan hafidz cilik dan juga saat ini masih sedikitnya program dakwah yang ada di wilayah indramayu. Radio K2 FM menjadi radio siaran pemerintah daerah yang mendukung umat islam dalam berdakwah.

Pada dasarnya dakwah adalah usaha untuk menyampaikan syariat ajaran islam kepada manusia untuk tercapainya kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat. Dakwah hendaknya mengembangkan kearifan dan fitrah manusia sehingga mampu memahami hakekat hidup sejatinya berasal dari Allah dan kemudian Kembali Kepada-Nya. Sehingga, dakwah merupakan proses memanusiakan manusia dalam tahap perubahan sosial=kultural yang membentuk tatanan kehidupan masyarakat yang harmonis. Maka dari itu, dibutuhkan pemikiran dakwah yang inovatif untuk dapat mengubah pemahaman yang tertutup menjadi pemahaman yang terbuka.

Penyampaian dakwah melalui radio, khususnya dalam program Hafidz On The Radio ini diharapkan mampu membuka pola pikir masyarakat indramayu dalam pemahaman ajaran islam. Kehadiran program Hafidz On The Radio memiliki tujuan untuk memberikan pencerahan dan hiburan kepada pendengar tentang pemahaman ajaran agama islam sesuai dengan alquran dan hadis. Tugas da'I adalah membangkitkan semangat dakwah para pendengar agar dapat mengembangkan masyarakat yang islami.

Menentukan Jadwal Siaran. Jadwal siaran sangatlah penting, karena hal ini merupakan langkah awal untuk membuat perencanaan dari suatu strategi. Jadwal siaran program Hafidz On The Radio diudarakan setiap hari sabtu, mulai pukul 15:00 hingga pukul 16:00 WIB. Pemilihan jadwal siaran ini adalah langkah strategis, agar pesan dakwah yang disampaikan dalam program Hafidz On The Radio dapat diterima dengan baik oleh pendengar. Program Hafidz On The Radio diudarakan untuk mengisi waktu saat bersantai di akhir pekan pada sore hari. Tujuan dari program Hafidz On The Radio untuk mengingatkan kepada pendengar mengenai ajaran agama Islam serta cara membaca alquran yang benar.

Program Hafidz On The Radio melakukan pemetaan dakwah dengan cara menentukan jadwal siaran. Program Hafidz On The Radio disiarkan setiap hari sabtu pukul 15:00 hingga 16:00 WIB dinilai sangat efektif, karena pada jam tersebut adalah waktu istirahat setelah beraktifitas di akhir pekan. Penentuan jadwal siar ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh program Hafidz On The Radio, agar kegiatan dakwah dapat terlaksana dengan baik sesuai yang diharapkan.

Program Hafidz On The Radio melakukan pemetaan dakwah dengan cara diatas dikarenakan pada jam tersebut sebagian masyarakat telah selesai melakukan rutinitasnya. Program Hafidz On The Radio ini diharapkan dapat mampu melepaskan lelah dan penat pendengar dari rutinitasnya di akhir pekan, serta dapat mencerahkan hati pendengar agar selalu mengingat untuk selalu dekat kepada Allah SWT melalui program ini.

Teno selaku seksi operasional radio K2 FM menjelaskan bahwa:

“program Hafidz On The Radio mempunyai tujuan untuk meningkatkan nilai religious masyarakat, apalagi saat sore hari selesai beraktifitas tentunya orang akan merasa penat dengan rutininas hariannya, dengan mendengarkan program Hafidz On The Radio ini diharpkan dapat menyegarkan kembali suasana pikiran dan hati para

pendengar. Mengingatkan kepada pendengar bahwasanya kehidupan sejatinya di akhirat dan di dunia hanyalah jalan untuk menuju akhirat tersebut”.

Adanya sisipan dan musik-musik religi juga menjadi kekuatan program ini agar pendengar terhibur dan tidak jenuh saat mendengarkan program tersebut, pendengar dapat menyimak sisipan yang menarik seperti: kata-kata mutiara, hadis pendek, dan doa sehari-hari.

Radio K2 FM Indramayu sebagai radio siaran pemerintah daerah berbasis informasi dibawah naungan DISKOMINFO Indramayu, turut andil dalam memberikan layanan untuk kebutuhan masyarakat, berupa informasi pembangunan, pelestarian seni dan budaya lokal, mencerdaskan masyarakat, dan meningkatkan nilai religius masyarakat. Pengajaran agama islam yang disampaikan da'i dalam program Hafidz On The Radio bersifat netral, tidak merendahkan agama lain.

Program Hafidz On The Radio sesuai dengan filosofinya, berasal dari kata Hafidz yang bermakna hafal quran dan on the radio yang artinya di dalam radio. Memilih nama bagi suatu program adalah salah satu hal yang penting, nama suatu program acara berfungsi untuk menggambarkan makna dari program yang akan diudarkan tersebut. Saat memilih nama program, pembuat program harus memilih nama yang dapat menjelaskan program dan menempatkan program agar mudah diingat oleh pendengar. Pendengar dapat mengetahui karakteristik suatu program dari nama yang digunakannya, begitu pula dengan program Hafidz On The Radio sudah dapat mencerminkan bahwa program tersebut adalah program dakwah yang berformat edukasi dan ada pesan dakwahnya.

Program Hafidz On The Radio tidak terlepas dari karakteristik radio K2 FM sebagai radio informasi dan edukasi. Penamaan program Hafidz On The Radio berorientasi pada islam dan dakwah. Strategi dakwah yang dilakukan

oleh program Hafidz On The Radio merupakan langkah yang tepat dengan cara melakukan pemetaan dakwah.

B. Analisis Dalam Menentukan Metode Dakwah

Metode dakwah yang dilakukan program Hafidz On The Radio adalah penyampaian pesan secara uraian dan langsung. Menyampaikan pesan dakwah secara terurai adalah menyiapkan inti dari materi yang akan disampaikan lalu diuraikan tanpa menggunakan teks dan disiarkan secara langsung. Pesan dakwah yang disampaikan secara uraian karena format program Hafidz On The Radio yang bersifat dialog interaktif. Sedangkan menyampaikan pesan dakwah secara langsung dilakukan oleh da'I dalam melakukan kultum dan pengajaran alquran, tetapi bisa juga dilakukan oleh penyiar dan juga pendengar yang melakukan telepon atau SMS yang mengirimkan pesan singkat tersebut. Sementara metode menghafal quran yang dilakukan oleh para hafidz dalam program ini adalah menggunakan metode kaunyy.

Strategi Mauidzah Hasanah, program Hafidz On The Radio merupakan program siaran yang ada di dalam radio, sehingga secara otomatis termasuk kedalam dakwah bil lisan dengan metode mauidzah hasanah.

Haris selaku penyiar mengatakan bahwa:

“penyiar dan da'I di dalam radio K2 FM menyampaikan pesannya dengan santun dan pengajaran yang baik, tidak menghardik, tidak memarahi, dan tidak membuka aib penerima dakwah. Program Hafidz On The Radio menggunakan pendekatan sentimentil, yaitu dakwah yang berfokus pada aspek menggerakkan hati atau perasaan sasaran dakwah, sehingga memberikan nasihat dengan kelembutan dan santun”.

Penyampaian pesan singkat secara dialog dan format siaran secara *live* menjadi kekuatan sekaligus kelemahan program Hafidz On The Radio. Karena, tidak semua pendengar bisa memberikan *feedback* atau umpan balik untuk materi yang telah disampaikan. Solusi yang dapat dilakukan oleh radio K2 FM

adalah dengan memberikan wadah untuk menampung respon dari pendengar. Salah satunya dengan memberikan wadah di media sosial sebagai sarana untuk pendengar yang belum sempat menyampaikan pesannya. Media sosial yang sering digunakan seperti facebook, email, dan twitter.

Selain sebagai sarana untuk memberikan *feedback*, media sosial juga berguna untuk mempublikasikan materi dakwah yang telah disampaikan. Hal ini dapat menutupi kekurangan radio yang bersifat sepiantas. Jika pendengar kurang mengerti atau ingin mendengarkan kembali materi dakwah yang telah disampaikan, maka pendengar dapat mengunjungi media sosial untuk melihat kembali materi yang telah disampaikan.

Dakwah dapat dikatakan efektif jika da'I memperoleh perhatian dari khalayak terhadap materi dakwah yang disampaikan oleh da'I. Pesan yang disampaikan berdasarkan pada pengalaman yang selaras dengan mad'u, sehingga timbulnya satu pemahaman. Da'I ketika akan menyampaikan materi dakwah hendaknya memahami terlebih dahulu keadaan dari mad'u tersebut. Da'I menyampaikan pesan dakwah harus sesuai dengan karakteristik masyarakat kota indramayu, yang memiliki berbagai latar belakang agama yang berbeda. Maka pesan dakwah yang disampaikan penyiar tidak boleh menyudutkan agama dan golongan yang berbeda.

C. Analisis Pada Evaluasi Program Hafidz On The Radio

Evaluasi program Hafidz On The Radio dilakukan oleh seksi operasional program setiap tiga bulan sekali, serta mengevaluasi bersama penyiar. Seksi operasional radio K2 FM mengevaluasi program Hafidz On The Radio dengan cara menyaring isi dari materi dakwah yang disampaikan oleh da'I dan penyiar. Materi dalam naskah uraian yang akan disiarkan dapat dicek terlebih dahulu sebelum disiarkan untuk disampaikan kepada pendengar. Dakwah melalui radio juga mempermudah da'I dalam berdakwah, karena

melalui radio tidak perlu melewati proses yang rumit. Da'I hanya menyiapkan materi, kemudian menyampaikan di depan mikrofon dan dapat diuraikan oleh da'I kemudian disimpulkan oleh penyiar. Setelah melewati tahap editing isi tema pesan dakwah maka materi dapat disampaikan kepada pendengar.

Topik yang disampaikan oleh da'I ditentukan oleh penyiar tak lepas dari evaluasi, hal tersebut dilakukan agar topik yang disampaikan berhubungan dengan materi yang dibutuhkan oleh pendengar. Sehingga penyiar biasanya menyesuaikan topik dengan situs online seperti www.kompas.com atau www.detik.com.

Selain itu materi juga disesuaikan dengan event kalender yang ada, seperti hari libur nasional dan peringatan hari besar islam. Penggunaan materi dakwah yang disesuaikan dengan event-event di kalender juga berfungsi sehingga materi yang digunakan lebih variatif, dan *update* dengan isu yang sedang hangat diperbincangkan. Dengan demikian, pendengar selalu mendapatkan pencerahan agama yang *up to date*. Hal inilah yang membuat program Hafidz On The Radio masih diminati oleh pendengar, walaupun saat ini semakin merebak program radio dakwah.

Menambahkan Insert Yang Menarik Pendengar. Insert ialah sisipan, sisipan yang berupa kata mutiara islam dan pesan singkat yang dapat diambil hikmahnya. Pesan tersebut biasanya disampaikan oleh pendengar maupun penyiar. Adanya insert ini yang membuat program Hafidz On The Radio menarik pendengar. Selain itu ada juga sisipan doa sehari-hari yang diputarkan penyiar seperti doa makan, doa perjalanan, doa mendengar azan. Sisipan tersebut disampaikan ketika pertengahan program acara berlangsung.

“Sisipan pesan singkat tersebut berdurasi sekitar 3-4 menit. Hanya berupa kata mutiara islami, doa sehari-hari pesan singkat islam, dan juga info-info pengajian atau event yang akan berlangsung. Selain pendengar dapat mendengarkan musik yang diputarkan, pendengar juga dapat mendengarkan

insert yang bermanfaat ini” (Wawancara dengan Teno selaku seksi operasional radio K2 FM Indramayu).

Kegiatan dakwah yang efektif selain dinilai dari pesan dakwah yang diselaraskan dengan situasi dan kondisi pendengar, juga dapat diukur dari metode yang digunakan oleh da'i. Kegiatan dakwah dalam program Hafidz On The Radio cukup efektif, hal tersebut diukur dari berbagai berbagai strategi dakwah yang dilakukan program Hafidz On The Radio. Efektivitas ini pula dapat diukur antara waktu dan tenaga yang dikeluarkan seimbang, serta pesan dakwah diterima dengan baik oleh pendengar. Hal tersebut sesuai dengan asas efektivitas dan efisiensi dakwah, yaitu berfokus kepada usaha yang semaksimal mungkin dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan penulis, strategi dakwah yang diterapkan oleh program Hafidz On The Radio ini sudah tepat. Berdasarkan pemilihan *time schedule* hingga materi yang disampaikan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Format program Hafidz On The Radio yang bersifat dialog seharusnya dapat diimbangi dengan mempublikasikan isi materi siaran lewat media sosial seperti Youtube dan Instagram. Mempublikasikan lewat media tersebut juga dapat meningkatkan *feedback* bagi program ini.

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, saat ini siaran radio K2 FM dapat dinikmati melalui radio straming di [K2-911 FM | KIJANG KENCANA | RSPD INDRAMAYU \(indramayukab.go.id\)](https://www.kijangkencana.com/rspid-indramayu)

“Munculnya radio atau program dakwah dimana-mana tidak menjadi ancaman terhadap program Hafidz On The Radio. Pihak radio K2 FM turut senang dengan hadirnya berbagai radio swasta yang didalamnya terdapat program dakwah, sehingga muatan dakwah lebih bervariasi. Sehingga

pendengar dapat memilih channel yang disukainya” (Hasil wawancara dengan Teno selaku Seksi Operasional radio dan pengarah acara Program Hafidz On The Radio, pada tanggal 22 Januari 2022).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Program Hafidz On The Radio ketika menyampaikan pesan dakwahnya menerapkan berbagai strategi, diantaranya melakukan pemetaan dakwah, menentukan metode dakwah, serta melakukan evaluasi pada program Hafidz On The Radio. Pemetaan dakwah dilakukan untuk mengetahui target dakwah dan mengetahui metode dakwah yang dapat diterapkan. Keberhasilan strategi dakwah yang diterapkan oleh program Hafidz On The Radio juga didukung oleh dua faktor lingkungan, yaitu faktor internal dan eksternal yang telah uraikan dalam Bab IV. Faktor internal berasal dari kekuatan serta kekurangan yang dimiliki oleh program Hafidz On The Radio, sementara faktor eksternal berasal dari luar program Hafidz On The Radio.

Kelebihan yang dimiliki program Hafidz On The Radio berasal dari bahasa yang dipakai, yaitu bahasa Indonesia yang santai dan santun. Menentukan jadwal siaran menjadi kekuatan program Hafidz On The Radio, dikarenakan program ini disiarkan pada pukul 15:00 – 16:00 WIB dengan hiburan musik religi dan iklan layanan masyarakat. Program Hafidz On The Radio memiliki keunggulan dalam format acaranya yang disiarkan secara langsung beserta adanya respon dari pendengar secara live lewat telepon dan SMS. Kekurangan yang dimiliki program Hafidz On The Radio ketika membuka telepon interaktif dengan pendengar, terkadang pendengar memberikan feedback yang tidak sesuai dengan tema yang ada, lalu kekurangan lainnya seperti tidak menayangkan siaran di Instagram dan Youtube.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan “Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Dalam Program Hafidz On The Radio” maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi dakwah yang diterapkan oleh

program Hafidz On The Radio, dapat mempertahankan identitas radio K2 FM sebagai radio yang mendidik masyarakat. Materi dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak, karena materi dakwah yang disampaikan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami serta berisi materi yang berkaitan dengan problematika masyarakat. Durasi siaran selama satu jam dengan jeda musik dan iklan layanan masyarakat (info kajian dan lainnya) yang menjadi salah satu faktor keberhasilannya.

B. Saran

Sebelum penulis menyelesaikan tulisan ini ada beberapa saran yang ingin disampaikan untuk pihak radio K2 FM dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kepada pengelola dan staff program Hafidz On The Radio disarankan melakukan live streaming melalui Instagram, Youtube, dan bahkan Spotify sehingga lebih banyak feedback atau respon dari pendengar dari materi yang disampaikan.
2. Kepada penyiar untuk sebisa mungkin lebih akrab dan ramah serta lebih sering menanggapi dari percakapan dengan pendengar sehingga kegiatan selama siaran lebih bersahabat antara pendengar dengan penyiar.
3. Kepada da'I di program Hafidz On The Radio hendaknya mencari referensi buku-buku yang lebih banyak sehingga materi yang disampaikan dapat bervariasi dan pendengar tidak akan jenuh setiap mendengarkannya.

C. Penutup

Demikian pemaparan hasil penelitian yang dapat penulis lakukan, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan tulisan ini. Dibalik kelemahan dan kekurangan tulisan ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bayanuni, Abu Al-Fath. 2021. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Astuti, Santi Indra. 2017. *Jurnalistik Radio*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, Mohammad Ali. 2008. *Ilmu Dakwah*. Surabaya: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafidz. 2005. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama RI. 2004. *Al-Qur'an Dan Terjemahan Untuk Wanita*. Bandung: Wali Oasis Terrace Resident.
- Pimay, Awaludin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis*, Semarang: RaSail.
- Rismawati, Ending. 2018. *Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani*.
- Sadiyah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudjana, Nana. 1991. *Tuntutan Karya Ilmiah : Makalah, Tesis, Disertasi*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi. 2014. *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukayat, Tata. 2019. *Ilmu Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andioffset.

Tim Keilmuan Lembaga Imam Dan Khatib. 1998. *Sirah Nabawiyah Dan Da'wah*. Jakarta: Wamy.

<http://zamrishabib.wordpress.com>

<http://islamcendikia.com>

[Radio Masih di Hati - Teknologi | \(rri.co.id\)](http://radio.masihdihati.com)

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**PEMERINTAH KABUPATEN INDRAMAYU
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN, PENELITIAN
DAN PENGEMBANGAN DAERAH**

Jl. Letjen. S. Parman No. 15 Telp. (0234) 271722, 272798 Fax. 271711 – Indramayu
Telp. Fax. (0234) 271711 Website : [Http://bappeda.indramayukab.go.id](http://bappeda.indramayukab.go.id) Email : bappedaimy@gmail.com

SURAT REKOMENDASI

Nomor: 070/36/ltbbang

1. Yang bertandatangan dibawah ini : Kepala Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Indramayu.
Berdasarkan Surat dari : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Nomor: 41/Un.10.4/K/KM.05.01/01/2022 Tanggal 3 Januari 2022 Perihal Permohonan Ijin Riset.

Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada:

a.	Nama	:	Azmi Rahmatullah NIM: 1601026169
b.	No Tlp/Email	:	08995827774/azmi.rahmatullah16@gmail.com
c.	Pekerjaan	:	Mahasiswa UIN Walisongo
d.	Maksud	:	Surat Izin Riset
e.	Judul	:	Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu dalam Program Hafidz <i>On The Radio</i>
f.	Lokasi	:	Kabupaten Indramayu
g.	Lokasi/Lembaga yang dituju	:	Stasiun Radio Kijang Kencana 91,1 FM Kabupaten Indramayu

2. Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan/fasilitas yang diperlukan.
3. Setelah selesai melaksanakan kegiatan penelitian agar menyerahkan laporan secara tertulis kepada Bappeda Kabupaten Indramayu.
4. Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Indramayu, 7 Januari 2022

Kepala Badan Perencanaan Pembangunan,
Penelitian dan Pengembangan Daerah
Kabupaten Indramayu





**PEMERINTAH KABUPATEN INDRAMAYU
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

Jl. Letjend. S. Parman No. 19 Telp (0234) 272698 Fax (0234) 272698

Email : diskominfo@indramayukab.go.id

INDRAMAYU-45211

Indramayu, 06 Januari 2022

Nomor : 800/ 30 -Sekre
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Riset

Kepada

Yth. Dekan Kepala Fakultas Dakwah
dan Komunikasi UIN Walisongo
Semarang
di
Tempat

Menindaklanjuti surat Saudara Nomor: 41/Un.10.4/K/KM.05.01/01/2022, tanggal 03 Januari 2022, hal Permohonan Ijin Riset atas nama Azmi Rahmatullah, pada dasarnya kami tidak keberatan dan menerima mahasiswa tersebut untuk melaksanakan Riset Observasi Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Indramayu, dengan azas saling memberi manfaat.

Adapun waktu Riset Observasi Lapangan tersebut mulai tanggal 06 Januari s.d. Februari 2022, dengan catatan:

1. Mahasiswa Observasi Lapangan harus mematuhi tata tertib di lingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Indramayu.
2. Apabila selama waktu Observasi Lapangan, Mahasiswa yang melanggar hukum atau terjadi hal-hal yang tidak diinginkan menjadi tanggungjawab Mahasiswa yang bersangkutan dan pihak kampus.
3. Mahasiswa tersebut di atas membawa Surat Keterangan Vaksin atau Sertifikat Vaksinasi Covid-19.

Demikian atas perhatiannya, kami sampaikan terima kasih.

KEPALA DINAS
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
KABUPATEN INDRAMAYU



Drs. AAN HENDRAJANA M., M.Si
Pembina Utama Muda IV/c
NIP 19680528 198803 1 002

Tembusan :
Yth. I. Bupati Indramayu (sebagai laporan)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor: 41/Un.10.4/K/KM.05.01/01/2022

Semarang, 03 Januari 2022

Lamp. : 1 (satu) bendel

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.
Kepala DISKOMINFO Indramayu
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

N a m a : Azmi Rahmatullah
NIM : 1601026169
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Lokasi Penelitian : Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu
Judul Skripsi : Strategi Dakwah Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu
Dalam Program Hafidz On The Radio

Bermaksud melakukan riset penggalan data di Radio Kijang Kencana 91,1 FM Indramayu. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

SITI BARARAH

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang







Draft Wawancara

1. Apa Format Radio K2 FM Indramayu?
 - Radio K2 FM merupakan radio informasi, edukasi, budaya dan hiburan
2. Bagaimana Sejarah Program Hafidz On The Radio?
 - Jadi, Program Hafidz On The Radio lahir karena adanya usulan dari Ibu Hj ilah selaku pimpinan pondok tahfidz Abu Hurairah lalu pengelola radio K2 FM melihat rendahnya tingkat baca al-quran di kota indramayu, maka dari itu pada tahun 2017 pengelola radio K2 FM membuat program Hafidz On The Radio untuk bekerjasama bertujuan agar masyarakat indramayu dapat membaca dan memahami al-quran dengan benar
3. Bagaimana prosedur acara program Hafidz On The Radio?
 - Program ini termasuk salah satu program unggulan di radio K2 FM. Seperti biasa siarannya dipandu atau dibuka oleh penyiar terlebih dahulu, lalu da'I memaparkan materinya kepada pendengar. Kemudian penyiar membuka sesi dialog interaktif jika ada pendengar yang ingin bertanya, mengirim pesan, hingga request lagu.
4. Apa tujuan program hafidz on the radio?
 - Tujuannya sama seperti program dakwah lainnya yaitu menyampaikan dakwah, hanya saja program Hafidz On The Radio berbeda karena dakwah yang disampaikan memiliki keunikan yaitu menghadirkan hafidz cilik untuk siaran, serta menggunakan kata Mutiara, hadis-hadis singkat, dan juga lagu-lagu islami
5. Kapan program Hafidz On The Radio diudarkan?
 - Program hafidz on the radio diudarkan setiap hari sabtu pukul 15:00 – 16:00
6. siapa sasaran pendengar program Hafidz On The Radio?

- sasarannya adalah masyarakat umum, dan secara khusus adalah para pelajar SMP hingga SMA
7. Apa yang membedakan program Hafidz On The Radio dengan program lainnya?
 - Yang membedakan dengan program lainnya adalah pesan yang disampaikan memiliki keunikan yaitu menghadirkan hafidz cilik untuk siaran, serta menggunakan kata Mutiara, hadis-hadis singkat, dan juga lagu-lagu islami. Tidak hanya itu di program ini juga biasanya terdapat info-info pengajian serta bacaan doa-doa pendek sehari-hari disela acara berlangsung.
 8. Bagaimana strategi dakwah yang digunakan dalam program Hafidz On The Radio?
 - Strategi dakwah yang digunakan dalam program ini yaitu dengan menentukan time schedule yang tepat untuk pendengar, format siaran yang menghadirkan musik religi sehingga pendengar dapat terhibur dan tidak bosan, hingga sisipan pesan singkat islami yang disampaikan da'I dan juga pendengar.
 9. Bagaimana strategi dakwah dengan pemetaan dakwah dalam program Hafidz On The Radio
 - Pemetaan dakwah diterapkan untuk mengetahui situasi dan kondisi pendengar, menggali potensi yang dapat dikembangkan, hingga memperjelas secara detail sasaran dakwah guna menentukan kegiatan dakwah yang dapat dilakukan. Pemetaan dakwah diterapkan oleh program hafidz on the radio dengan cara mengetahui mad'u atau sasaran dakwah yang dituju. Kondisi masyarakat yang memiliki keberagaman dalam beragama, maka hal tersebut menjadi pertimbangan penyiar dalam menyampaikan program ini, maka dalam hal pemilihan lagu yang diputarkan akan mengikuti sesuai dengan request pendengar. Sehingga pesan dakwah yang disampaikan sudah sesuai dengan keinginan para pendengar dan pendengar dapat menikmatinya. Keberhasilan dakwah dapat dilihat dari tersampainya materi dakwah kepada pendengar, salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya tersampainya pesan dakwah dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.

10. Bagaimana strategi dakwah dengan menentukan metode dakwah dalam program hafidz on the radio?
- Hafidz On The Radio merupakan program dalam media radio, maka secara otomatis termasuk kedalam dakwah bil lisan dengan metode mauidzah hasanah. Penyiar dan da'I dalam radio K2 FM menyampaikan pesannya dengan santun dan pengajaran yang baik, tidak menghardik, tidak memarahi, dan tidak membuka aib atas kesalahan penerima dakwah. Program hafidz on the radio menggunakan pendekatan sentimentil, yaitu dakwah yang fokus pada aspek menggerakkan hati atau perasaan sasaran dakwah, memberikan nasihat dengan kelembutan dan santun.
11. Bagaimana strategi dakwah dengan evaluasi program dalam program hafidz on the radio?
- Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah yang dilakukan sudah sesuai dengan perencanaan atau belum, serta sebagai alat ukur sejauh mana kesuksesan dakwah yang dicapai. Evaluasi dakwah diterapkan pada saat kegiatan dan setelah pelaksanaan kegiatan, untuk mengetahui apa saja kekurangan, hambatan, peluang, dan juga tantangan dalam berdakwah. Yang kemudian ditemukannya perbaikan dalam hal pembenahan, perumusan dakwah, hingga pembinaan yang lebih baik lagi untuk kegiatan dakwah kedepannya.
12. Apa kelebihan dan kekurangan program Hafidz On The Radio?
- Kelebihannya adalah pesan yang disampaikan memiliki keunikan yaitu menghadirkan hafidz cilik untuk siaran, serta menggunakan kata Mutiara, hadis-hadis singkat, dan juga lagu-lagu islami. Tidak hanya itu di program ini juga biasanya terdapat info-info pengajian serta bacaan doa-doa pendek sehari-hari disela acara berlangsung. Dan kekurangannya adalah belum memaksimalkannya media sosial seperti Instagram dan Youtube.
13. Apa harapan bapak selaku staff penyiaran dalam radio kijang kencana khususnya program Hafidz On The Radio?

- Saya berharap radio memiliki lebih banyak pendengar terutama dalam program dakwah, agar radio K2 FM dapat terus mengudara. Untuk program Hafidz On The Radio semoga semakin banyak komunitasnya dan pecinta lagu islami yang mengoleksi lagu-lagunya.
14. Bagaimana cara penyiar dan da'i dalam menyampaikan pesannya dalam program hafidz on the radio ini?
- Penyiar dan da'I biasanya menyampaikan pesannya dengan santun serta keakraban dengan pendengar
15. Bagaimana feedback pendengar terhadap program Hafidz On The Radio?
- Respon yang diberikan pendengar bagus sekali banyak SMS dan telepon untuk bertanya, request lagu dan mengirim pesan.
16. Biasanya dari kalangan usia berapa pendengar dalam program Hafidz On The Radio?
- Karena sasarannya umum, dan khususnya pelajar, ada dari orang tua, banyak dari anak SMA, yang anak kuliah juga ada
17. Dalam setiap kali siar biasanya ada berapa telepon yang masuk untuk bertanya ataupun request lagu?
- Biasanya 4 – 7 kali
18. Lagu apa saja yang biasanya direquest oleh pendengar?
- Sholawat seperti: Allah Allah Aghisna Ya Rasulallah, Law Kanna Bainanal Habib, Antasalam. Dan lagu religi islam seperti: Ramadhan (Maher Zain), Sajadah Panjang (Noah), Insha Allah (Maher Zain FT Fadly), Jagalah Hati (Snada), Ramadhan Tiba (Opick), Rindu Muhammadku (Hadad Alwi)
19. Jenis pesan apa yang biasanya disampaikan oleh pendengar?
- Seringnya yaitu menyampaikan seperti pesan jangan marah, menjawab panggilan azan, puasa senin kamis, dan keutamaan sabar.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Azmi Rahmatullah
Tempat/Tanggal Lahir : Indramayu, 16 Mei 1998
Alamat : Perumahan Pondok Ngaliyan Asri K42
Semarang Jawa Tengah
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Email : azmi.rahmatullah16@gmail.com
No hp : 08995827774

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal :

1. MI PUI Dermayu
2. SMP Pesantren Al-urwatul Wutsqo Indramayu
3. MA Pesantren Al-urwatul Wutsqo Indramayu
4. UIN Walisongo Semarang