



Peran Radio Komunitas sebagai Media Dakwah, dalam Mengembangkan Dakwah

Erwan Effendy¹, Dahliana Nasution², Fadia Hanim Siregar³, Muhammad Rivaldi Harahap⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: Erwaneffendi6@gmail.com¹, dahliananasution14@gmail.com², Fadiasrg09@gmail.com³, rivaldiharahap228@gmail.com⁴

Abstrak

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sebagai bagian dari perkembangan kehidupan manusia, dan banyak da'i memanfaatkan media massa dalam berdakwah, penggunaan media dakwah juga mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi tersebut menuntut semua pihak untuk senantiasa kreatif, inovatif dan bijak dalam memanfaatkan teknologi dimaksud guna kemaslahatan umat manusia. Radio yang merupakan media auditif atau media yang hanya bisa di dengar, murah merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan dimana saja. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi sebab sebagai media yang buta memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya. Dalam kenyataan ini dakwah melalui radio sangat efektif dan efisien, di samping itu digunakannya radio dapat dipancarkan ke segala penjuru yang jauh jaraknya sekalipun, radio juga dimiliki oleh hampir setiap keluarga. Praktislah jika dakwah dilakukan melalui siaran radio berarti dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar yang juga dapat ditangkap oleh komunikasi yang tersebar pula. Efektifitas dan efisien ini juga akan lebih terdukung jika da'i mampu memodifikasi dakwah dalam teknik dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, apakah melalui ceramah, bimbingan dan penyuluhan, nasehat-panutan, sandiwara, diskusi atau juga melalui forum tanya jawab yang lebih dikenal dengan teknik dakwah dialogis.

Kata Kunci: *Radio Komunitas, Dakwah*

Abstract

In line with the development of information and communication technology as part of the development of human life, and many preachers use the mass media in preaching, the use of da'wah media is also experiencing development. The development of this technology requires all parties to always be creative, innovative and wise in utilizing the intended technology for the benefit of mankind. Radio which is an auditive media or media that can only be heard, is cheap for the people and can be taken or listened to anywhere. Radio has the greatest power as a medium of imagination because as a blind medium it visualizes the announcer's voice or factual information through the listener's ears. In this reality da'wah via radio is very effective and efficient, in addition to that the use of radio can be emitted in all directions, even if it is far away, radio is also owned by almost every family. Practically, if da'wah is carried out through radio broadcasts, it means that da'wah will be able to reach far and scattered communication distances which can also be captured by scattered communications as well. This effectiveness and efficiency will also be further supported if the da'i is able to modify da'wah in da'wah techniques that are suitable for broadcast situations and conditions, whether through lectures, guidance and counselling, advice-role models, plays, discussions or also through question and answer forums that are better known with dialogic da'wah techniques.

Keywords: *Community Radio, Da'wah*

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia, sebagai rahmat bagi seluruh alam semesta. Islam menjamin kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, apabila ajaran Islam mencakup segala aspek kehidupan itu dijamin dan sebagai pedoman dengan mengisahkan Islam sebagai agama dakwah. Setiap muslim mempunyai kewajiban untuk menyampaikan kebenaran ajaran-ajaran Islam kepada sesama umat Islam lainnya, dengan misinya sebagai Rahmatan lil alamin. Dengan begitu dakwah bukan hanya tugas kelompok khusus dimana orang lain terbatas kepada tanggung jawab seperti halnya tiap-tiap Muslim dibebankan shalat, zakat, bersikap baik, bersikap benar dan jujur maka dari itu setiap Muslim juga dibebani wajib mengisi keimanan hati yang rapuh, artinya menuntun orang yang beriman untuk tetap menjaga keimanannya.

Radio merupakan salah satu media massa yang masih eksis hingga saat ini. Meski berbagai media baru bermunculan, radio tetap menjadi pilihan khalayak ramai untuk berbagai keperluan, baik itu pengumpulan informasi, hiburan maupun periklanan. Pemanfaatan media massa untuk dakwah dapat kita lakukan jika kita mampu memberdayakan sumberdaya yang kita miliki secara optimal. Hal ini berarti bahwa kita harus menguasai seluk beluk teori dan praktek-praktek komunikasi antar manusia. Komunikasi antar manusia pada dasarnya adalah suatu proses interaksi antara komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai suatu kesamaan pengertian, pemahaman, penghayatan dan pengamalan mengenai isi pesan tertentu (Morissan, 2008). Demikian halnya dengan dakwah sebagai salah satu bentuk komunikasi yang berarti menyampaikan sesuatu kepada orang lain yang bersifat mengajak untuk mengubah suatu keadaan yang tidak baik menjadi yang baik dan terpuji.

Perkembangan teknologi komunikasi dimasa yang akan datang nampaknya semakin pesat, hal ini berarti juga bahwa tantangan yang harus dihadapi dan sekaligus peluang yang harus dimanfaatkan berada didepan kita. Pertanyaannya adalah apakah kita mampu menghadapi tantangan dan menghadapi peluang. Oleh karena itu, penguasaan ilmu dan teknologi mutlak diperlukan apalagi kita ingin memanfaatkan secara efektif dan efisien.

Mengingat kehidupan manusia selalu berubah, terutama di masyarakat perkotaan yang dinamis dan berkembang, dakwah Islam membutuhkan teknik penerapan yang tepat waktu dan tepat. Beberapa faktor harus dipertimbangkan saat memberikan pesan-pesannya. Yaitu da'i (sebagai komunikator), kata-kata dari pesan yang disampaikan, media yang dipilih, metode yang digunakan, target audiens, dan efek yang diharapkan. Masalah dalam menulis pesan, memilih media, menggunakan metode yang benar. Sementara itu, diharapkan kita terlibat dalam berbagai kemajuan ilmu dan teknologi yang berkembang amat pesat dan sebagian manusia terbuai oleh kemajuan tersebut. Menghadapi kenyataan ini peran serta para da'i harus lebih digalakkan dalam rangka menyelamatkan manusia dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh perkembangan ilmu dan teknologi dalam dunia modern dan pengaruh globalisasi yang semakin menguat. Dampak negatif era globalisasi akan menjerumuskan umat manusia bila tidak diantisipasi dengan baik dan benar oleh para da'i, intelektual, dan tokoh-tokoh masyarakat. Seperti kita ketahui bahwa setiap media, baik itu media komunikasi modern maupun media komunikasi tradisional, memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Salah satu keunggulan media massa modern yang menonjol menjangkau sasaran khalayak luas tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Namun media massa pada umumnya hanya mampu untuk membuat sasaran khalayak mengenal/mengetahui akan informasi yang disampaikan media massa. Sebaiknya media komunikasi tradisional hanya dapat menjangkau sasaran khalayak terbatas, namun media komunikasi tradisional (termasuk face to face) bukan hanya sekedar membuat orang mengetahui akan sesuatu, tapi lebih jauh dari itu yaitu mampu mengubah sikap dan perilaku sasaran khalayak.

Dalam perkembangannya sekarang ini radio yang merupakan media auditif atau media yang hanya bisa di dengar, murah merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan dimana saja. Radio memiliki kekuatan

terbesar sebagai media imajinasi sebab sebagai media yang buta memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.

Di luar perkiraan banyak orang dengan kemunculan televisi-televisi swasta lebih dari satu dekade terakhir ini, radio tidak tergeser peranannya, bahkan dalam banyak hal semakin vital. Ini mungkin karena dari segi praktisnya radio bisa dengan mudah dibawa dan dengan di dengarkan baik sambil membaca, sambil makan, sambil menyapu, sambil kerja ataupun yang lainnya. Berbeda dengan media elektronik visual interaksi dengan radio bisa lebih dalam dan imajinatif.

Radio dapat mencapai pendengarnya dalam jumlah yang sangat besar dengan lebih cepat lebih mudah dari pada sarana komunikasi lain. Di negara-negara besar radio digunakan untuk istilah propaganda sehingga radio siaran merupakan salah satu faktor penting yang membuat istilah propaganda mempunyai konotasi yang buruk karena siarannya yang secara tidak serempak yang dapat mencapai rakyat diseluruh penjuru dengan seketika. Radio telah menimbulkan dampak yang besar terhadap politik, sosial, ekonomi, kebudayaan, pendidikan dan militer.

Dengan pemahaman modern pendengar radio bukan lagi obyek yang menggunakan nalar pikiran dan sekaligus empati sehingga membentuk sikap kritis (Samsul Munir Amin, 2009). Jika program yang ditayangkan langsung oleh radio tidak sesuai maka sikap pendengar tidak sekedar memindahkan chanel atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersikap antipati terhadap yang ia nilai mengecewakan.

Dalam kenyataan ini dakwah melalui radio sangat efektif dan efisien, di samping itu digunakannya radio dapat dipancarkan ke segala penjuru yang jauh jaraknya sekalipun, radio juga dimiliki oleh hampir setiap keluarga. Praktislah jika dakwah dilakukan melalui siaran radio berarti dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar yang juga dapat ditangkap oleh komunikasi yang tersebar pula. Efektifitas dan efisien ini juga akan lebih terdukung jika da'i mampu memodifikasi dakwah dalam teknik dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, apakah melalui ceramah, bimbingan dan penyuluhan, nasehat-panutan, sandiwara, diskusi atau juga melalui forum tanya jawab yang lebih dikenal dengan teknik dakwah dialogis.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Hal ini di karenakan beberapa sifat kualitatif dirasa cocok dengan tujuan penelitian. Metode deskriptif kualitatif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Sugiono, 2009). Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian studi pustaka, yang dimana peneliti mengumpulkan data-data dan sumber melalui buku, jurnal, dll. Adapun aktiitas yang dilakukan dalam analisis data adalah reduksi data, menyajikan data dan verivikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Komunitas

Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksana penyiaran (seperti radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Intinya, radio komunitas adalah "dari, oleh, untuk dan tentang komunitas" (Morissan, 2008). Pelaksana penyiaran (seperti radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas di Indonesia mulai berkembang pada tahun 2000. Radio komunitas merupakan buah dari reformasi politik tahun 1998 yang ditandai dengan dibubarkannya Departemen Penerangan sebagai otoritas tunggal

pengendali media di tangan pemerintah. Keberadaan radio komunitas di Indonesia semakin kuat setelah disahkannya Undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Radio komunitas memiliki karakteristik yang berbeda dengan siaran radio komersial. Terutama pada aspek kepemilikan, pengawasan serta tujuan dan fungsinya. Perbedaan tersebut diantaranya radio komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas dan untuk melayani kepentingan komunitasnya. Kaum industry media tentu saja tidak sepakat jika masyarakat sadar bahwa penyiaran acara yang menawarkan “mimpi” sebetulnya bukan untuk mereka (Masduki, 2003). Sehingga pada awal munculnya media komunitas, ada sikap menentang yang datang dari sebagian besar media komersial.

Beberapa pandangan mengenai radio komunitas

a. Lembaga penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. (UU Penyiaran, 2002).

b. Terdapat perbedaan antara lembaga penyiaran publik, komersial dan komunitas. Lembaga penyiaran public dan komersial termasuk kategori memperlakukan pendengar sebagai objek, sedangkan radio komunitas memperlakukan pendengar sebagai subjek dan pesertanya terlibat dalam penyelenggaraannya.

Masalah media komunitas, khususnya radio komunitas penting untuk dikaji di Indonesia karena setidaknya ada dua faktor yang melatarbelakangi. Pertama, mayoritas penduduk Indonesia adalah penduduk pedesaan yang umumnya menempati wilayah relatif miskin dengan kualitas SDM rendah dan potensi yang belum tergali secara optimal. Oleh karena itu, dengan teknologi sederhana dan biaya yang murah, radio komunitas sangat tepat untuk dikembangkan di Indonesia. Kedua, media komunitas berasal dari kebutuhan warga, oleh warga, dan untuk warga komunitas sehingga tidak ada campur tangan dari luar, yang memasukkan ideology, kepentingan atau misi apapun yang belum tentu cocok dengan kondisi dan kebutuhannya komunitas tersebut.

Sejarah Radio

Pada tahun 1895 Guglielmo Marconi yang lahir di Bologna-Italia menemukan adanya gelombang elektromagnetik yang tidak tampak oleh mata dan bergerak lewat udara dengan kecepatan suara. Pemanfaatan gelombang tersebut akhirnya digunakan untuk mengirim tanda-tanda melintasi jarak jauh tanpa harus melalui saluran kawat. Terciptalah perangkat yang kemudian dikenal dengan nama Radio (Abda, Slamet Muhaimin, 1994).

Radio adalah media informasi, hiburan, dan pendidikan populer yang paling penting dan sangat populer. Selama lebih dari 60 tahun, radio telah memainkan peran penting, meski dalam derajat yang berbeda-beda. Beberapa negara memiliki lembaga penyiaran nasional yang dimiliki dan dioperasikan oleh pemerintah, seperti British Broadcasting Corporation (BBC) di Inggris Raya.

Disamping radio milik siaran pemerintah masih banyak lagi terdapat siaran radio milik swasta yang tersebar di semua Negara mulai dari Amerika Serikat hingga Negara-Negara Komunis. Di Negara-negara yang peran pemerintahnya begitu kuat, radio pemerintah cenderung lebih menonjol. Radio milik pemerintah itu mengolah materi-materi komersial maupun non komersial, dan sangat populer. Salah satu contohnya adalah radio NBC di Nigeria.

Melihat beberapa fungsi radio dan sejarah awal produksi radio, dapat disimpulkan bahwa radio merupakan media yang informatif dan fleksibel. Fleksibilitas dalam hal ini memungkinkan Anda mendengarkan radio saat bepergian, seperti yang dijelaskan di paragraf sebelumnya.

Perkembangan Radio Di Indonesia

Sejarah lahirnya tidak terlepas dari lahirnya bangsa Indonesia. Dalam proses siaran awal sudah berupaya dan berkorban, karena siaran radio pertama di Indonesia dimulai sejak masa penjajahan Belanda. Jika kita membuka sejarah radio Indonesia maka akan terlihat bahwa adanya radio pertama kali di Indonesia sekitar tahun 1920 an untuk kepentingan penjajah Belanda. Sejarah akan membawa kita kepada peristiwa penting masa lampau. Sejarah merupakan disiplin ilmu yang mengajarkan nilai-nilai historis dari sebuah kejadian. Keteladan dari para pendahulu dapat kita jadikan pedoman dalam menjalani hidup, terutama mempertahankan kemerdekaan Indonesia.

Kisah berdirinya Republik Penyiaran Indonesia memiliki esensi penting yang harus dibicarakan oleh generasi sekarang. Kita tidak bisa begitu saja melupakan sejarah atau menjadi acuh tak acuh terhadapnya. Karena kejadian yang kita alami sekarang mungkin sama dengan kejadian di masa lalu, kita memiliki beberapa alat yang cukup untuk menyelesaikan masalah yang kita hadapi. Sejalan dengan kata-kata Bung Karno, "Bangsa yang besar adalah bangsa yang tidak pernah melupakan sejarahnya.

Pada saat itu Radio Republik Indonesia (RRI) adalah satu-satunya stasiun radio yang dimiliki oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Radio ini memiliki slogan "Sekali di Udara, Tetap di Udara", slogan ini masih dikumandangkan hingga saat ini. RRI merupakan radio yang mempunyai posisi yang strategis, karena RRI adalah satu-satunya jaringan nasional dan mampu menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia. Berawal dari kemerdekaan RI pada saat itu RRI berfungsi sebagai alat penyampaian informasi pemerintah dengan rakyat dalam dinamika memperjuangkan bangsa. RRI adalah organisasi yang cenderung berafiliasi terhadap pemerintah.

Fenomena Radio Komunitas di Indonesia Pasca Era Reformasi

Perkembangan radio komunitas di Indonesia secara kronologis adalah sebagai berikut: diperkirakan radio komunitas di Indonesia telah mulai beroperasi sejak tahun 1980-an, yang dikenal sebagai radio ilegal atau radio gelap (Astuti, 2000). Beberapa faktor mendasari keberadaan radio komunitas di Indonesia. Pertama, didasari oleh semangat para perintis dan pengurus untuk memiliki radio komunitas. Kedua, pada awal era reformasi tahun 1998, kuatnya daya peniruan massa yang mengembangkan suasana kebebasan berekspresi melalui radio.

Begitu pula dalam ekspansi selanjutnya Pada 1999-an, beberapa LSM mulai membentuk jaringan kerja sama. Dalam mengembangkan keberadaan radio komunitas. tahun 2000 Keberadaan media komunitas mulai diakui oleh pemerintah Secara resmi dengan diterbitkannya rancangan undang-undang penyiaran, Kemudian, dalam UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002. Sesuai isi UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Perlunya pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) di tingkat pusat dan pusat Kemudian, pada tahun 2003, KPI pusat dirumuskan, dan pada awal tahun 2004 Mendirikan Badan Penyiaran Daerah Indonesia (KPID) di Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat. Dari segi volume, Jawa Barat memegang 'rekor' Radio komunitas dibandingkan provinsi lain di Indonesia (Atie Racmiati, 2007).

Radio sebagai Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa Latin median, yang merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang berarti alat perantara. Sedangkan kata dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab dan merupakan bentuk masdar dari kata da'wa, yang mengandung arti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong dan bermohon (Warson Munawwir, 1994). Dari defenisi kata media dan dakwah di atas, media dakwah dapat dipahami sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u (M. Munir & Wahyu Ilaihi, 2006). Sedangkan Wardi Bachtiar mendefenisikan media dakwah sebagai peralatan

yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Dalam arti sempit, media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah.

Sebagai alat bantu, media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah. Artinya, sebenarnya proses dakwah tanpa adanya media dakwah masih dapat mencapai tujuannya. Namun sebagai sebuah sistem dakwah, media tidak hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi sebagai salah satu komponen dakwah yang memiliki peranan dan kedudukan yang sama dengan komponen-komponen yang lain, seperti subyek dakwah, obyek dakwah, materi dakwah dan metode dakwah. Apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang didasarkan pada azas efektifitas dan efisiensi, peranan media dakwah menjadi sangat penting. Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u dakwah, agar kegiatan dakwah lebih efektif dan efisien. Pendapat ini disandarkan penulis pada pendapat Hamzah Ya'qub mendefenisikan media dakwah sebagai alat obyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan da'i dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan al-uswah, dan urat nadi dalam totalitiet dakwah (Hamzah Ya'qub.1972).

Dr. M. Bahri Ghazali berpendapat terdapat tiga jenis media komunikasi yang dapat digunakan sebagai media dakwah:

- a. Media Visual
- b. Media Auditif
- c. Media Audio Visual(M. Bahri Ghazali. 1997)

Sedangkan Samsul Munir Amin mengklasifikasikan media yang dapat digunakan sebagai media dakwah kepada:

- a. Media visual
- b. Media audio
- c. Media audio visual dan
- d. Media cetak.

Media visual yang dimaksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indra penglihatan. Perangkat media visual yang dapat dipergunakan untuk kepentingan dakwah diantaranya adalah film slide, transparansi, overhead proyektor, gambar foto dan lainnya. Sedangkan media audio adalah alat-alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran. Dengan media audio komunikasi dapat berlangsung tanpa batas jarak. Adapun media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar (visual) dan suara (audio) secara bersamaan dalam menyampaikan informasi. Yang terakhir adalah media cetak, yaitu media yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak.

Realitas Radio Komunitas sebagai media dakwah

Menurut catatan Hasanudin Direktur Radio Rasika Ungaran sekaligus Pengurus Pusat PRSSNI, sebagaimana dikutip M. Alfandi bahwa keberadaan radio dakwah komunitas saat ini pada umumnya masih memiliki banyak kekurangan, diantaranya: Pertama, tidak sehat secara ekonomi. Hal ini tercermin dari beberapa radio dakwah tersebut yang: (1) tidak memiliki kemampuan untuk membiayai operasional radio, (2) tidak memiliki dana investasi jangka panjang, dan (3) tidak mempunyai kas yang cukup. Kondisi ini menyebabkan banyak program radio yang kosong dengan alasan "tidak ada biaya transportasi" bagi da'i. Kedua, tidak mentaati regulasi. Hal ini tercermin dari beberapa radio dakwah tersebut yang: (1) tidak memiliki ijin operasional dari KPI. (2) tidak mematuhi ketentuan layaknya sebagai radio komunitas, baik dari sisi permodalan, program maupun teknik. Ketiga, tidak enak didengar. Hal ini terjadi dikarenakan radio dakwah tersebut: (1) Sumber Daya Manusia (SDM)-nya tidak terlatih/bukan tenaga profesioanl, (2) Penyiar dan Crew seadanya, (3) Program tidak terarah dan konsisten. Keterbatasan lain yang dimiliki radio komunitas sebagai

media dakwah adalah daerah jangkauan siarannya yang sangat terbatas. Sesuai UU bahwa daerah jangkauan radio komunitas dibatasi hanya 2,5 Km (UUDRI NO.32 TAHUN 2002) dan tidak boleh melebihi radius yang sudah ditetapkan tersebut.

Padahal sebagaimana penulis paparkan di atas bahwa pendengar radio komunitas tidak dapat dibatasi oleh batas teritorial/Determinan geografis akan tetapi karena lebih tepat kepada "community of interest" dimana anggota komunitas terdiri dari berbagai interest kultur, sosial, agama dan bahkan politik yang sama. Adapun solusi terhadap realitas radio dakwah berbasis komunitas yang belum sesuai dengan idealitas tersebut, M. Alfandi berpendapat ada beberapa langkah yang harus dilakukan oleh pengelola radio komunitas yaitu: 1. Memperjelas visi dan misi dari radio-radio dakwah berbasis komunitas tersebut, sehingga arah dan tujuan dari keberadaan radio ini lebih fokus. 2. Meningkatkan dedikasi dan profesionalisme Sumber Daya Manusia, tidak bisa hanya dilakukan dengan setengah hati. 3. Merancang program-program yang tepat untuk penanganan permasalahan yang dihadapi komunitas. 4. Memperkuat organisasi, agar dapat adaptif terhadap perkembangan zaman.

SIMPULAN

Media radio terbukti efektif sebagai sarana penyampai pesan-pesan dakwah yang bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan menembus batas, terlebih dengan adanya fasilitas streaming (internet). Radio terbukti tetap diminati publik karena karakternya yang akrab, personal, menghibur, theater of mind, murah, serta portabel dan fleksibel. Realitas lembaga penyiaran komunitas pada umumnya, khususnya stasiun radio dakwah masih tergolong tidak/kurang profesional dalam pengelolaan manajemennya. Kondisi ini tentunya membutuhkan perhatian semua pihak, baik elemen masyarakat, sebagai anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. Ilmu Dakwah, Jakarta: Amza, 2009.
- Antonius Birowo, dkk. Khalayak Potensial Radio Publik di Yogyakarta, Yogyakarta: FISIP Universitas Atmajaya, 2001.
- Asmuni Syukir. Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam, Surabaya: al-Ikhlas, 1983.
- Astuti, "Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Globalisasi." Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan 16, no. 3 (2000): 240-250.
- Bachtiar, Wardi. Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah, Jakarta: Logos, 1997.
- Ghazali, M. Bahri. Da'wah Komunikatif, Jakarta: Pedoman Ilmu, 1997.
- Masduki. Radio Siaran dan Demokratisasi, Yogyakarta: Jendela, 2003.
- Morissan. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi, Jakarta: Kencana, 2008.