

Manajemen Produksi Dakwah Menggunakan Media Radio FM Medan

Erwan Efendi¹, Surya Barus², Ahmad Siregar³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: Erwaneffendi6@gmail.com¹, Pandawabarussurya@gmail.com²,
Ahadmilhansiregar10@gmail.com³

Abstrak

Manajemen Produksi Dakwah Menggunakan Media Radio FM Medan (Tinjauan Manajemen terhadap pengelolaan Media Radio Dakwah dengan menggunakan Radio Internet di Radio FM Medan. Penelitian ini berawal dari konsep terbentuknya radio FM Medan yang berawal dari memperluas syiar dakwah yang ada di Masjid Al-mashun Medan dan Masjid Fisabilillah Medan, karena sebagai pusat syiar dakwah. Sehingga segala kegiatan di Masjid Al-Mashun dan Masjid Fisabilillah Medan selalu disiarkan oleh radio FM. Dengan digunakannya radio internet FM ini agar dapat memperluas Dakwah oleh masyarakat se-indonesia bahkan mancanegara melalui jaringan internet. Semakin meluasnya jangkauan siaran maka didukung oleh manajemen produksi Siaran yang baik agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Strategi dakwah program Ceramah Eksklusif di radio FM Medan memiliki beberapa manajemen produksi, sehingga program unggulan ini, diantaranya: strategi dakwah yang pertama terletak pada Dai atau narasumber yang kompeten yang mengisi program tersebut. Strategi berikutnya terletak pada waktunya siang hari, dipilih karena sangat efektif dan menjadi pembeda dengan program kajian di radio lain yang kebanyakan pagi hari. Strategi dakwah juga pada kemasan program. Program "Ceramah Eksklusif" bertopik tentang permasalahan rumah tangga yang dipilih dan juga membahas buku yang di tulisnya, dan juga melainkan langsung mendengar dan bertanya Dai atau narasumber menjawab. Dengan strategi inilah dapat menarik pengiklan untuk memasang iklan di radio FM. Hasil penelitian menunjukkan (1). Manajemen produksi siaran dakwah islam di radio FM merupakan suatu bentuk pengelolaan penyiaran yang melibatkan bagian-bagian atau komponen-komponen yang saling berhubungan, saling ketergantungan, dan memiliki fungsi yang berbeda, bergerak dinamis untuk menyampaikan pesan yang berupa ajakan, seruan dalam rangka untuk mempengaruhi pendengar agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama islam. (2) Dengan digunakannya radio internet sebagai media alternatif untuk berdakwah, pengelola radio FM berupaya meningkatkan manajemen produksi dengan memperhatikan sarana-sarana manajemen. Perhatian ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas penyiar, membuat program khusus untuk pendengar radio internet FM, dan menjalin kerjasama yang baik dengan pemilik *server streaming* yaitu citranet. Peningkatan manajemen produksi tersebut juga dilakukan dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, actuating, dan controlling* sehingga tujuan dakwah dapat berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Media Radio FM

Abstract

Dakwah Production Management Using Medan FM Radio Media (Management Review of the Management of Dakwah Radio Media using Internet Radio on Medan FM Radio. This research originated from the concept of forming Medan FM radio which originated from expanding the da'wah broadcasts in the Al-Mashun Mosque Medan and the Fisabilillah Medan, because it is a center for

broadcasting da'wah. So that all activities at the Al-Mashun Mosque and the Fisabilillah Medan Mosque are always broadcast by FM radio. With the use of this FM internet radio in order to expand Da'wah by people throughout Indonesia and even abroad through the internet network. broadcast coverage is supported by good broadcast production management so that the goals set can be achieved. that fills the programme. The next strategy lies in the time of day, chosen because it is very effective and is a differentiator from study programs on other radios which are mostly in the morning. The da'wah strategy is also in the program packaging. The "Exclusive Lecture" program has the topic of selected household problems and also discusses the book he has written, and also listens directly to and asks the Dai or resource person to answer. This strategy can attract advertisers to advertise on FM radio. The research results show (1). Production management of Islamic da'wah broadcasts on FM radio is a form of broadcasting management that involves parts or components that are interconnected, interdependent, and have different functions, moving dynamically to convey messages in the form of invitations, appeals in order to influence listeners in order to arise in him an understanding, awareness, attitude, appreciation, and experience of the teachings of Islam. (2) By using internet radio as an alternative medium for preaching, the management of FM radio seeks to improve production management by paying attention to management tools. This attention is being paid to improving the quality of broadcasters, creating special programs for FM internet radio listeners, and establishing good cooperation with streaming server owners, namely Citranet. Improving production management is also carried out by implementing management functions, namely planning, organizing, actuating, and controlling so that the purpose of da'wah can run well.

Keywords: Production Management, Radio Media , FM

PENDAHULUAN

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian di bidang manajemen yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah dikalkulasikan dengan bantuan sejumlah sumber dengan cara efektif dan efisien. Manajemen produksi dalam pengertian ini adalah suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Penggunaan radio internet yang saat ini digunakan oleh radio FM Medan dalam menyiarkan syiar dakwah melalui program-program siarannya tentu membutuhkan pengelolaan manajemen produksi yang lebih baik agar tujuan dapat tercapai, karena salah satu kelebihan dari penggunaan radio internet yaitu jangkauan siarannya maluas didengar oleh seluruh masyarakat yang mengakses siarannya melalui internet.

Dakwah adalah pekerjaan mengkomunikasikan pesan Islam kepada manusia. Secara lebih operasional, dakwah adalah mengajak atau mendorong manusia kepada tujuan yang definitif, yang rumusnya dapat diambil dari al-Qur'an dan Hadis, atau dirumuskan oleh da'i. Sesuai dengan ruang lingkup dakwahnya. (Pandawa, Milhan, 22) Dakwah ditujukan kepada manusia, sementara manusia bukan hanya telinga dan mata tetapi makhluk yang berjiwa, berpikir dan merasa, yang bisa menerima dan bisa menolak sesuai dengan persepsi terhadap dakwah yang diterima. Perkembangan media komunikasi modern saat ini telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi.

Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. (Pandawa, Milhan, 22) Media penyiaran, yang salah satunya adalah radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak karena media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi dakwah pada penyiaran. Radio siaran merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa, seperti halnya

surat kabar, majalah, atau televisi.¹ Radio sebagai media massa memiliki warna tersendiri bagi pendengarnya yang ingin mendapatkan informasi dan pemenuhan keinginan pendengar.

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiens. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiennya. Persaingan antar media massa ini tidak terlepas dari fungsinya yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Dengan banyak memperhatikan sinyalemen mengenai masa depan, serta masyarakat umum yang hendak mempersiapkan diri dalam menghadapi komunikasi global, maka dalam pemanfaatannya media massa harus mempertimbangkan banyak hal. Salah satunya adalah kemajuan era digital saat ini dan yang akan datang.

METODE

Di lihat dari pendekatannya, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Karena penelitian ini berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai instrument pengumpul data, mengandalkan analisis data secara induktif, mengarah pada penemuan teori, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangannya bersifat sementara dan kesimpulan penelitian disepakati oleh peneliti dan subyek yang diteliti.

Metode kualitatif mengharuskan peneliti menganalisis topik kajiannya melalui alat bantu pemahaman seperti cerita, mitos ataupun tema. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggali cerita-cerita yang berkaitan dengan strategi dakwah program radio SAS FM Surabaya selama masa penelitian yang telah dijadwalkan.

Jadi hal pertama yang harus peneliti miliki untuk memulai penelitian ini adalah sifat yang reseptif, yaitu sifat yang selalu mencari dan bukan menguji. Selain itu peneliti juga harus memiliki kekuatan *integrative*, yakni suatu kekuatan untuk memadukan berbagai macam informasi yang diterima menjadi satu kesatuan penafsiran. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati kemudian diarahkan pada suatu latar dan individu secara holistik (utuh).

Adapun alasan mengapa penulis memilih jenis penelitian deskriptif karena obyek penelitian merupakan suatu fenomena dalam suatu komunitas yang memiliki karakter yang heterogen, sehingga dengan metode ini lebih cepat menyesuaikan dengan banyak pengaruh nilai-nilai yang diharapkan dan data yang diperoleh akan lebih aktual dan obyektif serta lebih memudahkan peneliti dalam berinteraksi dengan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Radio

Radio merupakan *media auditif*, tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar.³

Radio merupakan salah satu media elektronik yang digunakan oleh masyarakat sebagai alat atau media informasi sebelum adanya televisi. peran radio sangat penting karena radio memberikan informasi berupa berita, hiburan, media berekspresi, media pendidikan, bahkan tempat beriklan suatu produk atau jasa perusahaan. Radio adalah media audio yang hanya bisa dinikmati khalayak dengan

cara mendengarkan. (Pandawa, Milhan, 22) Pendengar radio bukan lagi obyek yang menggunakan telinga untuk menyimak sebuah acara. Mereka juga menggunakan nalar pikir dan sekaligus empati, sehingga membentuk sikap kritis. Jika program yang ditayangkan radio tidak sesuai, maka sikap mereka tidak sekedar memindah *channel* atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersikap antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan.⁴

Program yang dimiliki oleh stasiun radio menjadikan pendengar merasa memiliki kemudahan dalam memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Salah satu program yang hampir dimiliki oleh semua stasiun radio adalah program dakwah Islam. Radio memiliki fungsi sebagai media pendidikan, dakwah termasuk di dalamnya yakni memberikan pendidikan tentang pemahaman agama Islam bagi pendengarnya. Kini radio pun dapat dijadikan sebagai media dakwah bagi siapa saja yang ingin menyampaikan pesan-pesan kebaikan untuk seluruh pendengar.

Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, tidak hanya melalui lisan, tetapi juga bisa dilakukan melalui media komunikasi. Seperti radio, televisi, film, dan juga media komunikasi lainnya. Jika ditinjau dari komunikasi, dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan (*message*) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif (hikmah) dengan harapan agar komunikan (*mad'u*) dapat bersikap dan berbuat amal shaleh sesuai dengan ajaran Islam.

Radio sebagai media penyiaran juga mengalami perkembangan, hingga terbentuklah beberapa radio swasta yang bernuansa Islami. Radio Suara Akbar Medan FM yang memiliki slogan Radio Inspirasi Muslim Sejuk Bermakna, merupakan salah satu radio Islami yang berada di kompleks Masjid al-mashun dan Masjid Fisabilillah Medan.

Terdiri dari format siaran *news, music, knowledge, inspiration and motivation*. Radio FM memiliki visi sebagai media pengembangan syiar, dengan mengedepankan aspek informasi yang menyejukkan serta memiliki makna bagi para pendengar, khususnya umat muslim.

Program yang dimiliki radio FM lebih banyak menyiarkan program-program Islami. Mengingat radio FM sebagai radio penyalur kegiatan-kegiatan atau kajian-kajian yang ada di Masjid, sehingga radio ini lebih banyak program Islaminya. Radio FM Medan hadir memberikan warna siaran yang menyejukkan dan penuh makna dengan mengunggulkan program yang dimilikinya. Program di radio FM memiliki keanekaragaman, mulai dari kajian *live* dari Masjid Nasional tersebut berada di Medan, dialog keluarga, psikologi anak, motivasi, kesehatan dan ekonomi. Namun ada beberapa program Islami yang menjadi unggulan, seperti program Keluarga Sakinah, Ceramah Eksklusif, Tadabar (tanya jawab akbar), kajian fajar dan kajian senja yang disiarkan secara langsung dari ruang utama Masjid Al-mashun dan Mesjid Fisabilillah Medan. Program unggulan ini terlihat dari banyaknya pendengar yang bergabung melalui SMS, Telepon, *Facebook*, *Tweeter* dan pendengar yang mendengarkan melalui *streaming*. Kemudahan untuk bergabung atau bertanya dan mendapatkan penjelasan dari narasumber merupakan keinginan dari para pendengar.

Siaran

Menurut kamus bahasa Indonesia siaran berasal dari kata dasar "*siar*" yang memiliki kata kerja menyiarkan yang dapat diartikan memberitahukan pesan kepada umum, menyebarkan atau mempropagandakan (melalui radio, surat kabar, dan lain sebagainya) sedangkan arti siaran itu sendiri yaitu proses, cara perbuatan menyiarkan.

Radio internet

Radio internet di kutip dari website <http://jawararadio.com> merupakan sarana dari media alternatif untuk meningkatkan kapasitas diri sebuah media radio. Pada dasarnya alur informasi yang berjalan di radio internet sama dengan radio konvensional, namun sistem dan teknologi yang

digunakan sangat berbeda. (Pandawa, Milhan, 22) Radio internet dibangun untuk lebih meluaskan jangkauan radio itu sendiri sehingga dapat didengar di seluruh Indonesia bahkan mancanegara dengan berbantuan internet. Teknologi dasar dari sebuah radio internet adalah *streaming*. Stasiun penyiaran radio konvensional sekarang mulai menggunakan radio internet untuk meluaskan siarannya demi memperoleh pendengar lebih banyak dan luas sehingga tetap bertahan dipersaingan bisnis yang ketat antara radio komersial yang lain.

Sejarah Singkat Radio FM Medan

Radio SAS FM adalah salah satu radio swasta di Surabaya yang memiliki slogan Radio Inspirasi Muslim Sejuk Bermakna dan merupakan radio swasta dengan format siaran secara umum terdiri dari program news, music, knowledge, inspiration, motivation. Radio SAS FM berlokasi di komplek Masjid Al-mashun dan Masjid Fisabilillah. Radio SAS FM berada dibawah naungan PT Radio Medan Seikambang. Radio FM pertama kali siaran percobaan pada tanggal 17 Agustus 2008 (Ahad, 14 Syaban 1429 H). Berada di kompleks masjid Al-mashun dan masjid Fisabilillah Medan, radio SAS FM merupakan radio yang selalu mensinergikan program-programnya dengan masjid Nasional al-Akbar Surabaya. Kehadiran radio SAS FM merupakan penyalur dakwah yang ada di masjid Nasional agar bisa sampai meluas ke umat muslim khususnya di wilayah Surabaya dan sekitarnya.

Memiliki visi sebagai media pengembangan syiar, pendidikan, ekonomi, dan sosial budaya menuju masyarakat yang berakhlak karimah dengan mengedepankan aspek informasi yang menyejukkan dan memberi nilai demi perbaikan umat.

Serta memiliki misi, a) Pengembangan dakwah dan syiar Islam b) Pengembangan pendidikan c) Pengembangan sosial budaya d) Pengembangan ekonomi dan bisnis.

Pengertian Program Radio

Kata program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Undang-Undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah "siaran" yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. (Pandawa, Milhan, 22) Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata siaran untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran radio atau televisi. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audien dan pemasang iklan. (Pandawa, Milhan, 22) Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya.

Program radio FM adalah acara- acara yang disiarkan oleh radio SAS FM seperti: Kajian Fajar, Wadduha, Syair dan Syiar Pagi, Jeda Siang, Keluarga Sakinah, Ngaji Fiqih Kontemporer, Dialog Kesehatan, SAS Info Terkini, Tajabar, Curhat Bersama Bunda, Kajian Tafsir, Anatomi al- Qur'an, Indahnya Sholat Kajian Senja, dan Dialog Malam. Program yang akan dijadikan penelitian dalam penelitian ini adalah "Ceramah Eksklusif".

Radio sebagai Media Dakwah

Sudah menjadi komitmen bahwa setiap muslim wajib memanggul tanggung jawab mulia untuk berdakwah atau menjadi pendakwah, artinya setiap muslim bertugas dan berkewajiban mengajak dan menyeru umat manusia agar bersedia menerima dan memeluk agama Islam, dalam bentuk *amar*

ma'ruf nahi munkar, yang tujuannya adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhai oleh Allah SWT.

Sedangkan Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam arti sempit media dakwah dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat. (Pandawa, Milhan, 22) Sedangkan menurut Hamzah Tualeka, media dakwah adalah perantara atau penghubung yang diperlukan agar materi dakwah yang diberikan juru dakwah dapat diterima, diresapi dan diamalkan oleh umat yang menjadi obyek dakwahnya.

Setidak-tidaknya ada empat indikasi yang menegaskan fungsi radio sebagai media komunikasi massa, dalam hal ini yang berfungsi sebagai media sosial kemasyarakatan. Pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain.

Kedua, radio sebagai sarana mobilitas pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. Ketiga, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Keempat, radio sebagai sarana untuk mengikat suatu kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.

Komponen-Komponen Dakwah di Radio

Agar dakwah dapat dilaksanakan dan berjalan maka harus mengandung komponen-komponen sebagai berikut:

1. Subyek Dakwah

Subyek dakwah adalah da'i atau yang melaksanakan tugas dakwah baik secara perorangan atau kelompok. Subyek dakwah di stasiun penyiaran radio bisa ulama, da'i, atau penyiar. Pelaksana atau subyek dakwah di radio sama dengan di radio internet, karena siaran yang dihasilkan oleh radio internet berasal dari satu stasiun penyiaran yang sama dengan radio konvensional. (Pandawa, Milhan, 22)

Untuk menjadi penyampai ajaran Islam yang baik dan mampu memberi pengaruh yang besar bagi masyarakat tidaklah mudah. Untuk itu di tuntut untuk belajar, baik secara teoritis maupun pengalaman yang ada. Selain itu juga harus memiliki:

- a. Integritas kepribadian, yaitu kepribadian yang merupakan kesatuan antara ilmu, iman dan amal.
- b. Kemampuan intelektual yang tinggi, paham tentang masalah-masalah kemasyarakatan, serta kaya akan konsepsi pemecahan masalah.
- c. Keterampilan mewujudkan konsepsi Islam sebagai program dalam kehidupan nyata, menjadikan Islam sebagai program pemecahan masalah-masalah kemasyarakatan dan umat manusia, sehingga masyarakat merasakan secara langsung Islam sebagai rahmatan lil'alam.

2. Obyek Dakwah

Yang menjadi obyek (sasaran) dakwah Islamiyah adalah masyarakat baik muslim maupun non muslim yang ada di seluruh dunia. Masyarakat disini adalah sebagai penerima ajaran-ajaran agama Islam yang disampaikan oleh para da'i, mubaligh atau penyiar. (Pandawa, Milhan, 22) Karena itu masyarakat memegang peranan penting dalam kegiatan dakwah sebab tanpa masyarakat yang mendengarkan tidak dapat dikatakan sebagai dakwah. Pada dasarnya obyek dakwah stasiun penyiaran radio merupakan individu (personal) dan jarang yang berupa kelompok meskipun dalam segi kuantitas relative banyak melibatkan massa pendengar.

3. Materi Dakwah

Materi dakwah radio yaitu pesan yang akan disampaikan dari subyek kepada obyek dakwah yang isi pesannya merupakan seluruh dari ajaran-ajaran agama Islam yang bersumber dari Al-qur'an dan Al-Hadist yang menyangkut bidang-bidang:

- a. Aqidah Islam yang meliputi rukun iman dan rukun islam.
 - b. Ibadah, akhlak, dan mua'malah yang meliputi hukum niaga, munakahat, warisan, jinayat, khalifiah, jihad dan sosial ekonomi.
4. Metode Dakwah
- Menurut Toto Tasmara dalam buku "*Komunikasi Dakwah*" metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang mubaligh (komunikator) untuk mencapai tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Metode dakwah radio yaitu cara yang ditempuh oleh subyek dakwah dalam melaksanakan kegiatan dakwah yang berupa dialog interaktif, ceramah monolog, *talk show* dan sebagainya.

5. Media Dakwah

Media dakwah yaitu alat yang menjadi saluran untuk menghubungkan ide dengan obyek sasaran. Media dakwah yang digunakan disini adalah radio konvensional dan radio internet. Media radio digunakan untuk menghubungkan ide melalui frekuensi modulator (FM) yang diterima di pesawat radio pada umumnya. Media dakwah diradio dapat berupa segala peralatan yang ada di radio seperti mikrofon, komputer, tape player, mixer, headset, pemancar dan sebagainya.

Sedangkan radio internet menyebarkan ide dengan luas melalui jaringan internet dan diterima oleh *receiver* yang terhubung dengan internet. Media dakwah di radio internet juga sama dengan yang ada diradio seperti mikrofon, mixer, headset, komputer namun pemancarnya berbeda dengan radio konvensional yang menggunakan gelombang frekuensi modulator. (Pandawa, Milhan, 22) Radio internet menggunakan jaringan internet yang berupa *server* yang terhubung ke internet dan diterima oleh *receiver* yang di desain khusus untuk menerima siaran melalui jaringan internet. Dua saluran ini digunakan bersamaan secara langsung dalam menyampaikan ide dan pesan dakwah kepada obyek sasaran dakwah

Kelebihan dan Kelemahan Radio sebagai Media Dakwah

Kelebihan media radio sebagai wasilah dakwah adalah:⁷

1. Bersifat langsung, Untuk menyampaikan dakwah melalui radio, tidak harus melalui proses yang kompleks sebagaimana penyampaian materi dakwah lewat pers, Majalah umpamanya. Dengan mempersiapkan secarik kertas. *Dai* dapat secara langsung menyampaikan dakwah di depan mikrofon.
2. Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan, Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah, siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan selain waktu, ruangpun bagi radio siaran tidak merupakan masalah, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju. Daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau dakwah dengan media lain dapat diatasi dengan wasilah radio ini.
3. Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat, Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan adalah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. (Pandawa, Milhan, 22) Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata dan efek suara.
4. Biaya yang relatif murah, Radio pada umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki oleh setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin. Bedanya yang kaya mungkin mempunyai seperangkat radio stereo yang canggih, sedangkan yang miskin hanya memiliki radio transistor.
5. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil, Dibeberapa Negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungi tempat-tempat terpencil.
6. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis, Siaran radio tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis khalayak. Dibeberapa Negara Asia tingkat kemampuan baca dan tulis populasinya

lebih dari 60%. Jutaan orang tersebut tidak disentuh oleh media massa lain kecuali bahasa radio dalam bahasa mereka.

Sedangkan kelemahan radio

1. Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak biasa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca Koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan.
2. Global. Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, karena angka-angkapun dibulatkan.
3. Batas waktu. Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan Surat Kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas.
4. Beralur linier. (Pandawa, Milhan, 22) Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Beda dengan Surat Kabar, pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau langsung ke rubrik yang ia sukai.
5. Mengandung gangguan. Saat mendengarkan program acara radio, pendengar terkadang mengalami gangguan secara teknis.

Pengertian manajemen dakwah

Manajemen produksi dakwah adalah semua aktivitas atau proses untuk mewujudkan suatu produk sesuai dengan tujuan yang ditetapkan tidak lepas dari manajemen produksi. Manajemen produksi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut manajemen.

Menurut Hisyam Alie, untuk mencapai suatu manajemen produksi harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut: a) *Strength* (Kekuatan), yakni memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusia, dana, dan beberapa piranti yang dimilikinya. b) *Weakness* (Kelemahan), yakni memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki kekuatan. (Pandawa, Milhan, 22) c) *Opportunity* (Peluang), yakni seberapa besar peluang yang mungkin tersedia di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun dapat diterobos. d) *Threats* (Ancaman), yakni memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.

Jadi manajemen adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan dakwah adalah proses merealisasikan ajaran Islam dalam dataran kehidupan manusia dengan strategi, metodologi, dan sistem dengan mempertimbangkan dimensi religio- sosio-psikologis individu atau masyarakat agar target maksimalnya tercapai.

Manajemen dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

1. Manajemen merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.
2. Manajemen produksi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan manajemen adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Tujuan dakwah dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu tujuan utama dan tujuan khusus. Tujuan utama merupakan garis pokok yang menjadi arah semua kegiatan dakwah, yaitu perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah sesuai dengan ajaran Islam.

Tujuan khusus harus realistis, konkret, jelas, dan bisa diukur. Selain itu tujuan khusus juga berisi beberapa tahapan. Tujuan dakwah itulah yang dijadikan dasar penyusunan strategi dakwah dengan memperhatikan masing-masing tujuan khusus.

Dalam kegiatan dakwah komunikasi, mengartikan manajemen produksi sebagai perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang harus ditempuh, tetapi juga berisi taktik operasionalnya, serta harus didukung oleh teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. (Pandawa, Milhan, 22) Untuk manajemen tersebut, segala sesuatunya harus memerhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lassell, yaitu *Who says What in Which Channel to Whom with What effect* (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).

Setiap manajemen membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis paling tidak berisi analisis SWOT yaitu *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) yang dimiliki atau dihadapi organisasi dakwah.

Manajemen dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang. Pola penyesuaian ini disebutkan oleh M. Natsir sebagai dakwah *bi al-hikmah* (dakwah dengan bijaksana) antara lain.

- a. Bijak dalam mengenal golongan.
- b. Bijak dalam memilih saat harus bicara dan saat harus diam.

Bijak dalam mengadakan kontak pemikiran dan mencari titik pertemuan sebagai tempat bertolak untuk maju secara sistematis.

Manajemen produksi siaran radio

Media penyiaran dan juga perusahaan lainnya pada umumnya posisi manajer biasanya terdiri atas tiga tingkatan yaitu:

1. Manajer tingkat bawah. Manajer pada tingkat ini bertugas mengawasi secara dekat pekerjaan rutin karyawan yang berada di bawah naungannya. Pada stasiun radio, manajer tingkat bawah adalah seorang manajer penjualan lokal yang bertanggung jawab kepada manajer penjualan umum atau pada stasiun televisi, seorang manajer produksi bertanggung jawab kepada manajer program.
2. Manajer tingkat menengah. Bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan tertentu sebagai bagian dari proses untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Manajemen menengah dapat meliputi beberapa tingkatan dalam suatu organisasi. Para manajer menengah membawahi dan mengarahkan kegiatan-kegiatan para manajer lainnya dan kadang-kadang juga karyawan operasional. Sebutan lain bagi manajer menengah adalah manajer departemen, kepala pengawas dan sebagainya.
3. Manajer puncak. Manajer yang mengoordinasikan kegiatan perusahaan serta memberikan arahan dan petunjuk umum untuk mencapai tujuan perusahaan. Klasifikasi manajer tertinggi ini terdiri dari sekelompok kecil eksekutif. Manajemen puncak bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen organisasi. Sebutan khas bagi manajer puncak adalah direktur atau presiden direktur.

SIMPULAN

Dari pembahasan-pembahasan di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa strategi dakwah sangat dibutuhkan oleh kegiatan dakwah untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam berdakwah. Dakwah bukan hanya seorang Dai menyampaikan pesan dakwah melalui mimbar, namun dakwah juga

dapat dilakukan melalui media radio. Hampir semua masyarakat memiliki radio yang harganya murah namun manfaatnya banyak. Radio juga didengarkan bagi pendengar yang berkendara dengan mobil untuk mendapatkan informasi.

Saat ini telah banyak stasiun radio swasta yang memiliki format dan segmentasi berbeda-beda. Dan kini radio swasta dengan format Islami juga berkembang. Radio Islami bukan lagi dikatakan radio komunitas yang terbatas untuk memperluas jangkauan siaran dan program yang disiarkan.

Radio Suara Akbar Medan FM, salah satu radio swasta Islami yang berada di kompleks Masjid Al-mashun dan Masjid Fisabilillah hadir untuk menjadi media dakwah yang mengsinergikan programnya dengan Ceramah Eksklusif. Segala kegiatan yang ada di Masjid Al-mashun dan Masjid Fisabilillah selalu disiarkan oleh radio FM. (Pandawa, Milhan, 22) Dapat dikatakan bahwa radio SAS FM merupakan radio masjid karena selalu menyiarkan kajian dan program yang berkenaan dengan Masjid tersebut.

Radio FM memiliki dua program unggulan yakni program “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga”. Dikatakan unggulan karena banyak pendengar yang bergabung pada kedua program tersebut, baik melalui telepon, SMS, facebook, tweeter, dan streaming. Program ini memiliki strategi dakwah yang berbeda dengan program yang lainnya. Strategi dakwah yang pertama terletak pada Dai atau narasumber yang kompeten yang mengisi kedua program tersebut. Program “Ceramah Eksklusif” narasumbernya Prof. Ahmad Zahro dan Prof. Ahmad Faishol Haq. Beliau berdua merupakan guru besar Ilmu Fiqih UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan program “Tadarus Keluarga” narasumbernya ustad Yahya Aziz, pengarang buku “Manis Pahit Taubatnya Peselingkuh” yang terinspirasi dari masalah-masalah pendengar yang bergabung. Strategi berikutnya terletak pada waktunya siang hari, dipilih karena sangat efektif dan menjadi pembeda dengan program kajian di radio lain yang kebanyakan pagi hari. Strategi dakwah juga pada kemasan program. Program “Ngaji Fiqih Kontemporer” tidak bertopik, melainkan langsung pendengar bertanya Dai atau narasumber menjawab. Sedangkan “Tadarus Keluarga” topik terkini tentang masalah keluarga yang dipilih dan juga membahas buku yang di tulis narasumbernya. Dengan strategi inilah dapat menarik pengiklan untuk memasang iklan di radio FM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir, 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah.
- Arikunto, Suharsimi, 1998. *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Moh. Ali, 2009. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana
- _____, 2004. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana,
- Bogdan, Robert, dan Steven J. Tailor, 1975. *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to The Sosial Sciens*, New York, John Wiley & Sons.
- Danim, Sudarwan, 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, Effendy, Onong Uchjana, 1993. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- _____, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 2004. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- _____, 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju.
- _____, 2003. *Ilmu teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Head, Sydney W., Cristopher H. Sterling, 1982. *Broadcasting In America; a Survey of Television, Radio, and New Technologies*, Boston: Houghton Mifflin Company.
- Herford, Peter, 2000. *So You Want To Run a Tv Station*, Loan Fund: Media Development.
- K., Maxine, dan Robert M. Reed, 1986. *Career Opportunities In Television, Cable and Video*, 2nd Edition, New York: Facts on File Publication.
- Kusnawan, Aep, 2004. *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Bandung: Benang Merah Press.
- Lindlof, Thomas, 1995. *Qualitative Communication Research Methods*, Thousand Oaks, London: Sage Publication.

- Masduki, 2001. *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: LkiS.
- Moleong, Lexy J., 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung; Remaja Rosdakarya.
- _____, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. 25, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta: Kencana.
- Munir, M. dan Wahyu Ilaihi, 2006. *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Natsir, M, 1984. *Fiqhud Dakwah*, Semarang: Ramadhani.
- Ningrum, Fatmasari, 2007. *Sukses Menjadi Penyiar*, Jakarta: Swadaya.
- Patton, Michael Quinn, 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods 3rd ed.*, Thousand Oaks: Sage Publication.
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi*, Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara,
- PB, Triton, 2008. *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Prayudha, Harley, *Radio*: 2004. *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktek penyiaran*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Pringle, Peter K., Michael F Star, William E McCavit, 1991. *Electronic Media Management*, Boston: Focal Press.
- Punch, Keith, 1998. *Introduction to Social Research: Quantitative & Qualitative Approaches*, London: Sage Publications.
- Rafi'udin dan Maman Abdul Djaelani, 2004. *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2005. *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: Rosdakarya.
- _____, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*, Cet. 8, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep Samsul M., 2004. *Broadcast Journalism*, Bandung: Nuansa.
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Syam, Nur, 2003. *Filsafat Dakwah Pemahaman Fisiologis tentang Ilmu Dakwah*, Surabaya: Jenggala Pustaka Utama:
- Syam, Nur, 1991. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Solo: CV Romadhoni, Syukir, Asmuni, 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: al-Ikhlash, Tulaeka, Hamzah, 1993. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Surabaya: Indah Offset,
- Wahyudi, JB., 1996. *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti