

Perkembangan dan Peran Radio Berbasis Dakwah Islam di Indonesia

Cindi Wulandari¹, Fardika Yusuf²

^{1,2} Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : cindyckp7@gmail.com¹, FardikaYusuf@gmail.com²

Abstrak

Dakwah merupakan metode komunikasi yang dapat mengambil banyak bentuk, termasuk komunikasi individu, kelompok, dan massa. Dakwah menghadapi tantangan dalam mengkomunikasikan pesan-pesan Islam melalui media di era globalisasi. Dalam perkembangannya saat ini radio tidak hanya untuk menyampaikan berita tetapi juga sebagai sarana hiburan. Menggunakan ajaran Islam sebagai pesan yang harus disampaikan oleh radio sesuai dengan fungsinya merupakan tujuan dari penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah. Mendirikan siaran radio Islam dan memaksimalkan sumber daya manusia Muslim untuk bersama-sama mengembangkan stasiun radio Islam adalah solusi yang disarankan untuk memaksimalkan radio sebagai media komunikasi dakwah.

Kata Kunci: *Radio Dakwah, Sejarah, Dan Perannya Dalam Islam.*

Abstract

Da'wah is a method of communication that can take many forms, including individual, group and mass communication. Da'wah faces challenges in communicating Islamic messages through the media in the era of globalization. In its current development radio is not only to convey news but also as a means of entertainment. Using Islamic teachings as a message that must be conveyed by radio in accordance with its function is the purpose of using radio as a medium of da'wah communication. Establishing Islamic radio broadcasts and maximizing Muslim human resources to jointly develop Islamic radio stations is a suggested solution to maximize radio as a medium of da'wah communication.

Keywords: *Radio, History, and Its Role in Islam.*

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memfokuskan secara khusus pada upaya penyampaian pesan-pesan Islam. Dakwah juga perlu memunculkan strategi dan metode baru untuk mengantisipasi perubahan pola komunikasi yang ada karena perkembangan teknologi komunikasi otomatis juga mengubah pola komunikasi. Metode dakwah yang dilakukan melalui media massa perlu disesuaikan dengan karakteristik media massa yang ada agar dapat menyesuaikan dengan pola komunikasi khalayak dari media massa dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi media.

Bagaimana agar manusia beriman dan bertakwa kepada Allah SWT merupakan inti dari dakwah. Sepanjang tidak bertentangan dengan ajaran Islam, maka boleh dan bahkan dianjurkan bagi manusia untuk melakukan apa saja agar dakwah benar-benar berhasil. Alhasil, diharapkan setiap manusia mampu berpikir dan menganalisis dakwah yang baik. Penyampaian dakwah juga semakin berkembang, dari komunikasi langsung ke dakwah tidak langsung, khususnya melalui media elektronik, seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi.

Ketika berbicara tentang dakwah, maka menjadi tanggung jawab setiap muslim untuk menyebarkan kebenaran ajaran Islam kepada muslim lainnya sesuai dengan perannya sebagai Rahmatan lil alamin. Dengan demikian, dakwah bukan hanya pekerjaan sekelompok orang terpilih; orang lain hanya bertanggung jawab untuk melakukan hal-hal seperti berdoa, membayar zakat, bersikap baik, jujur, dan berdoa. Agnostik untuk mempertahankan iman mereka. Sebagai bentuk kebajikan terhadap seluruh alam semesta, umat Islam bertugas menyebarkan Islam ke seluruh dunia. Jika ajaran Islam mencakup seluruh aspek kehidupan dan diikuti sebagai pedoman dengan mengamalkan Islam sebagai agama dakwah, maka Islam menjanjikan setiap orang akan bahagia dan sehat.

Radio merupakan salah satu media elektronik yang dapat dimanfaatkan untuk komunikasi dakwah. Jika dibandingkan dengan komunikasi dakwah yang dilakukan tanpa menggunakan media (tradisional), pesan dakwah dapat disampaikan kepada masyarakat yang lebih luas dan beragam melalui penggunaan radio. Pemanfaatan radio sebagai media komunikasi dakwah ternyata tidak sesederhana yang dibayangkan. Pertama, agenda setting siaran radio tergantung dari keinginan pemilik perusahaan radio. Kedua, teori uses and gratification pendengar radio dihubungkan dengan keinginan pendengar radio. Kemampuan penyiar untuk memadukan berbagai siaran dakwah agar sesuai dengan minat pendengar merupakan aspek ketiga.

Dari penjelasan sebelumnya bahwa dakwah Islamiyah bisa dilakukan dengan cara apapun. Hal yang sama berlaku untuk khotbah radio. Dalam perkembangannya saat ini radio tidak hanya untuk menyampaikan berita tetapi juga sebagai sarana hiburan. Propaganda kini dapat digunakan dalam media pendidikan, komunikasi, bahkan radio. Radio dapat dijadikan sebagai sarana media untuk mencapai peningkatan pemahaman keagamaan, sehingga memang sangat tepat untuk disosialisasikan pada saat ini. Dengan pengajaran melalui radio dapat memberikan pemahaman yang cukup banyak.

Radio dalam bentuknya yang sekarang merupakan media yang hanya dapat didengar, murah, dapat dibawa, dan dapat didengarkan di mana saja. Karena merupakan media buta, radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif karena memungkinkan pendengar memvisualisasikan suara penyiar atau informasi faktual melalui telinganya. Banyak orang tidak menyadari bahwa, meskipun stasiun televisi swasta meningkat selama sekitar satu dekade terakhir, peran radio tidak berkurang; sebaliknya, dalam banyak hal, itu telah meningkat. Hal ini mungkin karena dari sudut pandang praktis, radio dapat dengan mudah dibawa dan didengarkan sambil membaca, makan, bersih-bersih, bekerja, atau melakukan hal lain. Interaksi radio bisa lebih mendalam dan imajinatif dibandingkan dengan media elektronik visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Defenisi Radio Dalam Dakwah

Setelah beberapa perkembangan teknologi telepon dan fotografi (bergerak dan tidak bergerak), radio muncul sebagai media massa elektronik. dan perekaman suara. Dengan memodulasi gelombang elektromagnetik, radio merupakan teknologi yang dapat mengirimkan sinyal. Gelombang ini melintasi ruang hampa dan udara. Menurut etimologi, istilah "radio" mengacu pada proses transmisi suara melalui udara. Ton Kertapati mengatakan demikian. Pada hakekatnya, radio adalah media untuk bercerita karena semua siaran diawali dengan cerita. Namun, berbeda dengan surat kabar, radio menampilkan efek suara, musik, dan dialog setelah cerita.

Sebagai media yang memiliki banyak tujuan melalui program siarannya, radio merupakan salah satu media yang telah memantapkan dirinya dalam kesadaran masyarakat. Program yang dimaksud terdiri dari sejumlah acara yang terhubung dengan siaran radio program religi. Pengertian program

dalam dunia penyiaran adalah rencana siaran mengenai asas-asas administrasi yang akan dijalankan. Program sendiri dapat diartikan sebagai rencana, program, atau daftar program.

Ketika membahas radio dan dakwah, harus dibedakan antara “dakwah radio” dan “radio dakwah”. Radio dakwah adalah stasiun radio yang fokus menyebarkan Islam melalui seluruh program dan materi siarannya. Sedangkan radio dakwah adalah kegiatan media radio. Radio dakwah disiapkan untuk memutar program Islami. Setiap proyek mengandung atau seluk-beluk citra Islami. Yang dimainkan hanya lagu-lagu pop dan nasyid religi; tidak ada lagu lain yang memiliki nada religius. Dakwah menjadi pusat dari setiap acara selain bernyanyi.

Radio dakwah adalah jenis lain dari radio "anti-musik" yang menyatakan bahwa tidak ada musik apapun yang diperbolehkan. Tidak ada lagu yang diputar atau siaran musik (lagu) diputar di radio; sebaliknya, semuanya adalah siaran kata (bicara) yang "penuh", seperti ceramah dan dialog. Radio dakwah semacam ini diberi nama “outrageous”, bahkan “unbending”, sejauh konfigurasi radio dakwah.

Alhasil, radio dakwah semacam itu hanya memungkinkan jemaah ustadz yang ikut siaran tersegmentasi. "Hanya" orang-orang yang "sudah Islami" atau "sudah memiliki kesadaran Islami" yang biasanya menjadi pendengar. Di sisi lain, ada juga pendengar setia yang ingin memahami Islam. Hasil dari radio “full dakwah” adalah hanya berisi pengajian, ceramah, talk show, dan monolog (narasi), seperti seorang ustadz yang mengajar murid-muridnya di pesantren. Pendengarnya tidak akan banyak, dan mereka tidak akan datang dari banyak orang.

Radio dakwah yang masuk kategori “moderat” adalah pilihan lain. Program-programnya biasanya "radio umum", seperti acara musik pop, dangdut, dan lain-lain, tetapi penuh dengan program-program Islami, seperti sisipan renungan, seperti setiap pergantian program, menyisipkan dakwah (narasi) tiga menit, ceramah dan dialog keagamaan setiap subuh dan menjelang magrib, serta mengemas acara dengan format musik lagu-lagu nasyid. Beberapa kalangan menuduhnya "mencampurkan hak dan kepalsuan," yaitu misi radio dan misionaris.

Radio sebagai media merupakan alat atau sarana yang dapat menggugah manusia untuk berbuat baik dan meninggalkan kemungkarannya dengan memberikan informasi, ajakan, pendidikan, dan hiburan. Penonton akan mendapatkan hiburan yang dapat dijadikan sebagai kegiatan positif. Audiens dapat mengetahui perkembangan zaman melalui radio, dan radio memiliki kekuatan untuk mengubah persepsi dan perilaku masyarakat.

Radio terbatas pada rangkaian bunyi atau suara yang hanya sampai pada indra telinga karena sifatnya yang auditori. Radio merupakan media auditif dalam perkembangannya saat ini, artinya hanya dapat didengar, murah, populer, serta dapat dibawa dan didengar dimanapun dan kapanpun. Oleh karena itu, radio merupakan alat komunikasi yang menyampaikan informasi melalui udara dengan menggunakan gelombang elektromagnetik dan dapat didengar di mana saja dan kapan saja.

Radio mampu berkomunikasi dengan cepat dan mudah dengan jumlah pendengar yang banyak dibandingkan dengan media lainnya. Karena siaran radio siaran tidak serentak dan dapat langsung menjangkau orang ke segala arah, itu adalah salah satu alasan utama mengapa istilah "propaganda" memiliki konotasi negatif di negara-negara besar. Radio memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat, ekonomi, politik, budaya, pendidikan, dan militer. Pendengar radio bukan lagi, dalam pengertian sekarang, objek yang sekaligus membentuk sikap kritis melalui penalaran dan empati. Jika acara radio langsung tidak pantas, sikap pendengar lebih dari sekadar mengubah saluran atau gelombang.

Radio dalam bentuknya yang sekarang merupakan media yang hanya dapat didengar, murah, dapat dibawa, dan dapat didengarkan di mana saja. Karena merupakan media buta, radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif karena memungkinkan pendengar memvisualisasikan suara penyiar atau informasi faktual melalui telinganya. Banyak orang tidak menyadari bahwa, meskipun stasiun

televisi swasta meningkat selama sekitar satu dekade terakhir, peran radio tidak berkurang; sebaliknya, dalam banyak hal, itu telah meningkat. Hal ini mungkin karena dari sudut pandang praktis, radio dapat dengan mudah dibawa dan didengarkan sambil membaca, makan, bersih-bersih, bekerja, atau melakukan hal lain. Interaksi radio bisa lebih mendalam dan imajinatif dibandingkan dengan media elektronik visual.

Karena hampir setiap keluarga memiliki radio, komunikasi melalui radio sangat efektif dan efisien. Selain itu, dapat disiarkan ke segala arah, meskipun jauh. Praktisnya, jika dakwah dilakukan melalui siaran radio maka akan dapat menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan terpencar yang mungkin juga dapat ditangkap oleh komunikasi yang terpencar. Jika da'i mampu memodifikasi dakwah dalam teknik dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi siaran, seperti ceramah, bimbingan dan konseling, suri tauladan, sandiwara, diskusi, atau tanya jawab forum, juga dikenal sebagai teknik dialog, efektivitas dan efisiensi ini juga akan lebih didukung.

M. Quraish Shihab menegaskan bahwa metode dakwah yang efektif tidak menjamin keberhasilan. Seperangkat syarat, seperti orang da'i, isinya, dan sebagainya, secara otomatis mendukung keberhasilan dakwah. Memilih metode dakwah yang tidak dimaksudkan untuk diserap sepenuhnya oleh sasaran dakwah. Dikatakan bahwa metode dialogis ini bekerja lebih baik daripada teknik dakwah lainnya. Karena radio menyiarkan pesan-pesan dakwah, kita tidak perlu lagi menghadiri majelis ta'lim untuk menerima pesan-pesan keagamaan dari mana saja di rumah, di kantor, atau di mana pun. Dikatakan bahwa metode dialogis ini bekerja lebih baik daripada teknik dakwah lainnya. Karena radio menyiarkan pesan-pesan dakwah, kita tidak perlu lagi menghadiri majelis ta'lim untuk menerima pesan-pesan keagamaan dari mana saja di rumah, di kantor, atau di mana pun.

B. Sejarah Dan Perkembangan Radio Di Indonesia

Kepopuleran radio saat ini sebagai sarana komunikasi massa bermula dari sejarahnya yang panjang. Pada tahun 1802, "Dane" menemukan bahwa kabel listrik dapat digunakan untuk menerima pesan dalam jarak pendek, yang menyebabkan perkembangan radio. Untuk sementara, pergantian acara radio lebih lanjut, seperti yang disusun oleh David C. Philips, John M. Grogan dan Baron H. Ryan dalam sebuah buku berjudul "Prolog ke Radio dan TV", adalah karena ketekunan tiga peneliti muda. Salah satunya adalah ahli teori ilmu alam bernama James Maxwell, yang lahir di Inggris dan menggunakan nama "Scientific Father of Wireless". Dia dikreditkan dengan menemukan formula yang diduga memanifestasikan gelombang elektromagnetik, seperti yang digunakan di radio dan televisi.

Selain itu, pada tahun 1884, hipotesis elektro-atraktif Maxwell diciptakan oleh Heinrich Hertz, yang berusia 26 tahun melalui percobaan kemudian pada tahun 1896 dikembangkan lagi oleh Guglielmo Marconi, yang berusia 20 tahun, dan pada tahun 1894 Marconi memiliki pilihan untuk menumbuhkan jarak stasiun radio 3 mil, dan pada tahun 1901, pendekatan untuk mengirim pesan tanpa kabel harus dimungkinkan di seluruh dunia Laut Atlantik.

Berbeda dengan apa yang ditulis oleh Theo Stokkink, yang mengklaim bahwa "The Wireless Telegraph Company", yang didirikan oleh seorang insinyur elektronik Italia, mendirikan radio pertama pada tahun 1895, Dia menemukan cara untuk mengirim pesan jarak jauh tanpa menggunakan kabel. Seorang Belanda memulai serial siaran pertama pada tahun 1919. Orang-orang telah menunggu acara tersebut karena dialah yang pertama kali menyiarkannya, sehingga siaran tersebut tidak terdengar secara kebetulan.

British Broadcasting Company adalah nama yang diberikan kepada sebuah perusahaan penyiaran radio Inggris ketika didirikan pada Desember 1922. Dibandingkan dengan Amerika, perkembangannya lebih lambat. Delapan stasiun beroperasi pada Januari 1923, tetapi hanya diizinkan untuk mengudara secara konsisten setiap hari pada Januari 1925, dan itupun, program tersebut harus memuasskan

direktur jenderal pos tersebut. Pasar radio Inggris saat ini menempati urutan kedua di dunia, hanya di belakang Amerika Serikat. Inggris adalah satu-satunya negara yang mengudara tanpa henti 24 jam sehari, tujuh hari seminggu dalam hampir setiap bahasa resmi negara.

Di sejumlah negara di dunia, penggunaan radio telah meluas. Penggunaan radio di Amerika Serikat dimulai pada tahun 1915, khususnya selama kampanye kepresidenan antara Wilson dan Hughes. Meski menggunakan radio, masyarakat tidak menanggapi atau memperhatikan. Sejak 1920, siaran radio reguler yang menampilkan berbagai macam program telah tersedia untuk masyarakat umum di Amerika Serikat. Bitner memperhatikan bahwa pada tahun 1977 saja, di Amerika dengan 10.000 stasiun pengirim, radio mampu memasuki kehidupan hampir seluruh populasi.

Munculnya stasiun radio di Tokyo, Osaka, dan Nagoya pada tahun 1925 menandai dimulainya penyiaran radio di Jepang. Didirikan oleh para pebisnis yang tertarik dengan penyiaran radio, khususnya surat kabar lokal. Pada tanggal 1 September 1923, percobaan radio digunakan untuk pertama kalinya di Jepang. Apa yang disebut gempa Kanto mendatangkan malapetaka di Tokyo. Tragedi tersebut tidak hanya mengakhiri eksperimen tetapi juga menyadarkan negara dan masyarakat akan pentingnya penyiaran radio bagi penyebaran informasi.

Pada tanggal 16 Juni 1925, siaran radio pertama di Indonesia diluncurkan dengan nama Bataviase Radio Verenniging (BRV). Ini adalah tahun yang sama ketika siaran radio dimulai di Jepang dan lima tahun setelah Amerika Serikat. Pada masa penjajahan Belanda, siaran radio di Indonesia bersifat swasta. Banyak siaran radio bermunculan di seluruh Indonesia sejak siaran radio BRV dimulai di Jakarta. Peningkatan cepat NIROM juga karena keuntungan moneter yang sangat besar, khususnya dari tugas radio. NIROM mampu meningkatkan daya pancarnya, membangun stasiun relai, dan menjalin sambungan telepon, terutama dengan kota-kota besar, dengan bantuan bertambahnya jumlah perangkat radio di masyarakat.

Radio Belanda yang sebelumnya beroperasi berganti nama menjadi Hoso Kanri Kyoku ketika Belanda menyerah kepada Jepang pada tahun 1942. Pusat radio siaran ini berkedudukan di Jakarta dan memiliki cabang di Bandung, Purwakarta, Jogja, Surakarta, Semarang, Surabaya, dan Malang. Setiap Hoso Kyoku memiliki kantor cabang yang disebut Shodanso di daerah selain stasiun penyiaran. Kantor ini menyatukan semua bengkel atau layanan radio lokal, menempatkan militer Jepang secara langsung bertanggung jawab atas semua perbaikan radio. Kecuali 8 Hoso Kyoku di Jawa tadi, tidak ada yang bisa mendengarkan siaran luar negeri karena semua pesawat disegel.

Radio siaran digunakan sebagai media pada masa kemerdekaan untuk menyebarkan rasa patriotisme terhadap penjajah Belanda yang baru saja tiba di Indonesia, kembali ke belakang negara sekutu Inggris dan Australia. Selama perjuangan melawan Belanda, penyiar radio melakukan layanan yang akan selalu menginspirasi Indonesia untuk melawan penjajah.

RRII adalah satu-satunya stasiun radio yang dimiliki dan dikendalikan oleh pemerintah di Indonesia pada masa Orde Baru, yang dimulai pada akhir tahun 1966. Banyak radio amatir muncul bersamaan. Munculnya radio-radio swasta tersebut semakin mendorong perkembangan radio di Indonesia, sehingga pada tahun 1974 berdiri Persatuan Radio Siaran Swasta Indonesia (PRSSNI). Radio swasta niaga dituntut untuk lebih inventif guna mempertahankan eksistensinya. Sebagai radio komersial yang bergantung pada iklan, kehilangan pelanggan merupakan masalah yang sulit dipecahkan.

Menurut buku Albert Hilbrink tentang Pemanfaatan Radio di Indonesia, sejak tahun 1960-an hingga 1970-an, pemerintah menggunakan radio di Indonesia sebagai alat penyuluhan pertanian dengan menyiarkan Siaran Desa. Hilbrink melanjutkan dengan memaparkan sejarah pertumbuhan dan perkembangan penyiaran pedesaan di Indonesia dan kelompok pendengarnya sebagai konsultan di bidang pembangunan pertanian melalui penyiaran pedesaan. Di Indonesia, penyiaran pedesaan dimulai pada tahun 1969 bekerja sama dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa. Lokakarya untuk penyiar

radio pedesaan, kompetisi nasional untuk penyiaran pedesaan, survei pendengar dan studi perbandingan, dan kegiatan lainnya termasuk dalam kegiatan proyek.

Ada 330 stasiun radio swasta komersial di Indonesia pada tahun 1974, menurut catatan. Meningkat menjadi 449 stasiun pada awal tahun 1990, dengan 403 siaran pada gelombang AM dan 46 siaran pada gelombang FM, yang semuanya tersebar di 23 provinsi. Pada tahun 1982/83 menjadi 405 stasiun, dan pada awal tahun 1990 menjadi 449. Pendirian stasiun radio untuk melayani dan menginformasikan mayoritas masyarakat, terutama yang berada di pedesaan, di dunia ketiga di masa lalu. Sayangnya, umpan balik dari pendengar tidak mencukupi, dan siaran sering dihentikan karena kekurangan dana untuk perbaikan. Terserah stasiun radio untuk menentukan posisinya di era persaingan antar stasiun radio karena berbeda dengan era saat ini, penggunaan radio sudah menguasai kota dan sumber pendanaan bisa teratasi.

Perkembangan radio dalam hal kanal dan kapasitas terus berkembang. Ada gelombang radio. Mula-mula diketahui bahwa radio MW dan FM dibuat dengan mengembangkan gelombang yang dipancarkan pada SW. Misalnya, pemancar AM (Amplitude Modulation) memanfaatkan sinar matahari, sedangkan pemancar FM tidak. Inilah perbedaan antara radio AM dan FM. Pemancar AM memiliki jangkauan yang lebih luas tetapi lebih rentan terhadap perubahan iklim dan cuaca akibat sinar matahari, sedangkan pemancar FM lebih terang dan jelas tetapi memiliki jangkauan yang lebih pendek. Kemajuan juga telah dibuat dalam upaya teknologi untuk meningkatkan penyiaran radio. Sistem Modulasi Frekuensi (F.M.) diperkenalkan oleh Profesor E.H. Armstrong pada tahun 1933 sebagai alternatif metode Modulasi Amplitudo (A.M.), yang biasanya digunakan dalam radio siaran. Preferensi untuk FM daripada AM:

- a. Menghilangkan gangguan (seperti bintik matahari, listrik, gangguan, dan pencampuran akibat cuaca).
- b. Dapat menghilangkan interferensi yang berasal dari dua stasiun dengan menggunakan gelombang yang sama.
- c. Itu dapat mengirimkan suara ke orang-orang dengan telinga sensitif dengan cara terbaik.

C. Peran Radio Berbasis Islam

Radio merupakan media komunikasi massa. Siaran radio dapat didengar oleh ribuan bahkan jutaan orang. Radio membuat semua orang tahu apa yang terjadi di bagian dunia ini atau membiarkan mereka menyiarkan berita dari mana saja di dunia, membuat dunia tampak lebih kecil. Pembuatan, penyusunan, dan penyiaran acara yang berintikan amar ma'ruh nahi munkar, mengajak berserah diri kepada Allah (tauhid), adalah tujuan penggunaan radio sebagai media komunikasi untuk dakwah. Dakwah melalui radio adalah acara siaran yang mengandung unsur amar ma'ruh nahi mungkar dan disiarkan melalui radio.

Menggunakan ajaran Islam sebagai pesan yang harus disampaikan oleh radio sesuai dengan fungsinya merupakan tujuan dari penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah. Radio juga harus mengetahui informasi mana yang harus dikomunikasikan dan mana yang tidak dalam menjalankan tugasnya. Dalam konteks radio sebagai media komunikasi dakwah, pesan yang disampaikan adalah pesan ajaran Islam karena kelayakan untuk menyampaikan komunikasi kepada pendengar ditentukan oleh nilai-nilai pendengar.

Cukup dengan memasukkan nilai dakwah pada setiap program siaran radio yang disajikan sudah cukup memasukkan nilai dakwah tanpa menyebutkan judul program siaran radio secara tertulis. Jika radio siaran bukan milik Islam, diyakini jenis infiltrasi ini lebih mungkin dilakukan daripada secara terbuka. Dikhawatirkan, simbol tersebut akan terjatuh dalam fungsi penyiaran radio yang berlaku untuk semua manusia dengan latar belakang sosial-keagamaan yang beragam sehingga mempersempit segmen dakwah. Dedikasi penyiar dan produser untuk berdakwah diperlukan dalam situasi ini.

Setiap program siaran radio bertujuan untuk mengedukasi pendengarnya tentang ajaran Islam dengan memasukkan unsur dakwah. Semua program siaran yang secara aksiologis bermanfaat bagi amar ma'ruh nahi mungkar dapat dikemas untuk mewujudkan hal tersebut. Misalnya, pemberitaan tentang apa yang sebenarnya terjadi di masyarakat dan solusinya dari sudut pandang ajaran Islam dalam siaran berita. Menggabungkan hiburan dan musik di radio dengan musik bernuansa Islami. Selain irama padang (nasyid), musik rock, keroncong, pop, dan dangdut merupakan contoh musik islami. Pesan yang disampaikan, bukan jenis musiknya, adalah masalahnya. Menyajikan musik juga harus mampu memberikan kepuasan, kesenangan, dan kesuksesan, bukan sekedar hiburan.

Radio berperan dalam dakwah sebagai berikut: Pertama, mendidik pendengarnya dengan cara yang sesuai dengan pendidikan Islam. Kedua, Dalam terang ajaran Islam, menghibur pendengar sebagai hiburan. Ketiga, Mengikuti ajaran Islam tentang penyebaran informasi kepada pendengar. Keempat, Sesuai dengan ajaran Islam, mempengaruhi opini publik di kalangan pendengar. Kelima, dari perspektif Islam, mengkritik pendengar dan masyarakat karena melakukan kesalahan dan menawarkan alternatif.

Tujuan pengembangan dakwah melalui radio dimiliki oleh semua kelompok penyiaran radio, yang meliputi pemilik siaran radio (pemegang saham), pengguna/pendengar radio (penonton), penyiar, dan produser siaran. Namun, memasukkan unsur dakwah ke dalam siaran radio akan menjadi tantangan jika kelompok penyiaran tersebut tidak selaras. Misalnya: pemilik siaran radio, produser, dan penyiar terpaksa mengubah jadwal program, yang memang memiliki respon tinggi dari audiens/pendengar.

Pemilik siaran dan penyiar berupaya mengemas semua siaran radio agar memiliki nuansa dakwah, namun akibatnya pendengar tidak/kurang senang mendengarnya, yang berdampak pada iklan yang masuk dan akhirnya menyerang pemilik siaran radio dalam hal biaya operasional mereka. Mungkin juga pemilik siaran radio tidak mau mencantumkan iklan karena perbedaan visi, misi, dan riwayat pribadi, namun pendengar senang dengan program yang mengandung unsur dakwah dan penyiar mampu meminimalisirnya.

Meskipun penulis belum menemukan satu pun hasil penelitian konkrit mengenai reaksi umat Islam terhadap siaran radio yang bernuansa dakwah, namun dapat dikatakan belum tentu khalayak, sebagai pendengar siaran radio yang juga beragama Islam belum puas dengan sajian yang mengandung ajaran Islam. Hal ini terkait dengan dedikasi seseorang terhadap Islam dan keimanannya. Misalnya, berapa banyak dari 80 persen umat Islam di Indonesia yang benar-benar menginginkan penggunaan radio untuk komunikasi dakwah? Sebagai suatu keganjilan, dapat dicermati bagaimana keadaan vokalis Inul Daratista dan bor goyangnya, padahal diakui secara jelas bahwa apa yang dikatakan Inul dianggap bertentangan dengan ajaran Islam (Alquran dan Hadits), Bagaimanapun banyak Muslim telah melindungi dan menyetujui latihan goncangan Inul. Hal ini bisa digunakan untuk memprediksi bahwa program radio yang bernuansa Islami tidak akan banyak mendapat dukungan dari khalayak.

Pemanfaatan radio sebagai media komunikasi dakwah akan sulit dilaksanakan jika persoalannya terletak pada pemilik siaran radio (pemodal) yang tidak mau memperhatikan dakwah dalam setiap program siaran radio karena takut ditinggalkan oleh masyarakat atau pendengar. Lain halnya jika tujuan penggunaan radio sebagai sarana komunikasi dakwah bukan hanya untuk berbisnis keliling dunia, melainkan berbisnis yang berujung pada kebahagiaan setelah kematian. Tidak semua umat Islam percaya bahwa pemilik siaran radio saat ini bersedia mengambil risiko apa pun untuk mendukung bisnis akhirat.

Intinya, Indonesia memiliki undang-undang yang mengatur penyiaran radio swasta dan diberlakukan oleh pemerintah. Peraturan itu mengatakan bahwa siaran radio dimaksudkan untuk semua orang di Indonesia, bahwa Anda tidak dapat membuat siaran radio hanya untuk agama tertentu, dan Anda tidak dapat menggunakan radio sebagai alat politik.

Selain itu, memasukkan unsur dakwah ke dalam setiap program radio membutuhkan kemampuan dan keterampilan yang sulit dicapai untuk menjaga kepuasan pendengar. Bentuk dakwah yang selama ini disajikan di radio kota Medan adalah ceramah-ceramah agama Islam yang dilakukan mingguan, bulanan, atau tahunan, itupun sering berhenti (tidak disiarkan). Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan produser dan penyiar dalam mengemas siaran radio bernuansa dakwah, lalu menyiarkan adzan sebagai pembuka awal waktu sholat.

Ada persepsi bahwa ceramah agama Islam yang diberikan pun belum ditangani secara profesional, mulai dari menentukan formatnya interaktif atau tidak, dosen yang diundang, dan apakah pendengar benar-benar menyukai dosennya. Akibatnya, program siaran yang bernuansa dakwah kurang variatif dan tidak dikelola oleh seorang profesional. Kurangnya komitmen terhadap makna dakwah atau kurangnya pemahaman produser dan penyiar terhadap kemasan pesan dakwah di setiap program siaran bisa menjadi penyebabnya.

Pemanfaatan radio sebagai media dakwah sangat terbatas jika pencantuman unsur dakwah dalam siaran radio dipahami hanya memuat ceramah atau ceramah agama, baik yang disiarkan satu arah maupun dua arah. Jika dakwah melalui radio dikemas dengan baik di setiap acara, tentu akan berbeda. Pakar komunikasi setidaknya telah memberikan dua paradigma pemanfaatan media massa untuk menentukan program yang akan disajikan dan diantisipasi untuk memuaskan pendengar. Teori pertimbangan dalam pengaturan (agenda setting) dan teori kegunaan dan kepuasan adalah dua nama untuk teori ini. Ditinjau dari teori kegunaan dan kepuasan, pemanfaatan radio sebagai media komunikasi dakwah harus diupayakan.

Menurut penulis, yang terjadi pada radio-radio di kota Medan saat ini adalah program-program yang bernuansa dakwah biasanya disusun berdasarkan setting produser dan penyiar radio bukan pada teori kepuasan yang diinginkan oleh audiens (pendengar Muslim). Komunikasi yang mungkin kurang informatif. Persoalannya, jika produser dan penyiar berpandangan bahwa pesan dakwah tidak boleh disiarkan atau dicantumkan, hanya sebagian kecil program siaran yang menyertakan pesan bernuansa dakwah.

SIMPULAN

Radio merupakan salah satu media elektronik yang dapat dimanfaatkan untuk komunikasi dakwah. Jika dibandingkan dengan komunikasi dakwah yang dilakukan tanpa menggunakan media (tradisional), pesan dakwah dapat disampaikan kepada masyarakat yang lebih luas dan beragam melalui penggunaan radio. Pemanfaatan radio sebagai media komunikasi dakwah ternyata tidak sesederhana yang dibayangkan. Pertama, agenda setting siaran radio tergantung dari keinginan pemilik perusahaan radio. Kedua, teori uses and gratification pendengar radio dihubungkan dengan keinginan pendengar radio. Ketiga, Kemampuan penyiar untuk memadukan berbagai siaran dakwah agar sesuai dengan minat pendengar.

Radio dalam bentuknya yang sekarang merupakan media yang hanya dapat didengar, murah, dapat dibawa, dan dapat didengarkan di mana saja. Karena merupakan media buta, radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif karena memungkinkan pendengar memvisualisasikan suara penyiar atau informasi faktual melalui telinganya. Banyak orang tidak menyadari bahwa, meskipun stasiun televisi swasta meningkat selama sekitar satu dekade terakhir, peran radio tidak berkurang; sebaliknya, dalam banyak hal, itu telah meningkat. Hal ini mungkin karena dari sudut pandang praktis, radio dapat dengan mudah dibawa dan didengarkan sambil membaca, makan, bersih-bersih, bekerja, atau melakukan hal lain. Interaksi radio bisa lebih mendalam dan imajinatif dibandingkan dengan media elektronik visual. Pemanfaatan radio sebagai media dakwah sangat terbatas jika pencantuman unsur

dakwah dalam siaran radio dipahami hanya memuat ceramah atau ceramah agama, baik yang disiarkan satu arah maupun dua arah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews Depari, Edward colin mac. 1995. *Peranan Komunuikasi Massa dalam Pembangunan*. Bandung: Gadjah Mada University Press.
- Effendy, Onong Uchana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ginting Munthe, Muryanto. 1996. *Media Komunikasi Radio* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. [Http://www.romeltea.com](http://www.romeltea.com)), Sebagian naskah di atas dikutip/dimuat di Majalah Hidayatullah edisi September 2011).
- Ibrahim, Idi subandi. 1997. *Ecstasy gaya Hidup*. Bandung: Mizan.
- Kertapati, Ton. 1996. *Dasar-Dasar Publistik*. Jakarta: Soeroengan.
- Muhtadi, Asef Saiful. 1999. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. Jakarta: Logos.
- Natsir, H.M. 2001. *Manajemen Penyiaran Radio: Makalah, disampaikan pada Pendidikan dan Latihan Reportase*. Pekan Baru: 2001.
- Poewadarminta, WJS. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pustaka Panjimas* Jakarta.
- Rachmat. 1996. *Media mempengaruhi khalayak lewat settingnya*.
- Shihab, M. Quraish. 1995. *Membumikan al-Qur'an; Peranan Wahyu Dalam Menjawab Persoalan Kehidupan*. Bandung: Mizan.
- Stokkink, Theo. 1996. *Penyiar Radio Profesional*. Jogjakarta: Kanisius.
- Syuhada, Aswadi. 1999. *Konsep Mujadalah dalam al-Qur'an* (IAIN Alaudin: Ujung Pandang.
- Tasmara, Toto. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta:Gema Insani Press.
- To. Wailan. J Hester, Albert. L. 1997. *Pedoman Untuk Wartawan*. Jakarta: Yayasan Obor.