



**STRATEGI RADIO SANGKA FM MENUJU RADIO
DAKWAH DAN EDUKASI**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh :

DIAH PERMATA SARI
NIM: 14 209 009

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATANGAS
2018**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diah Permata Sari
Nim : 14 209 009
Tempat/ Tanggal Lahir : Batusangkar/ 25 Desember 1995
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul “STRATEGI RADIO SANGKA FM MENUJU RADIO DAKWAH DAN EDUKASI” adalah hasil karya sendiri bukan plagiat kecuali yang tercantum sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 31 Agustus 2018
Saya yang menyatakan



Diah Permata Sari
Nim. 14 209 009

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Diah Permata Sari, NIM. 14 209 009**, dengan judul **“Strategi Radio Sangka FM Menuju Radio Dakwah dan Edukasi”** memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah untuk dilanjutkan kesidang *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 30 Juli 2018

Pembimbing I



Drs. Adripen. M.Pd
NIP.19650504 199303 1 003

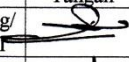

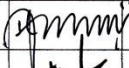

Pembimbing II



Syafriwaldi, S.Sos. I., MA

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis **DAH PERMATA SARI** NIM 14 209 009 judul **“STRATEGI RADIO SANGKA FM MENUJU RADIO DAKWAH DAN EDUKASI”** telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar pada hari Senin 20 Agustus 2018. Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

| No | Nama Penguji | Jabatan | Tanda Tangan | Tanggal |
|----|--|-------------------------------|---|----------|
| 1 | Drs. Adripen, M.Pd/ NIP. 19650504 199303 1 003 | Ketua Sidang/ Pembimbing I |  | 27-18 |
| 2 | Syafriwaldi, S.Sos.I., MA | Sekretaris/ Pembimbing II |  | 1/8/2018 |
| 3 | Dr. Irman S,Ag., M.Pd/ NIP. 19710201 200604 1 016 | Anggota/ Penguji I |  | 31/8/18 |
| 4 | Gustina, M.Pd/ NIP. 19730817 200710 2 002 | Anggota/ Penguji II |  | 31/8-18 |

Batusangkar, Agustus 2018
Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin
Adab dan Dakwah




Drs. Adripen, M.Pd
NIP. 19650504 199303 1 003

ABSTRAK

Diah Permata Sari. Nim 14 209 009 Judul Skripsi “Strategi Radio Sangka FM Menuju Radio Dakwah dan Edukasi ”. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi, implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM, serta evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi, untuk mengetahui implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM, serta untuk mengetahui evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM.

Penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) untuk mendapatkan data-data dari permasalahan yang diteliti, teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui *participan observation*, wawancara dan dokumentasi. Pengolahan data secara deskriptif kualitatif, kemudian diuraikan serta melakukan klasifikasi terhadap aspek masalah tertentu dan memaparkan melalui kalimat yang efektif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di lapangan dapat di simpulkan bahwa strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dengan cara perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dimulai dengan melakukan penyusunan program dakwah dan edukasi serta menambah sumber daya manusia. Sementara untuk implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi yang dilakukan di radio Sangka FM melakukan siaran setiap harinya sesuai dengan jadwal serta program yang telah dirancang tersebut. Kemudian untuk evaluasi program dakwah dan edukasi yang dilakukan di radio Sangka FM sejauh ini radio Sangka FM belum pernah mengevaluasi program dakwah dan edukasi mereka hanya mengevaluasi lagu dan juga materi siaran yang ada di radio Sangka FM.

Kata Kunci: Strategi, Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | iii |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI | iv |
| BIODATA | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian..... | 7 |
| C. Pertanyaan Penelitian..... | 7 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| E. Manfaat dan Luaran Penelitian..... | 7 |
| F. Definisi Operasional..... | 8 |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Strategi | |
| 1. Definisi Strategi..... | 11 |
| 2. Tahapan Strategi..... | 13 |
| 3. Peran Strategi..... | 17 |
| 4. Jenis-jenis Strategi..... | 17 |
| 5. Tipe-tipe Strategi..... | 18 |
| 6. Proses Menciptakan dan Memilih Strategi..... | 18 |
| 7. Proses Pelaksanaan Strategi..... | 19 |
| 8. Tujuan Pembuatan Strategi..... | 21 |
| 9. Penyusunan Strategi..... | 22 |
| B. Radio Dakwah dan Edukasi | |
| 1. Radio Dakwah | |

| | |
|---|----|
| a. Defenisi Radio Dakwah..... | 23 |
| b. Unsur-Unsur Dakwah..... | 27 |
| c. Kategori Pesan Dakwah..... | 30 |
| 2. Radio Edukasi | |
| a. Defenisi Radio Edukasi..... | 32 |
| b. Fungsi Radio..... | 32 |
| c. Kelebihan Media Radio..... | 34 |
| d. Kelemahan Radio..... | 35 |
| e. Khalayak Radio..... | 36 |
| f. Orang-Orang Radio..... | 36 |
| C. Radio Sangka FM Sebagai Media Dakwah..... | 37 |
| D. Radio Sangka FM Sebagai Radio Edukasi..... | 39 |
| E. Penelitian yang Relevan..... | 41 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis Penelitian..... | 43 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 44 |
| C. Informan Penelitian..... | 44 |
| D. Instrumen Penelitian..... | 44 |
| E. Sumber Data..... | 45 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 45 |
| H. Teknik Penjamin Keabsahan Data..... | 46 |

BAB IV TEMUAN/HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Radio Sangka FM Batusangkar | |
| 1. Sejarah Singkat Radio Sangka FM..... | 48 |
| 2. Lokasi Radio Sangka FM..... | 49 |
| 3. Visi Dan Misi Radio Sangka FM..... | 49 |
| 4. Logo Radio Sangka FM..... | 50 |
| 5. Sasaran Pendengar Radio Sangka FM..... | 50 |
| 6. Struktur Kepengurusan Radio Sangka FM..... | 51 |

| | |
|--|----------------|
| B. Temuan Penelitian | |
| 1. Perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi..... | 52 |
| 2. Implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM..... | 58 |
| 3. Evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM..... | 63 |
| C. Pembahasan | |
| 1. Perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi..... | 68 |
| 2. Implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM..... | 70 |
| 3. Evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM..... | 72 |
| BAB V | PENUTUP |
| A. Kesimpulan..... | 75 |
| B. Saran | 76 |

DAFTAR KEPUSTAKAAN
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan semakin maraknya dunia informasi, banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi mengingat semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang dapat menambah wawasan mereka dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Salah satu media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran adalah media elektronika yaitu radio. Radio sebagai media elektronik yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi. Media radio dalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, karena penyebaran informasi komunikasi dapat tersebar luas dengan cepat keberbagai kalangan masyarakat.

Kelebihan media radio dibandingkan media lain adalah jarak jangkauannya yang sangat luas dan murah meriah. Sebuah hal yang tidak mampu dilakukan oleh media massa seperti surat kabar atau televisi. Sehingga menjadikan media ini lebih menarik untuk didengarkan. Dengan kata lain, saat ini radio bisa dikatakan sebagai media yang menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi maupun hiburan. Menurut penulis dengan kelebihan jarak dan jangkauan yang dimiliki radio membuat pendengar dengan mudah mendengarkan radio dan mendapatkan informasi melalui radio tersebut.

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan implementasi ide atau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Pada awalnya kata strategi dipergunakan untuk kepentingan militer saja, tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda, termasuk dalam kegiatan dakwah. Penggunaan strategi perlu dibedakan dengan taktik (kiat) yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Dalam dakwah Islam, strategi dapat dibedakan dengan taktik.

Secara garis besar ada dua strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan dakwah Islam: *pertama*, strategi dakwah dilihat dari tujuan yang hendak dicapai. *Kedua*, strategi dakwah dilihat dari sisi pendekatan dakwah. Kedua strategi tersebut dalam aplikasinya tidak harus berjalan secara *linear* dan *strict*, melainkan saling memperkuat atau bersifat komplementer (Basit, 2013). Strategi tidak hanya digunakan dalam kepentingan militer dan juga dakwah. Namun sesuai perkembangan teknologi dan informasi radio juga membutuhkan strategi untuk menarik para pendengarnya.

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara. Tahun 1896, Guglielmo Marconi menciptakan *wireless telegraph* yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode *Morse*.

Marconi lantas mendirikan perusahaan pengiriman pesan kedatangan dan keberangkatan kapal, mendirikan stasiun pemancar dan penerima, terutama di kawasan yang tidak terjangkau kabel telegraf, dan belakangan bahkan mendirikan pabrik perakitan dan penyedia perlengkapan radio. Pada tahun 1913, Marconi telah mendominasi bisnis radio di Eropa dan Amerika Serikat. Bisnis radio yang di maksud di sini bukan bisnis stasiun radio tetapi, lebih pada pemanfaatan radio untuk keperluan-keperluan perdagangan dan transportasi (Astuti, 2017: 5).

Namanya saja *broadcasting*-penyiaran. *Broad* (luas) maka, apa saja bisa disalurkan via radio. Mulai dari berita, iklan, musik, sampai diskusi dan drama. Pada awalnya, radio memang menyiarkan apa saja yang terpikirkan orang untuk disampaikan kepada massa dalam waktu serempak, sesingkat-singkatnya. Perlahan-lahan, seiring dengan semakin banyaknya stasiun radio yang beroperasi, muncul format radio yang berbeda-beda (Astuti, 2017: 7).

Menurut penulis, radio merupakan media dalam menyampaikan suatu pesan dakwah dari komunikator kepada komunikan. Radio juga termasuk ke dalam sumber informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Radio hadir memasuki setiap sudut kehidupan di bumi ini, menawarkan musik pop yang terbaru bagi masyarakat kota, ataupun menyampaikan informasi Keluarga Berencana bagi masyarakat pedesaan yang jauh terpencil, dan mengabarkan berita gembira berupa pesan-pesan rohaniah ke seluruh daerah yang sulit di jangkau manusia sekalipun. Siaran radio bisa tetap datang mengunjungi pendengar meskipun terhalang banjir besar ataupun gunung meletus. Radio memang memiliki banyak kelebihan. Radio memiliki kesederhanaan bentuk (*portability*) dan kemampuan tinggi untuk menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan-kegiatan lain sekalipun, atau bahkan sedang menikmati media massa lainnya (Muhtadi, 1999).

Perkembangan teknologi membuat radio tidak hanya di kota-kota besar saja tetapi sudah mulai masuk ke pedesaan bahkan hampir setiap kampus memiliki radio sebagai media informasi bagi mahasiswanya. Tidak terkecuali di IAIN Batusangkar juga terdapat stasiun radio Sangka FM yang menjadi media informasi.

Radio Sangka FM yang berlatar belakang di kampus yang berlandaskan kepada agama Islam sehingga membuat radio tersebut memiliki *take line* dakwah dan edukasi. Radio Sangka FM berdiri pada tanggal 6 Mei 2010. Pada waktu itu IAIN Batusangkar masih berstatus sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Sangka FM diresmikan oleh Ketua STAIN yang waktu itu dijabat oleh Bapak Dr. Syukri Iska S.Ag., M.Ag. Direktur radio Sangka FM Bapak Epicandra S.Ag., M.Ag di Manejeri oleh Ibunda Elsy Renie dan Bapak Ulya Atsani.

Awalnya radio Sangka FM merupakan radio komunitas untuk mahasiswa STAIN Batusangkar berkreasi. Seiring perkembangan waktu radio Sangka FM akhirnya mendapatkan hati di tengah-tengah masyarakat sehingga pihak pengurus radio Sangka FM berupaya untuk menjadikan radio ini sebagai radio swasta. Sehingga dengan melalui tahap-tahap bagaimana sebuah radio komunitas menjadi radio swasta telah dilalui mulai dari Evaluasi Dengar Pendapat (EDP), Forum Rapat Bersama (FRB) yang sudah sampai ke tahap

tersebut dan akhirnya radio Sangka FM menjadi radio swasta dengan membentuk sebuah PT yang diberi nama PT SYIAR SANGKA.

Pada awal berdirinya radio Sangka FM sudah ada *music director* dan produksi tetapi mulai dijalankan di akhir tahun 2010. Sehingga dengan dilakukannya sesuai prosedur maka radio Sangka FM sudah berjalan sesuai dengan kerja radio yang sebenarnya. Semua itu tidak terlepas dari pelatihan-pelatihan yang telah diikuti oleh *crew-crew* radio Sangka FM seperti, pelatihan editing audio dan jurnalisme yang telah mendatangkan materi dari KBR 68 H dan RRI Padang oleh pengurus radio Sangka FM.

Kemudian generasi-generasi awal yang ada di radio Sangka FM juga di magangkan di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Radio Luhak Nan Tuo sehingga untuk Sumber Daya Manusia (SDM) tidak kalah saing dengan penyiar-penyiar yang ada di Kabupaten Tanah Datar karena untuk segi ilmu dan pelatihan sudah cukup diberikan oleh *manajemen* Radio Sangka FM.

Sebagai sebuah stasiun radio Modern, Sangka FM Batusangkar memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya di bidang *broadcasting* dengan sistem informasi yang lebih menitik beratkan pada unsur informasi pendidikan non-formal, dakwah dan hiburan. Maka Sangka FM Batusangkar merupakan konsep *Informative, Educative, dan Dakwah*. (Arsip Radio Sangka FM)

Konsep tersebut diwujudkan dalam bentuk program-program yang di rancang secara matang oleh tenaga ahli. Program radio dirancang sedemikian rupa sehingga interaksi aktif terjalin dengan pendengar menjadi ciri khas Sangka FM Batusangkar. Program acara informasi, pendidikan, dakwah dan hiburan mendapat porsi yang besar dalam program acara Sangka FM Batusangkar secara *continue*. Pilihan musik dan lagu disesuaikan dengan segmen pendengarnya.

Radio Sangka FM Batusangkar memiliki Visi: Mewujudkan Radio Sangka FM IAIN Batusangkar sebagai Media Informasi, Pendidikan dan Dakwah bagi masyarakat.

Serta Misinya adalah:

- a. Mencerdaskan masyarakat dengan beragam informasi yang mendidik
- b. Menciptakan masyarakat yang beragama dan berbudaya
- c. Menghibur masyarakat dengan pesan-pesan yang edukatif
- d. Menjadi sarana komunikasi dan silaturahmi yang dekat dihati masyarakat
- e. Melakukan perubahan masyarakat madani

Menurut penulis, Pelaksanaan komunikasi dakwah dengan radio sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio maka suara dapat dipancarkan keberbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan melalui radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian maka dakwah akan mampu menjangkau komunikan yang jauh dan tersebar. Saat ini komunikasi dakwah melalui radio merupakan salah satu sarana yang tepat sebagai media untuk memberikan pemahaman nilai-nilai Islam kepada masyarakat Muslim.

Radio 104,1 Sangka FM hadir sebagai salah satu radio yang mengemas secara khusus dakwah dan edukasi. Radio ini dapat mengemas keselarasan program dan informasi tanpa meninggalkan fungsi radio sebagai media hiburan, yang disajikan dengan kesejukan dan tutur kata. Dengan keunikannya, radio tidak hanya sebagai media hiburan, melainkan dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah dan edukasi kepada masyarakat umum yang menjadi pendengar. Masyarakat yang menjadi penikmat serta pendengar radio dapat berpegang teguh kepada edukasi nilai-nilai religi serta dakwah yang disiarkan selain sebagai media hiburan.

Kreatifitas yang diciptakan oleh penyiar radio Sangka FM ini juga menciptakan program acara dakwah, edukasi, informasi, hiburan, mutiara hikmah serta kata-kata motivasi kepada sahabat pendengarnya. Semua itu disajikan secara menarik dan mengandung nilai-nilai religius serta edukasi, sesuai dengan tema dan program siaran yang *kreatif, informatif, edukatif* serta menghibur.

Saat ini banyak media yang dikuasai oleh penguasa-penguasa sekuler yang mana informasinya banyak menyimpang dan tidak berimbang. Sehingga

Islam dipandang angker di media-media. Radio 104,1 Sangka FM mencoba mengimbangi informasi-informasi yang tidak islami dengan informasi yang islami. Selain itu banyak faham-faham Islam sampai faham liberal dan faham-faham yang lain dan pada akhirnya akan memecah umat Islam diberbagai pihak. Penyimpangan yang ada pada media lain, mereka melandaskan pada pemahaman ajaran Islam. Namun, mereka tidak menggunakan ajaran Islam tersebut.

Berdasarkan survei awal yang telah penulis lakukan, radio Sangka FM sudah berdiri selama 8 tahun. Radio Sangka FM merupakan satu-satunya radio swasta di Kabupaten Tanah Datar yang menyampaikan dakwah kepada pendengar sesuai dengan *take linenya* yaitu dakwah dan edukasi. Seiring berjalannya waktu dakwah yang dihadirkan di radio Sangka FM sangat monoton dan tidak mengena dihati para pendengarnya, yang menyebabkan banyak pendengar yang tidak tertarik dengan program dakwah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kreatifitas penyiar dalam membawakan program dakwah tersebut. Begitupun dengan edukasi atau pengajaran yang di siarkan di radio Sangka FM sudah mulai berkurang serta lebih banyak menghadirkan hiburan dari pada dakwah dan edukasi yang tidak sesuai dengan *take line* radio Sangka FM.

Sehingga para pendengar yang dulunya sangat antusias dengan program-program yang ada di radio Sangka FM perlahan-lahan mulai menghilang dan meninggalkan program dakwah dan edukasi tersebut. Selain dakwahnya yang sangat monoton pendengar juga merasakan radio Sangka FM lebih banyak memutar lagu-lagu dibandingkan dengan Dakwah atau informasi yang disampaikan oleh penyiar. Sehingga membuat para pendengar bosan dan beranggapan bahwa radio Sangka FM sekarang hanya menjadi radio hiburan saja. Radio Sangka FM kini sangat jarang menyiarkan program dakwah dan edukasi. Akibatnya banyak pendengar yang beralih ke radio lain untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi dan dakwah.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di radio Sangka FM, yang dapat dilihat dari pengelolaan strategi

radio Sangka FM menuju radio Dakwah dan Edukasi. Oleh karena itu penulis mengangkat sebuah judul penelitian **“STRATEGI RADIO SANGKA FM MENUJU RADIO DAKWAH DAN EDUKASI”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini difokuskan pada strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian yang dikemukakan di atas, maka untuk memperjelas permasalahan dan mempermudah mencari data, maka Penulis dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi?
2. Bagaimana implementasi program yang di susun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM?
3. Bagaimana evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi.
2. Untuk mengetahui implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM.
3. Untuk mengetahui evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat berguna sebagai:

1. Menambah khazanah kepustakaan tentang Strategi Radio di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar.

2. Dapat dijadikan acuan oleh para pengelola dan penyiar dalam menyampaikan strategi dakwah dan edukasi di radio Sangka FM Batusangkar.

F. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman pada penelitian ini, maka penulis menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi radio Sangka FM menuju radio Dakwah

Strategi dalam kamus bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan management (*management*) untuk mencapai suatu tujuan akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2007: 32).

Menurut penulis strategi ialah rencana yang dilakukan oleh radio Sangka FM untuk mencapai sasaran yang diinginkan oleh radio Sangka FM agar sesuai dengan visi dan misi dan program yang disiarkan di sana kembali ke *take line* radio dakwah dan edukasi.

Radio Secara etimologi pengertian radio menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah pengiriman suara atau bunyi melalui suara. Secara terminologi radio sesuai dengan definisi dalam pemerintah adalah pemecahan radio yang langsung ditunjukkan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media (Indrawan, 1998:719). Radio adalah salah satu bentuk media massa elektronik yang sangat “merakyat”. Sifat radio *auditif*, maka media massa ini sangat mudah untuk dimiliki oleh siapapun karena harganya sangat relatif murah dan bentuknya yang sangat mudah untuk dibawa kemana-mana (Ardianto, 2007:125).

Menurut penulis, Radio merupakan salah satu sarana informasi yang cukup efektif di zaman sekarang ini, karena radio memiliki sifat langsung,

dalam arti pesan yang disampaikan oleh radio akan langsung sampai pada audiensnya, ditambah keunggulan lainnya seperti tidak mengenal jarak, dan dapat dinikmati kapanpun. Hal ini yang membuat radio menjadi sarana efektif untuk berdakwah

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk kedalam sabil Allah Swt. Bukan untuk mengikuti *Da’i* atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *Ummah*. Sementara itu Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal: pelaksana dakwah, perseorangan dan organisasi. Sedangkan Ismail al-faruqi, mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal (berlaku untuk semua umat di sepanjang masa).

Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah: pertama, ajakan ke jalan Allah Swt. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah Swt. Keempat, sasaran bisa secara *Fardiyah* atau *jama’ah* (Ilaihi, 2010:14-15).

Menurut penulis dakwah adalah proses penyampaian ajaran agama dari *Da’i* kepada *Mad’u* dengan menggunakan media yang bertujuan untuk membawa *Mad’u* kembali keajaran yang sebenarnya. Strategi Radio Sangka FM menuju radio dakwah ialah proses penyampaian pesan atau ajaran agama Islam melalui media radio.

2. Strategi Radio Sangka FM menuju radio Edukasi

Edukasi atau pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh

pelaku pendidikan. Edukasi atau pendidikan dalam arti luas sebagai proses kehidupan banyak filsuf dan pemikir mempertahankan pendidikan dalam maknanya yang luas dan menolak reduksi pendidikan. Dilihat dari maknanya yang sempit pendidikan identik dengan sekolah, pendidikan adalah pengajaran yang diselenggarakan di sekolah sebagai lembaga tempat mendidik (Soyomukti, 2015:22).

Sejalan dengan pendapat diatas penulis menyimpulkan pendidikan adalah sebuah proses atau upaya menyampaikan sebuah pesan yang mengarah kepada pendidikan yang nantinya bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat atau khalayak ramai.

Radio Sangka FM merupakan radio swasta yang terletak di kampus IAIN Batusangkar. Radio Sangka FM satu-satunya radio yang memiliki *take line* radio dakwah dan edukasi yang berada di Batusangkar. Menurut penulis strategi radio Sangka FM menuju edukasi yaitu cara-cara penyampaian pesan yang mengarah kepada pendidikan disampaikan oleh penyiar melalui media radio.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Definisi Strategi

Strategi dalam kamus bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan management (*management*) untuk mencapai suatu tujuan akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2007:32).

Menurut Suhandang strategi merupakan rancangan atau desain kegiatan, dalam wujud penentuan dan penempatan semua sumber daya yang menunjang keberhasilan suatu pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Dengan kata lain, sebagai landasan berpijaknya pola tindak *print* dari suatu kegiatan pencapaian tujuan (Suhandang, 2014 : 82). Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut (Assauri, 2013: 3).

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan implementasi ide atau gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu (Basit, 2013:165).

Strategi menyangkut hal-hal sebagai berikut:

a. Tujuan dan sasaran

Tujuan adalah keinginan yang hendak dicapai di waktu yang akan datang yang digambarkan secara umum dan relatif tidak mengenal batas waktu, sedangkan sasaran adalah pernyataan yang mengarah pada kegiatan untuk mencapai tujuan, sehingga lebih terikat dengan waktu, dapat diukur dan dapat dihitung.

- b. Lingkungan, suatu organisasi tidak dapat hidup terisolasi, organisasi akan senantiasa berinteraksi dengan lingkungannya.
- c. Kemampuan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan organisasi.
- d. Pembuat strategi, merupakan elemen yang penting menyangkut siapa yang kompeten dalam menyusun strategi.
- e. Komunikasi, strategi akan berhasil melalui komunikasi yang baik dan lancar (Assauri, 2013: 1-3).

Berdasarkan pengertian strategi di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah perencanaan atau cara-cara untuk mencapai suatu tujuan dalam wujud penentuan dan penempatan sumberdaya yang menunjang keberhasilan.

Dari perspektif psikologi, strategi dianggap sebagai metode pengumpulan informasi dan perngorganisasiannya, sehingga bisa menaksir suatu hipotesis. Dalam proses penentuannya, strategi merupakan prose berpikir yang mencakup apa yang disebut *simultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Dengan kata lain, startegi merupakan upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efesien. Karena itu pula Littejohn (1978: 72) menyamakan staretgi dengan “rencana suatu tindakan”, dan metodologinya yang sangat mendasar dikemukakan Burke seabagi *the dramatic pentad* (segi lima dramatistik) dengan perincian sebagai berikut:

- a. *Act* (aksi), yaitu apa yang dikerjakan oleh aktor (pelaku). Komponen (segi) yang pertama ini menjelaskan tentang apa yang harus dimainkan oleh aktor, apa yang sebaiknya dia lakukan, dan apa yang semestinya dia lakukan.
- b. *Scene* (suasana), yaitu situasi atau keadaan dimana tindakan (kegiatan) dimaksud akan berlangsung. Segi yang kedua ini meliputi penjelasan tentang keadaan fisik maupun budaya dan lingkungan masyarakat di mana kegiatan itu akan dilaksanakan.
- c. *Agent* (agen), yaitu diri aktor (sendiri) yang harus dan akan melaksanakan tuganya, termasuk semua yang diketahuinya tentang

- substansinya. Substansi agen mencakup semua aspek kemanusiannya, sikapnya, pribadinya, sejarahnya, dan faktor-faktor terkait lainnya.
- d. *Agency* (agensi), yaitu instrumen atau alat-alat yang akan dan harus digunakan oleh agen (aktor) dalam melakukan tindakan. Mungkin meliputi saluran-saluran komunikasi, jalan pikiran, lembaga (media), cara, pesan, alat-alat terkait lainnya.
 - e. *Purpose* (maksud), yaitu alasan untuk bertindak, yang diantaranya mencakup tujuan teoretis, akibat atau hasil (dari tindakannya itu) yang diharapkan (Suhandang, 2014: 81-82).

2. Tahapan Strategi

Strategi juga melakukan berbagai tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui empat tahapan yaitu :

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan program radio seperti perencanaan produksi program acara secara menyeluruh dari kegiatan atau operasional penyiaran di stasiun radio siaran. Perencanaan dilakukan melalui diskusi kelompok dari tim kreatif dengan para pelaksanaan kegiatan. Perencanaan diwujudkan dalam dokumen yang berisi tentang tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi dan musik, target pendengar, dan penempatan siar termasuk para kru yang akan terlibat (Rihartono, 2015: 56).

2) Perumusan strategi

Perumusan strategi diantaranya mencakup beberapa hal yaitu:

a) Kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi.

Visi adalah sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis sedang misi merupakan pernyataan jangka panjang yang membedakan suatu bisnis dari bisnis serupa yang lain.

b) Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi

Peluang dan ancaman eksternal adalah peristiwa, tren, ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti di masa depan.

c) Menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi.

Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan.

d) Menetapkan tujuan jangka panjang organisasi.

Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang perlu dicapai organisasi dalam memenuhi misi utamanya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan juga penting untuk keberhasilan organisasi karena tujuan menentukan arah, membantu dan melakukan evaluasi, menciptakan sinergi, menunjukkan prioritas, memusatkan koordinasi dan menjadi dasar perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian serta pengendalian kegiatan yang efektif (Triyono, 2008: 9-12).

e) Membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi.

Strategi alternatif merupakan langkah yang mengerakkan perusahaan dari posisinya sekarang ini menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan. Strategi alternatif tidak datang dengan sendirinya, melainkan ditentukan dari visi, misi, tujuan (sasaran), audit eksternal dan audit internal perusahaan. Hal tersebut harus konsisten dan dibangun atas dasar strategi-strategi sebelumnya yang pernah berhasil diterapkan.

f) Memilih strategi tertentu untuk digunakan.

Memilih strategi tertentu untuk digunakan merupakan tugas dari perencana strategi dengan mempertimbangkan kelebihan, kekurangan, kompromi, biaya dan manfaat dari semua strategi. Langkah pemilihan yaitu dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi.

3) Pelaksanaan strategi

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategis. Pelaksanaan strategi yang sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen dan pengorbanan karena perumusan strategi yang sukses tidak menjamin pelaksanaan strategi yang sukses. Pelaksanaan strategi termasuk didalamnya menetapkan tujuan, menyusun kebijakan, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada, rekonstruksi dan rekayasa ulang, merevisi perubahan, mencocokkan manajer dengan strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menyesuaikan proses produksi atau operasi, mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif dan bila perlu mengurangi jumlah karyawan.

4) Evaluasi strategi

Tahapan ini merupakan tahap akhir dari strategi, ada tiga aktifitas yang mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

a) Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini.

Berbagai faktor eksternal dan internal dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan. Faktor eksternal seperti tindakan pesaing, perubahan permintaan, perubahan teknologi, perubahan ekonomi, pergeseran demografi, dan tindakan pemerintah dapat menghambat pencapaian tujuan.

Sedangkan faktor internal diantaranya seperti strategi yang tidak efektif mungkin dipilih atau kegiatan implementasi barangkali buruk.

b) Mengukur kinerja

Mengukur kinerja diantaranya yaitu dengan membandingkan hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kinerja individu dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang ditetapkan.

c) Melakukan tindakan-tindakan korektif

Melakukan tindakan-tindakan korektif menuntut adanya perubahan reposisi perusahaan agar lebih berdaya saing di masa depan. Tindakan korektif harus menempatkan organisasi pada posisi yang lebih baik agar bisa memanfaatkan kekuatan internalnya, mengambil kesempatan dari peluang eksternal, menghindari, mengurangi, atau meminimalkan dampak ancaman eksternal, dan agar bisa memperbaiki kelemahan internal.

Pada pelaksanaannya sebuah strategi harus bisa berjalan dengan baik agar apa yang direncanakan bisa tercapai dengan baik. Sebuah strategi bisa dikatakan efektif apabila:

- a. Strategi tersebut secara teknis dapat dikerjakan.
- b. Sesuai dengan mandat, misi dan nilai-nilai organisasi.
- c. Dapat membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang seraya meminimalkan atau mengatasi kelemahan dan ancaman.
- d. Sesuai dengan isu strategis yang hendak dipecahkan.
- e. Strategi bersifat etis, moral, legal dan merupakan keinginan organisasi untuk menjadi lebih baik.

Strategi hanya dapat diterapkan dalam organisasi pemerintahan atau organisasi publik yang memiliki misi yang jelas, tujuan, dan sasaran yang jelas, indikator kinerja yang jelas dan informasi tentang kinerja yang

sesungguhnya yang didapat sebanding dengan biaya yang dimiliki (Triyono, 2008: 9-12).

3. Peran Strategi

Terkait dengan kegiatan yang berorientasi pada dinamika politik maka penulis merumuskan beberapa peran strategi yang diambil berdasarkan pengertian peran strategi secara umum diantaranya yaitu:

- a. Menetapkan tujuan strategis yang harus dicapai baik pada tingkat pusat maupun daerah. Dalam hal ini suatu organisasi harus memiliki visi dan misi yang dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi tersebut.
- b. Menetapkan ukuran dan indikator yang jelas guna mencapai tujuan suatu organisasi.
- c. Menetapkan langkah-langkah strategi yang bersifat realistis dalam mencapai suatu tujuan organisasi (David, 2010: 252-273).

4. Jenis-jenis Strategi

Menurut Anshori (2014, 20-22), jenis-jenis strategi terbagi menjadi lima bagian yaitu:

- a. Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup, strategi ini merupakan strategi utama (induk). Strategi ini bisa dirumuskan lebih sempit seperti strategi program dan dapat dirancang sebagai sub strategi.
- b. Klasifikasi berdasarkan tingkat organisasi, misalnya dalam perubahan yang terdiri atas sejumlah divisi yang sekurang-kurangnya dua tingkat, yakni strategi kantor pusat dan strategi divisi.
- c. Klasifikasi berdasarkan sumber material dan bukan material, kebanyakan strategi berkaitan dengan sumber yang bersifat fisik. Tetapi, strategi bisa mengenai penggunaan tenaga kerja manajer, tenaga keilmuan dan lain sebagainya. Strategi bisa juga berkaitan dengan gaya manajemen, gaya berfikir atau falsafah tentang hal yang merupakan sikap sebuah instansi pada tanggung jawab sosial.

- d. Klasifikasi berdasarkan tujuan atau fungsi, misalnya pertumbuhan yaitu sarana utama dari kebanyakan organisasi dan ada banyak strategi yang bisa dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut.
- e. Strategi pribadi pimpinan, strategi ini bersifat mendasar, biasanya tidak tertulis dan ini merupakan kerangka untuk mengembangkan strategi instansi (David, 2010: 252-273).

5. Tipe Strategi

Dalam rangka mewujudkan sasaran, tujuan dan misi organisasi maka suatu organisasi menggunakan bentuk atau tipe strategi tertentu. Menurut Koten dalam Salusu (2008: 104) tipe-tipe strategi meliputi:

a. *Corporate Strategy* (strategi organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategis yang baru.

b. *Program Strategy* (strategi program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategis dari suatu program tertentu.

c. *Resource Support Strategy* (strategi pendukung sumber daya)

Strategi ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi.

d. *Institutional Strategy* (strategi kelembagaan)

Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi.

6. Proses Menciptakan dan Memilih Strategi

Para penyusun strategi tidak pernah dapat mempertimbangkan seluruh alternatif yang dapat menguntungkan instansi karena akan sangat banyak tindakan yang memungkinkan dan tak terbatasnya cara untuk menerapkan tindakan-tindakan tersebut. Oleh karena itu, serangkaian strategi alternatif paling menarik yang bisa dikelola harus dikembangkan.

Keuntungan, kerugian, *trade-off*, biaya, dan manfaat strategi-strategi ini harus ditentukan.

Mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi alternatif hendaknya melibatkan banyak manajer dan karyawan yang sebelumnya merumuskan pernyataan visi dan misi organisasi, melakukan audit eksternal, dan melakukan audit internal. Perwakilan dari setiap departemen dan divisi terjadi dalam instansi harus diikutsertakan dalam proses ini, sebagaimana juga terjadi dalam perumusan strategi yang dibahas sebelumnya. Ingat partisipasi memberi peluang terbaik bagi para manajer dan karyawan untuk memperoleh pemahaman tentang apa yang instansi lakukan dan mengapa serta untuk berkomitmen dalam membantu instansi mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan.

Seluruh partisipan dalam analisis dan pemilihan strategi harus memiliki informasi audit eksternal dan internal di hadapan mereka. Informasi ini, ditambah dengan pernyataan misi instansi, akan membantu para partisipan mengkristalisasi didalam benak mereka sendiri berbagai strategi yang mereka yakini paling bermanfaat bagi instansi. Kreativitas seharusnya didorong dalam proses pemikiran ini.

Strategi-strategi alternatif yang diajukan oleh partisipan harus dipertimbangkan dan didiskusikan dalam satu atau serangkaian rapat. Berbagai strategi tersebut dapat disusun dalam bentuk tertulis. Ketika semua strategi yang masuk akal yang diidentifikasi oleh partisipan telah disampaikan dan dimengerti, strategi-strategi tersebut hendaknya diperingkat berdasarkan daya tarik masing-masing partisipan, proses ini akan menghasilkan sebuah daftar prioritas strategi terbaik yang mencerminkan pemikiran seluruh anggota kelompok (David, 2010: 323).

7. Proses Pelaksanaan Strategi

Setiap orang atau lembaga tertentu bisa dipastikan memiliki satu atau beberapa tujuan, yang menunjukkan arah dan menyatukan gerak sarana yang dimilikinya atau terdapat dalam lembaga tersebut. Tujuan yang akan

dicapainya itu adalah keadaan masa yang akan datang yang lebih baik ketimbang keadaan sebelumnya. Adapun proses pencapaian tujuannya itu memerlukan penataan yang terarah, efektif (berdaya guna) dan efisien (tepat sasaran dengan biaya atau resiko sekecil mungkin). Terarah di sini dimaksudkan dengan aktivitas yang dilakukan terpusat pada tercapainya tujuan yang telah ditentukan, yaitu melakukan kegiatan-kegiatan rasional yang tepat guna untuk mewujudkan hasil akhir yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan efektif dan efisien dimaksudkan adanya penggunaan sarana yang terbatas pada hal-hal yang diperlukan. Karena itu pula organisasi atau lembaga yang digerakkan itu merupakan wadah sarana yang diperlukan dan sebagai alat pencapaian tujuannya.

Sebagai wadah sarana yang diperlukan, organisasi atau lembaga merupakan tempat dimana tersedia sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang oleh Sukarno (1968: 36) disebut *The Six M's management*, atau disingkat menjadi 6M ini:

- a. *Men* (manusia), berupa tenaga kerja manusia yang melakukan usaha pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.
- b. *Money* (uang), yang diperlukan untuk membiayai segala upaya pencapaian tujuan yang ditentukan tersebut, termasuk biaya pengadaan sarannya.
- c. *Machines* (mesin-mesin), berupa segala peralatan mekanis yang diperlukan dalam kegiatan usaha pencapaian tujuan yang dimaksud.
- d. *Materials* (bahan-bahan), berupa barang-barang ataupun bahan baku yang diperlukan dalam rangka mewujudkan tujuan yang telah ditentukan itu.
- e. *Methods* (pasar), yaitu tempat atau sasaran yang dituju dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan itu. Dalam hal dakwah, sudah tentu pasar yang dijadikan sasaran utamanya adalah khalayak atau masyarakat umum dimana pun berada, baik yang muslim maupun yang nonmuslim.

Selain itu, organisasi atau lembaga itu pun merupakan alat pencapaian tujuan yang dimaksud yang berkewajiban melakukan fungsi-fungsi tata kerjanya. Adapun fungsi pertama yang utama dilaksanakan dalam setiap kegiatan kerja itu adalah perencanaan (Suhandang, 2014: 103).

8. Tujuan Pembuatan Strategi

Pembuatan strategi memungkinkan suatu organisasi untuk lebih proaktif ketimbang reaktif dalam membentuk masa depan sendiri, hal itu memungkinkan suatu organisasi untuk mengawali dan mempengaruhi aktivitas sehingga dapat mengendalikan tujuannya sendiri.

Menurut David (2002: 15) tujuan dari strategi adalah untuk membantu organisasi mencapai tujuan dengan menggunakan pendekatan yang lebih sistematis, logis, rasional pada tersedianya pilihan-pilihan strategis. Sedangkan Greenley (2007: 25) menyatakan manajemen strategis memberikan manfaat berikut:

- a) Memungkinkan untuk diidentifikasi, penentuan prioritas, dan eksploitasi peluang.
- b) Memberikan pandangan objektif atas masalah manajemen.
- c) Mempresentasikan kerangka kerja untuk aktivitas kontrol dan koordinasi yang lebih baik.
- d) Meminimalkan efek dari kondisi dan perubahan yang jelek.
- e) Memungkinkan agar keputusan besar dapat mendukung dengan lebih baik tujuan yang telah ditetapkan.
- f) Memungkinkan alokasi waktu dan sumber daya yang lebih efektif untuk peluang yang telah teridentifikasi.
- g) Memungkinkan alokasi sumber daya dan waktu yang lebih sedikit untuk mengoreksi keputusan yang salah atau tidak terencana.
- h) Menciptakan kerangka kerja untuk komunikasi internal diantara staf.
- i) Membantu mengintegrasikan perilaku individu di dalam usaha bersama
- j) Memberikanm dasar untuk mengklarifikasi tanggung jawab individu.

- k) Mendorong pemikiran ke masa depan.
- l) Menyediakan pendekatan kooperatif, terintegrasi dan antusias untuk menghadapi masalah dan peluang.
- m) Mendorong terciptanya sikap positif dan perubahan.
- n) Memberikan tingkat kedisiplinan dan formalitas kepada manajemen suatu bisnis.

9. Penyusunan Strategi

Penyusunan strategi adalah individu-individu yang paling bertanggung jawab bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi. Para penyusun strategi memiliki beragam gelar dan jabatan. Penyusunan strategi membantu sebuah organisasi, mengumpulkan, menganalisis, serta mengorganisasi informasi, mereka melacak kecenderungan-kecenderungan industri dan kompetitif, mengevaluasi kinerja korporat dan individual, mencari peluang pasar, mengidentifikasi ancaman terhadap bisnis, dan mengembangkan rancangan aksi yang kreatif.

Perencana strategis umumnya berperan sebagai pendukung atau staf. Biasanya ditemukan di level manajemen atas, mereka memiliki otoritas yang sangat besar untuk membuat keputusan. Penyusunan strategi berbeda dari organisasi itu sendiri, dan perbedaan-perbedaan ini mesti diperhatikan didalam perumusan, penerapan, dan penilaian strategi. Beberapa penyusunan strategi tidak akan mempertimbangkan tipe-tipe strategi tertentu karena filosofi personal mereka. Para penyusun strategi berbeda-beda dalam hal sikap, nilai, etika, kesediaan untuk mengambil resiko, memperhatikan tanggung jawab sosial, keuntungan tujuan jangka pendek versus tujuan jangka panjang, dan gaya manajemen (David, 2010:15-16).

B. Radio Dakwah dan Edukasi

1. Radio Dakwah

a. Defenisi Radio Dakwah

Secara etimologi pengertian radio menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah pengiriman suara atau bunyi melalui suara. Secara terminologi radio sesuai dengan definisi dalam pemerintah adalah pemecahan radio yang langsung ditunjukkan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media (Indrawan, 1998:719).

Radio adalah salah satu bentuk media massa elektronik yang sangat “merakyat”. Dengan sifat radio auditif, maka media massa ini sangat mudah untuk dimiliki oleh siapapun karena harganya sangat relatif murah dan bentuknya yang sangat mudah untuk dibawa kemana-mana (Ardianto, 2007:125).

Radio merupakan salah satu sarana informasi yang cukup efektif dizaman sekarang ini, karena radio memiliki sifat langsung, dalam arti pesan yang disampaikan oleh radio akan langsung sampai pada audiensnya, ditambah keunggulan lainnya seperti tidak mengenal jarak, dan dapat dinikmati kapanpun. Hal ini yang membuat radio menjadi sarana efektif untuk berdakwah.

Secara terminologis dakwah Islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk kedalam sabil Allah SWT. Bukan untuk mengikuti *Da'i* atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua tataran yaitu dakwah *fardiyah* dan dakwah *Ummah*, Sementara itu Abu Zahroh menyatakan bahwa dakwah itu dapat dibagi menjadi dua hal: pelaksana dakwah, perseorangan dan organisasi.

Sedangkan Ismail al-faruqi, mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Kebebasan inilah menunjukan

bahwa dakwah itu bersifat universal (berlaku untuk semua umat disepanjang masa). Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah: pertama, ajakan ke jalan Allah Swt. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk jalan Allah Swt. Keempat, sasaran bisa secara *Fardiyah* atau *jama'ah* (Ilaihi, 2010:15).

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang taat. Sehingga kewajiban tersebut menjadikan dakwah sampai menyentuh seluruh aspek kehidupan masyarakat. Sekalipun masa kenabian sudah lewat dan Allah tidak lagi mengutus kembali Nabi-Nya, namun warisan risalah dakwah yang diemban oleh nabi Muhammad SAW. Tetaplah berlaku dan harus dijalankan. Karena tujuan *risalah* dakwah tersebut adalah mengenal sang pencipta yaitu Allah SWT dan menjalankan perintah serta meninggalkan apa yang dilarang-Nya (Sayyid Qutb, 1995:1). Sedangkan kewajiban dakwah tersebut sesuai dalam surah Al-Imran ayat 104 yaitu :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.

Demikian juga terdapat dalam surat Al-Imran ayat 110 yaitu :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ
 الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ
 مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya : “kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih

baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik” (Q.S Al-Imran : 110).

Dalam Sunnah terdapat bimbingan cemerlang, argumentasi-argumentasi yang amat kuat. Hikmah-hikmah yang menyentuh perasaan, ucapan-ucapan padat berisi, nasehat-nasehat yang berkesan, pemisalan-pemisalan yang tepat, kisah-kisah yang bermakna, beraneka ragam perintah dan larangan, janji dan peringatan, anjuran dan cegahan. Semuanya itu mampu meluluhkan hati yang keras, membangkitkan gairah yang telah lesu dan mengingatkan kembali akal yang lalai. Oleh karena itu bagi para *Da'i* dalam berdakwah wajib mengambil Al-Quran dan Sunnah sebagai pedomannya (Al Qardhawi, 1999:57).

Secara istilah, para ahli memiliki tafsiran yang berbeda-beda sesuai dengan sudut pandang mereka didalam memberikan pengertian dakwah. Berikut ini dikutip beberapa pendapat, di antaranya :

- 1) M. Abu al-Fath al-Bayanuni, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan Islam kepada manusia serta menerapkannya dalam kehidupan manusia.
- 2) Taufik Al-Wa'i, dakwah adalah mengajak kepada pengesaan Allah dengan menyatakan dua kalimat syahadat dan mengikuti manhaj Allah dimuka bumi baik perkataan maupun perbuatan, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran dan Assunnah, agar memperoleh agama yang diridhainya dan manusia memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.
- 3) Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah mendorong (memotivasi) manusia untuk melaksanakan kebaikan dan petunjuk serta memerintah berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.
- 4) Al-Bahy al-Khuli, dakwah adalah mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat.
- 5) Syukriadi Sambas, dakwah adalah proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan unsur

Da'i, pesan, media, metode, *Mad'u*, tujuan dan respon serta dimensi ruang dan waktu untuk mewujudkan kehidupan yang khazanah, salam dan nur di dunia dan akhirat.

- 6) Amrullah Ahmad, dakwah adalah kegiatan yang dilaksanakan jamaah muslim (lembaga-lembaga dakwah) untuk mengajak umat manusia ke dalam jalan Allah (sistem Islam) dalam semua segi kehidupan sehingga Islam terwujud dalam kehidupan *fardiyah*, *usrah*, *jamaah*, dan *ummah* sampai terwujud *khairu ummah*.

Dari beberapa definisi di atas, terdapat tiga gagasan pokok berkenaan dengan hakikat dakwah Islam yaitu: pertama, dakwah merupakan proses kegiatan mengajak kepada jalan Allah. Aktivitas mengajak tersebut bisa berbentuk *tabligh* (penyampaian), *taghyir* (perubahan, internalisasi dan pengembangan), dan *uswah* (keteladanan). Kedua, dakwah merupakan proses persuasi (mempengaruhi). Berbeda dengan hakikat yang pertama, mempengaruhi tidak hanya sekedar mengajak melainkan membujuk agar objek yang dipengaruhi itu mau ikut dengan orang yang mempengaruhi.

Dalam hal ini, dakwah tidak diartikan sebagai proses memaksa, karena bertentangan dengan ajaran Al-Quran "*tidak ada paksaan dalam agama*" (QS Al-Baqarah 2:256).

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمَرْ

بِاللَّهِ فَقَدْ أَسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); Sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. karena itu Barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut[162] dan beriman kepada Allah, Maka Sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang Amat kuat yang tidak akan putus. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui, Thaghut ialah syaitan dan apa saja yang disembah selain dari Allah s.w.t.

Untuk menghindari adanya proses pemaksaan, maka dakwah perlu menggunakan berbagai strategi dan kiat agar orang yang didakwahi tertarik dengan apa yang disampaikan. Ketiga, dakwah merupakan sebuah sistem

yang utuh. Ketika seseorang melakukan dakwah paling tidak ada tiga subsistem yang tidak bisa dipisahkan yaitu *Da'i*, *Mad'u*, dan pesan dakwah (Basit, 2013).

b. Unsur – unsur Dakwah

1) Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga. Pada dasarnya, semua pribadi muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikastor dakwah. Maka, yang dikenal sebagai *Da'i* atau komunikator dakwah itu dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang mukallaf (dewasa) dimana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah: “sampaikan walau satu ayat”.
- b) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang agama Islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.

2) Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi *Mad'u* menjadi tiga golongan yaitu:

- a) Golongan cerdas cendekawan yang cinta kebenaran dan dapat berfikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.

- b) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
 - c) Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu tidak sanggup mendalami benar.
- 3) Materi/pesan dakwah
- Materi/pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *Da'i* kepada *Mad'u*. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:
- a) Pesan Akidah, meliputi Iman kepada Allah Swt. Iman kepada Malaikat-Nya, Iman kepada kitab-kitab-Nya, Iman kepada rasul-rasul-Nya, Iman kepada hari akhir, Iman kepada *Qadha-Qadhar*.
 - b) Pesan syariah meliputi ibadah *thaharah*, shalat, zakat, puasa, dan haji, serta *mu'amalah*.
 - c) Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt, akhlak terhadap makhluk yang meliputi, akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.
- 4) Media Dakwah
- Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima:
- a) Lisan, inilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan.
 - b) Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk.
 - c) Lukisan, gambar, karikatur.

- d) Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet.
- e) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *Mad'u*.

5) Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

- a) Efek *kognitif*, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
- b) Efek *afektif*, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c) Efek *behavioral*, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.

6) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan *D'ai* untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Sementara itu, dalam komunikasi metode lebih dikenal dengan *approach*, yaitu cara-cara yang digunakan oleh seorang komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Secara terperinci metode dakwah dalam Al-Quran terekam pada QS An-Nahl ayat 105.

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ

الْكَاذِبُونَ ﴿١٥﴾

Artinya: Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta.

Dari ayat tersebut, terlukislah bahwa ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah yaitu:

- a) *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- b) *Mauidhah hasanah*, adalah berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- c) *Mujadalah*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkan yang menjadi mitra dakwah (Ilaihi, 2010:22).

c. Kategori Pesan Dakwah

Dalam surat Al-Fatihah terdapat tiga pokok pesan dakwah yaitu *aqidah* (iman), *syariah* (Islam), dan akhlak (Ihsan). Terdapat tiga pokok tersebut, ada beberapa ulama yang berpendapat, antara lain:

- 1) Ketiga komponen dilakukan secara hirakhis. Pertama kali seseorang harus memperteguh *aqidah*, lalu menjalankan *syariah* yang kemudian disempurnakan oleh akhlak. Posisi inilah maksud diutus Rasulullah SAW. Yakni menyempurnakan akhlak. Dengan adanya asumsi ini untuk mengarahkan orang lain menjadi lebih baik. Seorang

Da'i harus kuat imannya terlebih dahulu. Jika imamnya telah teguh, barulah ia mengajarkan cara-cara menjalankan agama. Seorang *Da'i* yang dapat menjalankannya, maka ia akan merasa hidupnya dipantau oleh Allah SWT. Sehingga berakhlak mulia dan menjauhi hal-hal yang bersifat maksiat.

- 2) Ketiganya ditempatkan sejajar. Aqidah yang bertempat di akal, syariah dijalankan anggota tubuh, dan akhlak berada dihati. Banyak umat Islam yang menjalankan agamanya dengan keimanan yang tipis serta hati yang kurang bersih, sehingga tidak menghasilkan akhlak yang terpuji. *Da'i* mengajarkan bahwa menjalankan shalat harus dengan pikiran yang yakin, mematuhi syarat dan rukunnya, serta hati yang ikhlas (Aziz, 2009: 335).

Anwar Masy'ari, mengemukakan enam tema pesan dakwah, yaitu:

- a) Keimanan kepada Allah
- b) Martabat manusia
- c) Kehidupan mental
- d) Kehidupan materil
- e) Kehidupan keluarga
- f) Kehidupan masyarakat

Sedangkan Abu Bakar Atjeh menggolongkan pesan dakwah dalam tiga tema, yakni:

- a) Mengenai aqidah atau keyakinan
- b) Mengenai kewajiban-kewajiban agama, mengenai akhlak
- c) Mengenai hak dan kewajiban dengan segala perinciannya (Aziz, 2009: 338).

Menurut penulis radio dakwah adalah proses penyampain pesan dakwah atau ajaran agama Islam melalui media radio. Radio dapat digunakan sebagai media penyampaian pesan atau informasi yang bersifat Islami.

2. Radio Edukasi

a. Defenisi Radio Edukasi

Radio merupakan media elektronik tertua dan sangat luwes. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, melalui hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya. Keunggulan media radio adalah *portable*, artinya mudah dibawa atau diletakkan di mana saja, seperti di tempat tidur, di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Secara umum radio dapat dipandang sebagai media komunikasi massa yang penyerapannya melalui indera pendengaran (*audiktif*).

Radio memiliki ciri khas yaitu menjanjikan kecepatan, ketepatan, kepraktisan, dan kualitas dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, mengolah, dan menyajikan informasi. Kehadirannya dirasakan lebih universal dan memiliki jaringan yang luas pula. Hal ini karena pengiriman suaranya melalui gelombang radio. Gelombang radio adalah satu bentuk radiasi elektromagnetik terbentuk ketika objek bermuatan listrik dipercepat dengan *frekuensi radio* (FR) dalam *spektrum elektromagnetik*.

b. Fungsi Radio

Peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio akan kehilangan fungsi sosial dan pendengarnya jika salah satu kebutuhan tersebut tidak terpenuhi. Sekecil apapun prestasinya, program hiburan sebagai primadona harus dikaji ulang kembali, guna disenergikan dengan program informasi. Konsep acara *infotainment* menjadi jawaban awal terhadap upaya kolaborasi musik sebagai simbol program hiburan dengan berita sebagai simbol informasi pendidikan (Masduki, 2001:2).

Ada beberapa tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kapasitasnya sebagai media publik, atau yang dikenal dengan konsep

radio for society. Pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Kedua, radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempengaruhi kebijakan. Ketiga, sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Keempat, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujurannya. Beberapa fungsi tersebut bisa diemban sekaligus, tetapi ada kalanya hanya salah satu saja yang penting adalah konsistensi dan optimalisasi pada satu peran.

Setiap media massa tidak terlepas dari adanya kekurangan dan kelebihanannya begitu pun dengan radio. Kelebihan radio adalah

- a. Bersifat langsung
- b. Siaran radio tidak mengenal jarak dan waktu
- c. Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat
- d. Biayanya relatif murah
- e. Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil
- f. Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis.

Sedangkan kekurangan radio sebagai berikut:

- a. Hanya selintas
- b. Sajian informasinya bersifat global
- c. Waktu siaran yang terbatas
- d. Program acaranya bersifat beratur linear berdasarkan susunan yang sudah ditentukan
- e. Mengandung gangguan (Ningrum, 2007:15).

Merujuk dari kelebihan dan kekurangan radio, maka radio harus dikelola dengan baik agar pendengarnya bisa mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan, kebutuhan tersebut bisa berupa informasi dan hiburan.

c. Kelebihan-Kelebihan Media Radio Sebagai Wasilah Dakwah

Berikut ini kelebihan-kelebihan media radio sebagai wasilah dakwah adalah:

a) 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, *Da'i* dapat secara langsung menyampaikan dakwah didepan mikrofon.

b) Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan

Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuasaan ialah bahwa siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan selain waktu, ruang pun 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.

c) Radio siaran memiliki daya tarik yang kuat

Faktor lain yang menyebabkan radio memiliki kekuasaan adalah daya tarik yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni:

1. Musik
2. Kata-kata
3. Efek suara

d) Biaya yang relatif murah

Di banyak negara di dunia ketiga Asia, Afrika, dan Amerika Latin, radio umumnya telah menjadi media utama yang dimiliki setiap penduduk, baik yang kaya maupun yang miskin. Bedanya, Cuma kecanggihan dari radio itu sendiri.

e) Mampu menjangkau tempat-tempat terpencil

Di beberapa negara, radio bahkan merupakan satu-satunya alat komunikasi yang efektif untuk menghubungi tempat-tempat terpencil.

f) Tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis

Di samping keuntungan-keuntungan di atas radio juga memiliki keuntungan lain. Siaran radio tidak terhambat oleh kemampuan baca dan tulis khalayak. Di beberapa negara Asia tingkat kemampuan baca dan tulis populasinya lebih dari 60 persen. Jutaan orang tersebut tidak disentuh oleh media massa lain kecuali bahasa radio dalam bahasa mereka (Aziz, 2004:151-152).

d. Kelemahan Radio

Inilah yang dikatakan Messke (2003) tentang kelemahan radio:

1. *Radio is aural only.* Satu-satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi (*sound*). Radio tidak dilengkapi dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar. Untuk membayangkan kejadian sesungguhnya, orang pada dasarnya menggunakan teater imajinasinya sendiri.
2. *Radio message are short lived.* Yang namanya pesan radio hidupnya hanya sebentar *short lived*. Pesan radio bersifat satu arah, sekilas, dan dapat ditarik lagi begitu diudarakan. Karena, itu menyampaikan pesan melalui radio bukan pekerjaan main-main. Tetapi harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab.
3. *Radio listening is prone to distraction.* Mendengarkan radio itu rentan gangguan. Radio hanya berurusan dengan satu indra saja. Begitu pendengaran terganggu, maka tak ada lagi cerita radio dalam kehidupan seseorang. Orang juga kerap mendengarkan radio sambil melakukan pekerjaan. Akibatnya, konsentrasi kerap terpecah. Mungkin masih ada kelemahan radio lainnya (Astuti, 2017:40).

e. **Khalayak Radio**

Memanfaatkan media komunikasi massa secara optimal, tidak cukup hanya mengandalkan pemahaman seputar kelebihan dan kekurangan media itu sendiri. Mesti diketahui pula siapa dan bagaimana sosok khalayak atau konsumen yang dihadapi.

Berikut siapa dan macam apa khalayak radio: Pertama, tidak ada khalayak radio yang betul-betul loyal. Mereka bisa berpindah saluran dengan mudah berkat kemudahan teknologi. Khalayak radio cenderung lebih loyal pada penyiar, bukan pada stasiun radionya. Kedua, khalayak radio hanya mau yang ringan-ringan. Informasi lewat radio, berita yang didengar adalah yang disajikan paling ringan. Bukan karena masyarakat atau pendengar tak butuh informasi. Tapi, masalahnya, informasi yang diproses lewat telinga memang tidak boleh terlalu berat. Ketiga, khalayak radio rendah daya konsentrasinya. Mendengarkan radio hanya sambil lalu saja. Radio memang bisa menembus ruang-ruang dimana media lain tidak bisa masuk. Tapi, tidak dibutuhkan konsentrasi tinggi untuk menyimak radio.

f. **Orang-Orang Radio**

Selain musik, suara yang kita dengar di radio boleh jadi hanya celoteh sang penyiar. Tetapi, orang radio bukan hanya penyiar. Radio adalah sebuah organisasi, sebuah perusahaan, sebuah *teamwork*. Ada sepasukan kru yang bekerja untuk menghantarkan suara penyiar mencapai telinga para pendengarnya. Pekerjaan di radio terdiferensiasi sedemikian rupa sesuai dengan *nature* bidang masing-masing. Maka, apapun struktur organisasinya, radio selalu terdiri atas tiga bidang kerja: produksi, *marketing*, dan teknisi.

1) **Produksi**

Tugas kru produksi adalah menghasilkan program untuk diudarakan. Kru produksi terdiri atas *sound engineer* (mengurusi masalah suara, memilih latar musik terbaik, mengkombinasikan

bebunyian), *copywriter* (Penulis naskah), *producer* (produser), *announcer* (penyiar), dan *reporter* (pada radio yang memiliki program jurnalisme radio). Kru produksi, selain bertugas menciptakan program yang disukai khalayak, juga berhubungan dengan *marketing* untuk kepentingan *klien*, misalnya dalam merancang program untuk branding, atau memproduksi iklan.

2) *Marketing*

Tugas kru *marketing* adalah “menjual” atau “memasarkan” program kepada pihak lain (dengan imbalan berupa *airtime* untuk memasang iklan dan kesempatan untuk *branding*).

3) Teknis

Bagian teknis bertugas mendukung aspek teknik dalam memproduksi program maupun dalam mengoperasikan radio. Radio adalah media yang sangat tergantung pada alat dan teknologi. Dibutuhkan orang-orang khusus untuk menangani alat-alat elektronik, sumber daya listrik, komputer, dan hal lain yang sejenisnya (Santi Indra Astuti, 2017: 47-48).

C. Radio Sangka FM Sebagai Media Dakwah

Pada zaman modern saat ini, teknologi komunikasi dianggap penting sebagai sarana komunikasi. Dan saat ini perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini ditandai dengan tidak adanya lagi jarak yang tidak dapat dijangkau oleh manusia untuk berkomunikasi kapanpun dimanapun berada.

Setiap media memiliki ciri dan komunikasi yang berbeda-beda. Perbedaan-perbedaan itulah yang harus disiasati ketika seseorang hendak berbicara melalui media massa. Kemampuan komunikasi yang baik menjadi modal utama yang harus dimiliki oleh setiap komunikator mimbar agama. Begitupun dengan radio yang saat ini sudah dijadikan sebagai media dakwah. Menurut Bahri Ghazali fungsi radio sebagai media dakwah:

- 1) Radio sebagai salah satu media dakwah memiliki kelebihan tersendiri. Yakni terlepas pada ke efektivitasan dan efesiensi berdakwah. Hal ini terbukti pada bentuk sederhana tanpa bertemu antara *Da'i* dan *Mad'u*.
- 2) Radio sebagai media dakwah haruslah dapat tumbuh dan berkembang sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan pengetahuan Islam yang diajarkan melalui radio dalam kehidupan sehari-hari, sehingga semua lapisan masyarakat dapat menerima, memahami, serta mengamalkan ajaran Islam.
- 3) Radio sebagai media dakwah dapat menjembatani antara *Da'i* dan *Mad'u* dan *Mad'u* satu persatu dari keberagaman media.
- 4) Dakwah yang dilakukan dalam radio itu tidak semata-mata hanya berbicara mengenai persoalan-persoalan apa yang dilarang dan dibenarkan oleh agama saja, tetapi juga dakwah yang dilakukan lewat radio mampu melihat cakrawala persoalan dan membuka wawasan yang lebih luas.
- 5) Radio sebagai media dakwah lebih efektif, relevan, serta mampu mengiringi perubahan kemajuan zaman yang semakin canggih ini. Sehingga pada akhirnya radio mampu dijadikan sebagai sarana pengembangan dakwah Islam (Ardhana, 1995: 20).

Banyak alat yang digunakan sebagai perantara dakwah. Salah satunya radio atau media auditif. Media itu tidak banyak jenisnya dibandingkan media visual. Media auditif tidak memiliki pilihan ketika suara itu datang, manusia bisa mendengarnya sambil melakukan aktifitas. Hal ini berbeda dengan objek yang dilihat dan dipersepsi. Namun demikian media ini lebih efektif dalam menangkap pesan dakwah dibanding media visual sekitar 20-25% menurut penelitian Toha Yahya Umar (Umar, 1993: 56).

Menurut penulis Dakwah melalui radio itu cukup efektif karena sifatnya yang umum, serempak jumlah pendengarnya banyak tanpa membatasi di daerah perkotaan maupun pedesaan dapat menikmatinya, serta bentuk acaranya yang bersifat dialog. Sehingga tidak hanya mendengarkan saja, tetapi mampu

berinteraksi dengan pendengar untuk mendiskusikan pesan dakwah yang disampaikan oleh *Da'i* yang berperan sebagai komunikator.

D. Radio Sangka FM Sebagai Radio Edukasi

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi komunikasi adalah siaran radio pendidikan. Pemilihan media radio didasarkan pada kemampuan media ini dapat menjangkau populasi pendengar yang banyak dan biaya lebih murah (*cost effective*). Summer menyatakan bahwa media radio memiliki peranan, karena eksistensinya sebagai jaringan nasional dapat mengesampingkan hambatan geografis dan dapat menjangkau pendengar pada semua tingkatan pendidikan, budaya, dan ekonomi (Warsito, 2008 : 113-114).

Pendidikan adalah bagian dari suatu proses yang diharapkan untuk mencapai suatu tujuan. Adapun tujuan pendidikan di Indonesia sebagaimana terdapat dalam Undang-Undang RI Nomor 2 Tahun 1989 tentang sistem pendidikan nasional Bab II Pasal 4, menyebutkan: “pendidikan nasional bertujuan mencerdaskan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan yang maha esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan keterampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan mandiri serta rasa tanggung jawab kemasyarakatan dan kebangsaan (Ihsan, 2007:59-60).

Edukasi atau pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. Menurut sumber lain pendidikan adalah proses untuk memberikan manusia berbagai macam situasi yang bertujuan memberdayakan diri. Jadi, banyak hal yang dibicarakan ketika kita membicarakan pendidikan. Aspek-aspek yang biasanya paling dipertimbangkan antara lain:

- a. Penayadaran
- b. Pencerahan
- c. Pemberdayaan
- d. Perubahan perilaku

Berbagai teori dan konsep pendidikan memberikan arti yang berbeda tentang konsep tersebut, mereka mendiskusikan apa dan bagaimana tindakan yang paling efektif mengubah manusia agar terberdayakan, tercerahkan, tersadarkan, dan menjadikan manusia sebagai mana mestinya manusia. Pendidikan dalam arti luas sebagai proses kehidupan banyak filsuf dan pemikir mempertahankan pendidikan dalam maknanya yang luas dan menolak reduksi pendidikan. Dilihat dari maknanya yang sempit pendidikan identik dengan sekolah, pendidikan adalah pengajaran yang diselenggarakan disekolah sebagai lembaga tempat mendidik. (Soyomukti, 2015:22).

Tujuan pendidikan sebenarnya terlingkup dalam pengertian pendidikan sebagai usaha secara sadar. Ada usaha yang terhenti karena mengalami kegagalan sebelum mencapai tujuan, namun usaha itu belum dapat disebut berakhir. Pada umumnya suatu usaha baru berakhir kalau tujuan akhir telah tercapai. Fungsi tujuan yang dimaksud yaitu:

- a) Mengakhiri tujuan itu
- b) Mengarahkan tujuan itu
- c) Suatu tujuan dapat pula merupakan titik pangkal untuk mencapai tujuan-tujuan lain, baik merupakan tujuan baru maupun tujuan-tujuan lanjutan dari tujuan pertama.
- d) Memberi nilai (sifat) pada usaha-usaha itu

Tujuan akhir pendidikan dapat dipahami dari firman Allah SWT (QS. Ali Imran: 102)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ ۚ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُمْ مُسْلِمُونَ ﴿١٠٢﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah sebenar-benar takwa kepada-Nya; dan janganlah sekali-kali kamu mati melainkan dalam Keadaan beragama Islam (Ihsan, 2007: 61).

Menurut penulis pemilihan media radio sebagai media pendidikan sangat tepat karena radio mudah diakses dan dibawa kemana saja oleh pendengarnya sehingga dengan mudah orang mendapatkan informasi melalui radio.

E. Penelitian yang Relevan

Untuk mendukung penelitian ini, berikut ini penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Siska Fitriah NIM. 11105100000080, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RAS FM Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesantren On Air.

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana konsep dakwah Radio 95,5 RAS FM Jakarta pada Program Cahaya Sore Pesantren On Air. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis, adapun data-data yang diperoleh dengan cara dokumentasi berupa data-data yang bersifat teoritis. Persamaan dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang strategi. Perbedaan penulis dengan penelitian ini adalah penulis melakukan penelitian tentang strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi sedangkan penulis sebelumnya meneliti strategi komunikasi dakwah radio 95,5 RAS FM Jakarta pada program Cahaya Sore pesantren On Air.

2. Melisa Nursodiyanti NIM. 01100659562406, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Strategi dakwah radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan program siaran radio.

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi dakwah radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan program siaran radio sehingga program radio tersebut bisa menyuguhkan program yang berkualitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan data-data yang diperoleh dan sumber tertulis berdasarkan pokok permasalahan yang dikaji. Teknik pengumpulan data melalui wawancara. Persamaan dengan penulis adalah sama-sama meneliti strategi. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah penulis melakukan penelitian tentang strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi sedangkan penulis sebelumnya meneliti strategi dakwah radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan program siaran radio.

3. Triyono NIM. 03210054, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Strategi Radio Global FM dalam meningkatkan kualitas penyiar.

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi radio Global FM dalam meningkatkan kualitas penyiar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan data-data yang diperoleh dan sumber tertulis berdasarkan pokok permasalahan yang dikaji. Teknik pengumpulan data melalui wawancara. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti strategi radio. Perbedaan penulis dengan penelitian terdahulu adalah tempat penelitian penulis melakukan penelitian tentang strategi radio sangka Fm yang bertempat di Batusangkar Kabupaten Tanah Datar sedangkan penulis terdahulu melakukan penelitian di radio Global FM Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2013: 9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen.

Menurut Bog dan Taylor dalam Moleong (2016: 4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat di amati. Menurut Moleong (2016: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung (Noor, 2013: 34).

Tujuan penelitian deskriptif ini untuk memberikan gambaran, mendeskripsikan, dan mengungkapkan gambaran dengan melihat strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi. Dimana penulis berfokus pada pengelolaan program dakwah dan edukasi yang ada di radio Sangka FM Batusangkar.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk menunjang pembahasan dalam penelitian ini, penulis memusatkan pada obyek tertentu yaitu pada Radio 104,1 Sangka FM Batusangkar. Sedangkan waktu penelitian diperkirakan bulan Mei-Agustus 2018.

| No | Kegiatan | Bulan | | | | |
|----|--|-------|-----|------|------|---------|
| | | April | Mei | Juni | Juli | Agustus |
| 1. | Seminar Proposal Skripsi | V | | | | |
| 2. | Melakukan Penelitian Kelapangan | | V | | | |
| 3. | Menganalisis Hasil Wawancara dan Membuat Laporan Penelitian | | | V | | |
| 4. | Membuat Hasil Penelitian | | | | V | |
| 5. | Ujian Munaqasyah | | | | | V |

C. Informan Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah Direktur Utama Bapak Epicandra dan Penyiar Radio Sangka FM.

D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen kunci penelitian adalah peneliti itu sendiri. Instrumen utamanya adalah peneliti itu sendiri, namun setelah fokusnya, maka akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data membandingkan dengan data yang ditemukan melalui *Participan observation* dan wawancara. Penulis mengungkapkan secara lebih mendalam menggunakan, pedoman wawancara

dan panduan studi dokumen, *camera phone* dan alat perekam suara (Sugiyono, 2013: 22).

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian berupa data yang diambil langsung dari objek penelitian antara lain:

1. Data Primer (*premier-sources*), mencari data langsung ke lapangan dengan sumber penelitian ini adalah para penyiar dan pengelola radio 104,1 Sangka FM Batusangkar.
2. Data Sekunder (*secondary-sources*), yaitu dengan mencari referensi buku-buku jurnal yang berkaitan dengan Strategi, radio, dakwah dan edukasi (Sugiyono, 2007: 103).

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*Participan observation*), wawancara mendalam (*in dept interview*) dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yang utama dalam penelitian kualitatif ada 3 macam, yakni pengamatan partisipasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. (Prestowo, 2010). Dalam Penelitian ini Penulis melakukan observasi ke tempat stasiun radio 104,1 Sangka FM Batusangkar, mewawancarai orang-orang yang berkaitan langsung dengan radio 104,1 Sangka FM Batusangkar serta pengumpulan dokumentasi.

G. Teknik Analisis Data

Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan. Dikatakan juga bahwa analisa data sebelum memasuki lapangan dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penulisan (Sugiyono, 2013: 245).

Sedangkan Miles dan Husberman dalam buku Sugiyono aktivitas analisis data yaitu data *reduction*, data *display* dan *conclusion drawing/verification*.

1. Reduksi Data

Disini penulis mengumpulkan, merangkum, memilih informasi-informasi yang pokok, memfokuskan pada informasi yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksikan memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi.

2. Penyajian Data

Penyajian hasil penelitian ini di paparkan deskriptif berdasarkan temuan dilapangan dengan bahasa khas dan pandangan emik informan agar mudah dipahami oleh pembaca. Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasi oleh informan terhadap masalah yang diteliti.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini penulis melakukan interpretasi data sesuai dengan konteks permasalahan dari tujuan penulis. Dari interpretasi yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan dalam jawaban masalah penelitian (Sugiyono, 2013: 246).

H. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Dalam Uji keabsahan data penulis menggunakan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Menurut William Wiersa dalam Sugiyono (2007: 327) "*Triagulation is qualitative cross-validation. It assesses to a sufficiency of the data according to the convergence of multiple data collection procedurs*". Diartikan sabagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu,

sehingga triangulasi dapat dikelompokkan dalam 3 jenis yakni: triangulasi sumber, triangulasi pengumpulan data dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk pengecekan data lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah datanya benar atau tidak.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk pengecekan data dengan menggunakan berbagai cara secara bergantian untuk memastikan apakah datanya sesuai atau tidak dengan yang sebenarnya.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi teknik untuk pengecekan data dengan memeriksa keterangan dari sumber yang sama pada waktu yang berbeda (pagi, siang, sore dan malam). Juga berarti membandingkan penjelasan sumber ketika ia diajak ngobrol berdua dengan penulis dan saat ia berbicara didepan publik tentang topik yang sama (Nusa Putra, 2012: 189).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi. Menurut Sugiyono (2013: 225-231) triangulasi dengan sumber berarti dengan cara menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari program dakwah dan edukasi akan dibandingkan dengan data yang diperoleh dari penyiar radio Sangka FM. Dengan menggunakan triangulasi data sebagai vasilidatas data, yang mana triangulasi ini bertujuan untuk menguji dan menjamin keabsahan data yang diperoleh dari beberapa sumber tentang data. Untuk menguji valid data yang akan penulis dapatkan dari penyiar dan pengelola radio Sangka FM Batusangkar tentang strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi di radio Sangka FM Batusangkar, disini penulis menghimpun keterangan dari beberapa penyiar dan pengelola radio Sangka FM Batusangkar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Radio Sangka FM Batusangkar

1. Sejarah Singkat Radio Sangka FM

Mahasiswa saat ini merupakan harapan besar *ummat*, terutama sebagai pembawa perubahan di tengah-tengah masyarakat (*agent social of change*). Untuk memenuhi keinginan tersebut tentunya dibutuhkan skill yang memadai dalam menjalankan visi dan misinya di tengah-tengah masyarakat. Mahasiswa biasanya diidentikkan dengan kaum intelektual muda yang memiliki moralitas, emosional, spiritual dalam menjalankan misinya.

Sebagai sarana penunjang peningkatan kreatifitas mahasiswa maka diperlukan wadah pengembangan diri yang lebih berguna dan memberikan skill yang bisa dimanfaatkan di kemudian hari oleh mahasiswa itu sendiri, dikarenakan hidup perlu ada skill yang harus dimiliki sebagai solusi alternatif terhadap kebutuhan hidup saat ini. IAIN Batusangkar sebagai sebuah institusi Perguruan Tinggi yang menjunjung tinggi nilai keislaman dan keilmuan. Sehingga merasa punya tanggung jawab dalam rangka pembinaan mahasiswa selama masa pendidikan yang ditempuhya di perguruan tinggi, untuk bisa terjun dan berguna untuk umat, agama dan bangsa.

Salah satu ajang pengembangan diri dan kreatifitas mahasiswa yang ada di IAIN Batusangkar adalah terwujudnya pendirian radio Sangka FM yang bertujuan untuk pengembangan dakwah dan pendidikan di IAIN Batusangkar untuk masyarakat secara keseluruhan, sekaligus pemberian informasi secara langsung, dan menjadi ruang dengar seluruh masyarakat yang dapat mendengarkannya.

Radio Sangka FM juga sebagai pengembangan kreatifitas mahasiswa yang memiliki bakat untuk menjadi *broadcaster* hingga saat

sudah menamatkan studi, bisa menjadi skill hidup dan lowongan untuk menjadi suatu profesi dalam kehidupannya.

2. Lokasi Radio Sangka FM

Adapun Sangka FM berada di Jalan Sudirman No. 137 Kubu Rajo Limo Kaum Batusangkar yang dipancarkan langsung dari lantai 5, gedung K, Student Center Kampus IAIN Batusangkar.

3. Visi dan Misi Radio Sangka FM

Sebagai sebuah station Radio Modern, Sangka FM IAIN Batusangkar memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya dibidang *broadcasting* dengan sistem informasi yang lebih menitik beratkan pada unsur informasi pendidikan non-formal, dakwah dan hiburan. Maka Sangka FM IAIN Batusangkar merupakan konsep *Informative, Educative*, dan *Dakwah*. Konsep tersebut diwujudkan dalam bentuk program-program yang dirancang secara matang oleh tenaga ahli. Program radio dirancang sedemikian rupa sehingga interaksi aktif terjalin dengan pendengar menjadi ciri khas Sangka FM Batusangkar. Program acara informasi pendidikan, dakwah dan hiburan mendapat porsi yang besar dalam program acara Sangka FM secara *continue*. Pilihan musik dan lagu disesuaikan dengan segmen pendengarnya.

1) Visi

Mewujudkan radio Sangka FM IAIN Batusangkar sebagai media Informasi, Pendidikan dan Dakwah bagi masyarakat.

2) Misi

- a) Mencerdaskan masyarakat dengan beragam informasi yang mendidik
- b) Menciptakan masyarakat yang beragama dan berbudaya
- c) Menghibur masyarakat dengan pesan-pesan yang edukatif
- d) Menjadi sarana komunikasi dan silaturahmi yang dekat dihati masyarakat

e) Melakukan perubahan masyarakat madani

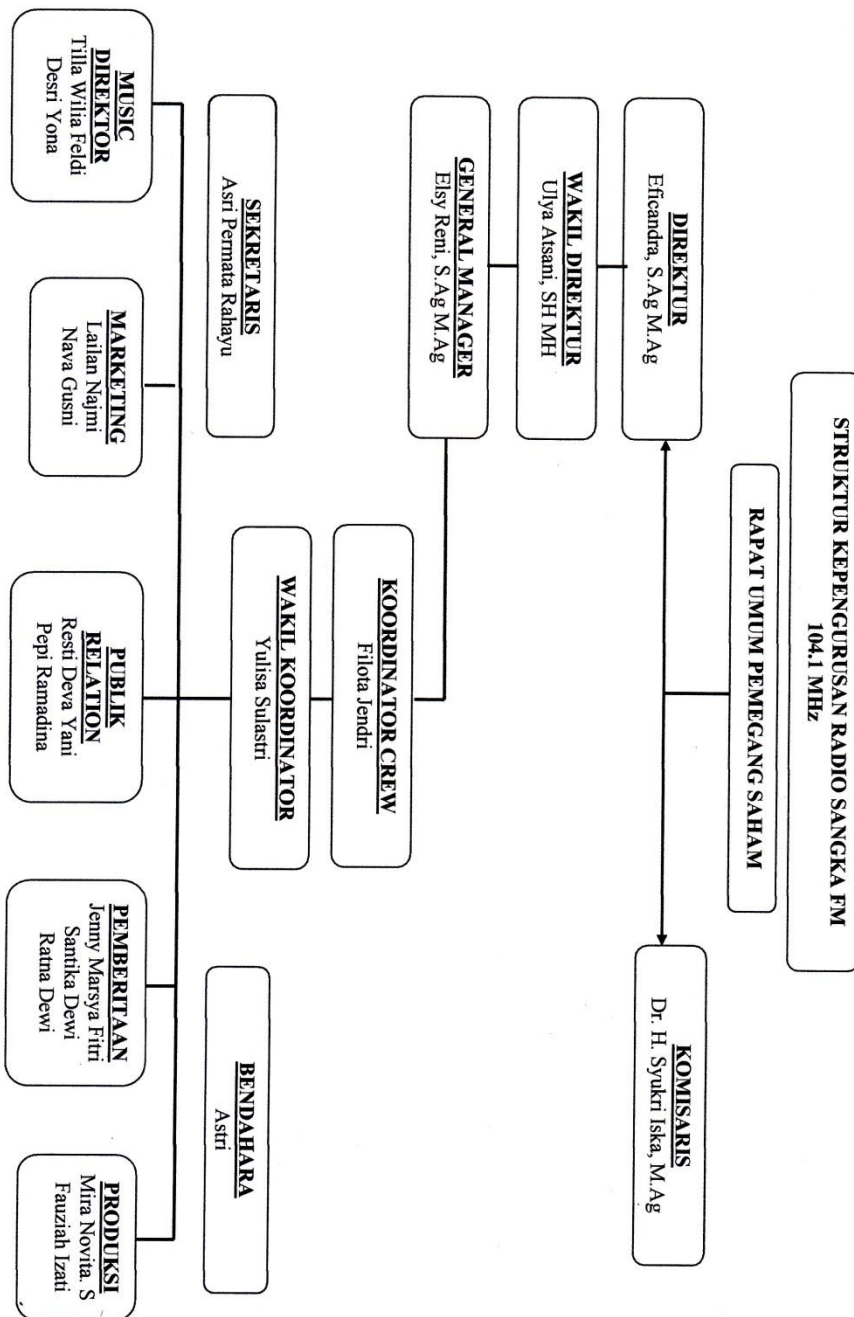
4. Logo Radio Sangka FM



5. Sasaran Pendengar

Mahasiswa dan seluruh masyarakat Tanah Datar, serta seluruh masyarakat yang berada dalam *coverage area* Sangka FM.

6. Struktur Kepengurusan Radio Sangka FM



B. Temuan Penelitian

Penelitian deskriptif kualitatif pada dasarnya merupakan penelitian yang hasil akhirnya berupa narasi tentang apa yang telah diteliti. Penelitian yang saat ini penulis lakukan adalah jenis penelitian lapangan, yang nantinya akan mengungkap fenomena yang ada di lapangan dan hasilnya berupa deskripsi tentang apa yang terjadi di lapangan sesuai dengan subfokus penelitian.

Persiapan yang penulis lakukan sebelum penelitian terjadi adalah menyediakan *handphone* yang nantinya akan menjadi media penelitian. Penelitian ini dilakukan dari Mei 2018 sampai dengan Agustus 2018. Selama jangka waktu 3 bulan penulis melakukan berbagai kegiatan mulai dari penyusunan proposal, pembuatan subfokus penelitian, penyempurnaan pedoman wawancara sampai dengan melakukan observasi dan penelitian secara langsung di radio Sangka FM Batusangkar yang telah dipersiapkan sebelumnya. Selama penelitian ini Penulis mendapatkan 5 orang yang menjadi subjek penelitian.

Sebelum penulis uraikan lebih lanjut, terlebih dahulu penulis memaparkan beberapa aspek yang terkait dengan strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi antara lain sebagai berikut :

1. Perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi.
2. Implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM.
3. Evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM.

Untuk memperoleh data penelitian yang sesuai dengan tiga aspek di atas maka penulis melakukan wawancara, dan studi dokumentasi dengan pengelola dan penyiar yang ada di radio Sangka FM Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh data sebagai berikut :

1. Perencanaan Program Radio Sangka FM Menuju Radio Dakwah dan Edukasi.

Berdasarkan hasil wawancara saat penelitian, Penulis mendapatkan informasi dan keterangan dari informan sebagai berikut: terkait dengan

perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dengan pengelola dan penyiar radio Sangka FM. Dapat dijelaskan bahwa menurut FJ program yang ada sekarang sangat jauh dari harapan visi dan misi radio Sangka FM, masih banyak ketinggalan dari program yang sudah ada. Sedangkan YS, TWF, dan FI mengatakan untuk perencanaan Radio Sangka FM sudah sesuai dengan visi dan misinya. namun terkait dengan pelaksanaannya belum secara keseluruhan sesuai dengan visi dan misinya.

Diperkuat oleh EC, Perencanaan radio Sangka FM sebenarnya sudah sesuai dengan visi dan misi yang dibangun menjadikan radio Sangka FM, sebagai radio dakwah dan edukasi di Kabupaten Tanah Datar. Dimana dilihat dari presentasinya sudah mendekati 60 persen sesuai dengan visi dan misi radio Sangka FM. Sedangkan untuk Sumber Daya Manusianya masih diharapkan agar ditingkatkan lagi dalam mengembangkan dakwah dan edukasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan radio Sangka FM sudah mendekati visi dan misinya. Perencanaan yang sudah mendekati dengan visi dan misi dapat dilihat di beberapa program yang ada di radio Sangka FM. Program yang sudah mendekati visi dan misi seperti: program Shobahul Khair disiarkan setiap hari mulai dari pukul 06.30-08.30 yang memberikan informasi berupa berita nasional dan juga internasional.

Selanjutnya program Ekspo Daerah disiarkan setiap hari Senin-Sabtu memberikan informasi berupa berita daerah kabupaten Tanah Datar dan Sumatera Barat, program Ruang Ilmu mulai dari pukul 10.00-12.00 Wib menghadirkan informasi berupa sains dan teknologi, sejarah tempat atau benda, informasi ibu dan anak, pesona alam dan pariwisata. Selanjutnya program Nuansa Islami disiarkan dari hari Senin-Jumat mulai dari pukul 15.00-17.30 Wib menghadirkan informasi berupa kajian fiqh ibadah, kebudayaan Islam, kajian tentang akhlak, keunikan dunia Islam dan mutiara hikmah. Namun untuk sumber daya manusianya harus dapat

ditingkatkan lagi agar bisa memaksimalkan program dakwah dan edukasi. Selain memaksimalkan program dakwah dan edukasi, penyiar juga harus bisa mengaplikasikan dengan lagu-lagu yang ada kaitannya dengan dakwah dan juga edukasi.

Selanjutnya terkait hasil wawancara penulis tentang proses perencanaan radio Sangka FM dalam mencapai sebuah radio dakwah dan edukasi. Didapatkan penjelasan bahwa menyusun program-program yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi sebagaimana yang dijelaskan oleh YS, dalam proses perencanaan radio Sangka FM dalam mencapai sebuah radio dakwah dan edukasi yaitu dengan cara menyusun dan memberikan program-program yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi.

Senada dengan YS, FI, FJ dan TWF mengatakan membentuk program-program acara dengan dunia dakwah seperti, program Nuansa Islami, sedangkan untuk program edukasinya dengan adanya program Ruang Ilmu, Shobahul Khair, Ekspo Daerah dan dunia fantasi dengan memberikan tips-tips ringan. EC juga mengungkapkan proses perencanaan dimulai dari Sumber Daya Manusia seperti pengurus dan penyiar, agar membentuk satu tujuan untuk mencapai radio dakwah dan edukasi, sehingga dapat teraplikasikan ke masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses perencanaan radio Sangka FM dalam mencapai sebuah radio dakwah dan edukasi dengan cara membentuk dan menyusun program-program yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi serta menghadirkan keruang dengar sahabat materi-materi yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi tersebut. Membentuk program-program radio Sangka FM yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi sudah dirancang oleh manajemen radio. Program dakwah seperti: Nuansa Islami, Play List Qasidah dan Ruang Muslimah. Sedangkan untuk program edukasi seperti: Shobahul Khair, Dunia Fantasi, Ekspo Daerah, Ruang Ilmu, Jiran Malaysia, Nuansa Islami, Galeri Semua Musik serta *Share Motivation In Learning English*.

Selanjutnya terkait dengan program-program apa saja yang dirancang dalam mewujudkan radio dakwah dan edukasi. Didapatkan hasil bahwa, YS menyatakan program dakwah seperti nuansa islami, playlist qasidah dan informasi seputar dakwah. Program edukasi seperti ruang ilmu, ekspo daerah, dan informasi yang mengabarkan seputar pendidikan. Senada dengan YS, FI yang menyatakan bahwa berbagai program setiap hari yang berbeda sesuai dengan jadwalnya seperti, program edukasi adanya ruang ilmu, program dakwah seperti Nuansa Islami yang menyampaikan beragam informasi. Sejalan dengan FI, FJ mengatakan bahwa program dakwah Nuansa Islami lebih mengutamakan materi dakwah, fiqh ibadah dan sejarah kebudayaan Islam. Sedangkan program edukasi seperti Ruang Ilmu, menghadirkan tips-tips dan kajian yang bermanfaat bagi pendengar.

TWF menyatakan program yang merancang dalam siaran dakwah seperti memberikan materi tentang kajian islami baik itu fiqh ibadah, sejarah kebudayaan Islam setiap harinya. Sedangkan program edukasi adanya program ruang ilmu dari hari senin sampai sabtu serta memberikan tips ringan kepada masyarakat pernyataan ini diperkuat EC yang menjelaskan bahwa program siaran mulai dari pagi dengan memberikan *smart news shobahul khair* sekitar 80 persen telah mewujudkan dakwah dan edukasi serta 20 persen hiburannya. Program dakwah seperti nuansa islami, program edukasi seperti ruang ilmu.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa program-program yang dirancang dalam mewujudkan radio dakwah dan edukasi seperti dalam program dakwah ada program Nuansa Islami yang menghadirkan kajian seputar fiqh ibadah, sejarah kebudayaan Islam, kajian tentang akhlak, keunikan dunia Islam dan lagu islami. Program edukasi seperti *smart news shobahul khair*, Expo Daerah, Ruang Ilmu serta tips yang bermanfaat dengan cara menyampaikan informasi berupa pendidikan. Program yang dirancang tersebut dihadirkan setiap harinya

keruang dengar sahabat untuk menambah pengetahuan serta informasi dari penyiar kepada sahabat pendengar.

Terkait hasil wawancara penulis tentang siapa saja target pendengar radio Sangka FM. Didapatkan penjelasan bahwa, YS, FI, FJ dan TWF menyatakan bahwa semua masyarakat termasuk anak-anak, remaja, orang tua, mahasiswa semua kalangan mendengarkan Sangka FM. Terkhususnya masyarakat Kab. Tanah Datar ataupun yang dapat menjangkau frekuensi radio Sangka FM.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa target pendengar dari radio Sangka FM semua kalangan yang dapat menjangkau frekuensi radio Sangka FM baik itu anak-anak, remaja, orang tua serta mahasiswa. Sehingga penyiar dapat menyampaikan informasi berupa pendidikan dan juga dakwah kepada pendengar yang dapat menjangkau frekuensi radio Sangka FM.

Terkait hasil wawancara penulis dengan penyiar tentang persiapan penyiar sebelum memulai siaran. Dijelaskan bahwa, YS menyatakan persiapan penyiar sebelum memulai siaran dengan cara melatih vokal, mengecek semua peralatan radio dan menyiapkan materi siaran. Senada dengan YS, FI, FJ dan TWF menyatakan dengan melakukan olah vokal, membaca Al-Quran, mencari materi, mempersiapkan alat-alat radio, tes vokal, melakukan senam wajah, melakukan relaksasi dan penyiar sebelum memulai siaran dengan cara 15 menit sebelum siaran sudah berada di ruangan siaran.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Persiapan penyiar sebelum memulai siaran dengan cara 15 menit sebelum siaran telah berada diruangan siaran, membaca Al-Quran, melatih vokal, mencari materi-materi yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi serta mempersiapkan alat-alat yang berkaitan dengan siaran seperti mengecek mikrofon, menghidupkan pemancar, menyiapkan headphone.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari radio Sangka FM tentang perencanaan program radio Sangka FM menuju radio Dakwah dan

Edukasi dijelaskan bahwa program yang telah sesuai dengan misi (1) mencerdaskan masyarakat dengan beragam informasi yang mendidik yaitu program Shobahul Khair dari hari Senin-Sabtu dengan memberikan informasi berupa berita nasional dan internasional musik yang dihadirkan berupa musik islami dan religi, program Ekspo Daerah dari hari Senin-Sabtu dengan menyajikan informasi berita lokal dan daerah musik yang dihadirkan berupa musik pop Indonesia yang semangat, program Ruang Ilmu dari hari Senin-Sabtu dengan menyajikan informasi-informasi tentang sains, sejarah, Ibu dan anak, hiburan, ruang muslimah serta pesona alam dan pariwisata musik yang dihadirkan berupa musik pop Indonesia Melow., Nuansa islami dari hari Senin-Jumat menyajikan informasi tentang kajian fiqh ibadah, kebudayaan Islam, Akhlak, keunikan dunia Islam serta mutiara hikmah dan puisi islami musik yang dihadirkan berupa musik religi, qasidah dan nasyid.

Selanjutnya terkait dengan Misi yang ke (2) menciptakan masyarakat yang beragama dan berbudaya terdapat pada program Nuansa islami yaitu kajian fiqh ibadah, sejarah kebudayaan Islam, Akhlak, keunikan dunia Islam serta mutiara hikmah dan puisi islami. dan Misi yang ke (3) menghibur masyarakat dengan pesan-pesan yang edukatif terdapat pada program dunia fantasi pada hari Minggu yang menyajikan informasi berupa lagu anak-anak dan informasi berupa tips untuk anak-anak sehingga dari lagu tersebut anak-anak mendapatkan informasi yang edukatif dan juga menghibur. Selanjutnya program ruang ilmu pada hari Senin-Sabtu dengan menyajikan informasi-informasi tentang sains, sejarah, Ibu dan anak, hiburan, ruang muslimah serta pesona alam dan pariwisata disamping memberikan informasi yang mendidik radio Sangka FM juga memberikan hiburan lewat lagu-lagu yang diselingi dengan informasi tersebut.

Misi ke (4) menjadi sarana komunikasi dan silaturahmi yang dekat dihati masyarakat terdapat pada program Ranah Minang setiap hari Senin-Minggu menyajikan informasi adat dan budaya minang serta telepone

interaktif dengan para pendengar menggunakan bahasa Minang. Sedangkan misi yang ke (5) melakukan perubahan masyarakat madani terdapat pada program ekspo daerah, Ranah Minang serta Shobahul Khair. Program tersebut dapat memberikan perubahan kepada masyarakat karena mereka menyajikan informasi berupa berita-berita yang terbaru keruang dengar sahabat.

2. Implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM

Berdasarkan hasil wawancara saat penelitian, Penulis mendapatkan informasi dan keterangan dari pengelola dan juga penyiar sebagai berikut terkait dengan bentuk pelaksanaan program dalam bentuk dakwah dan edukasi. Dijelaskan bahwa: YS menyatakan cara melaksanakan programnya dengan memberikan materi-materi yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi yang religius kepada masyarakat. Senada dengan YS, FI, dan FJ menyatakan bahwa dengan menyiarkan program setiap hari sekitar enam sampai tujuh program yang disiarkan selama satu Minggu, memberikan informasi berupa dunia dakwah dan edukasi.

TWF menyatakan selalu melakukan evaluasi sekali enam bulan untuk melihat tindak lanjut terhadap program yang disiarkan. Sementara EC menjelaskan, selain dengan memberikan materi berupa pengetahuan berupa bidang agama, juga mengadakan *talkshow* dengan berbagai narasumber.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk pelaksanaan program dalam bentuk dakwah dan edukasi dengan cara memberikan materi-materi yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi yang dihadirkan setiap hari keruang dengar sahabat. Selain itu penyiar juga mengadakan *talkshow* baik itu dalam program dakwah maupun edukasi dengan mengundang narasumber dari dosen-dosen atau orang yang ahli dalam bidangnya masing-masing.

Selanjutnya terkait dengan program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi. Didapatkan penjelasan bahwa YS mengatakan program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi sudah hampir mendekati tetapi kekurangan sarana dan prasarana sehingga materi yang dihadirkan kurang *update*. Menurut FI, pelaksanaan programnya belum sepenuhnya sesuai dengan visi dan misi yang ada di radio Sangka FM. Senada dengan FI, FJ dan TWF mengatakan program yang ada sekarang sangat jauh dari visi dan misi yang ada di radio Sangka FM. EC juga mempertegas bahwa program yang disusun sudah sesuai dengan visi dan misinya secara tertulis. Sedangkan pelaksanaannya baru mencapai sekitar 60 persen.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi pelaksanaannya belum sepenuhnya sesuai dengan visi dan misi yang ada di radio Sangka FM karena masih kekurangan SDM, sarana dan prasarana yang ada di radio Sangka FM.

Selanjutnya terkait dengan hasil wawancara penulis tentang pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program dakwah dan edukasi. Dijelaskan bahwa: YS, FI, FJ, dan TWF mengatakan semua penyiar terlibat dan disesuaikan dengan jadwal yang ada. Pernyataan tersebut diperkuat oleh EC yang mengatakan pihak yang terlibat yaitu direktur dan semua *crew* radio Sangka FM.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM seluruh *crew* terlibat didalam pelaksanaan programnya sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hanya saja penyiar yang siaran disesuaikan dengan jadwal kuliah mereka masing-masing.

Waktu pelaksanaan program dakwah dan edukasi menurut YS, program dakwah dan edukasi setiap hari pelaksanaannya tetapi hanya berbeda dari segi waktunya saja. Sejalan dengan YS, FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa pelaksanaan program dakwah ada waktu tertentu

begitupun dengan edukasi. Pelaksanaan program sama setiap harinya. Radio Sangka FM mulai on air mulai pukul 06.30-17.30 Wib dengan menghadirkan berbagai program dakwah dan edukasi.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program dakwah dan edukasi yang ada di radio Sangka FM dilaksanakan setiap harinya hanya saja berbeda pada waktunya. Pelaksanaan program radio setiap harinya hampir sama, hanya saja materi yang disampaikan setiap segmen berbeda sesuai dengan lagu, materi dan *backsound* radio. Radio Sangka FM mulai mengudara dari pukul 06.30-17.30 Wib.

Selanjutnya peran dan partisipasi mahasiswa terhadap radio Sangka FM menurut YS, mahasiswa berusaha join dengan radio Sangka FM untuk mengenal dunia *broadcasting* dan mengasah bakat yang ada. Sejalan dengan YS, FI, dan FJ mengatakan dengan adanya radio Sangka FM maka mahasiswa lebih mendalami bagaimana dunia *broadcasting* dan dapat mengembangkan bakat dalam penyiaran. Menurut TWF, peran mahasiswa lumayan aktif dengan memberikan motivasi kepada penyiar.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa peran dan partisipasi mahasiswa terhadap radio Sangka FM sangat penting karena dengan bergabung bersama radio Sangka FM, mahasiswa dapat menambah wawasan, mengasah bakat yang ada serta dapat mengenal dunia *broadcasting* lebih dalam. Namun partisipasi tersebut hanya untuk mahasiswa yang berbakat dibidang *broadcasting*.

Selanjutnya yang menjadi ciri khas penyiar radio Sangka FM menurut YS, selain dakwah dan edukasi penyiar selalu mengucapkan salam ketika *opening* dan menyampaikan pesan-pesan yang berbau dakwah dan edukasi. Sejalan dengan YS, FI mengatakan bahwa ciri khas penyiar lebih kepada dakwah atau agama lebih diperdalam diradio Sangka FM dengan kata-kata agama. Senada dengan FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa ciri khas penyiar diradio Sangka FM lebih mengutamakan dakwah dan edukasi dengan *opening* mengucapkan salam atau hal-hal yang berkaitan dengan agama.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ciri khas dari penyiar di radio Sangka FM selalu *opening* dengan salam, mengucapkan kata-kata islami kepada sahabat pendengar serta ada pendidikannya. Selain itu penyiar juga mengucapkan kata *fastabiqulhairat* sebelum menutup sebuah program siaran yang ada di radio Sangka FM.

Cara penyiar di radio Sangka FM memperoleh materi siaran menurut YS, FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa memperoleh materi siaran melalui internet ataupun website yang berhubungan dengan dakwah dan edukasi. Radio Sangka FM juga memiliki komputer khusus untuk mencari materi siaran dan diberikan jaringan internet. Serta mengutip dari koran.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa cara penyiar di radio Sangka FM memperoleh materi siaran dengan mencari materi melalui internet, koran serta situs-situs yang dapat dipercaya. Namun materi yang disampaikan penyiar terkadang berulang-ulang setiap siaran karena tidak adanya rekapitulasi materi yang telah disampaikan.

Selanjutnya terkait dengan metode dakwah seperti apa yang digunakan dalam program dakwah di radio Sangka FM menurut YS, FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa metode yang digunakan dengan cara mengajak masyarakat untuk berlomba-lomba kedalam kebaikan. Seperti program dakwah adanya fiqh ibadah, kajian akhlak, keunikan dunia Islam sifatnya mengajak para pendengar untuk berdakwah.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa metode dakwah yang digunakan dalam program dakwah lebih kepada mengajak dan menyampaikan kepada pendengar tentang dakwah atau hal-hal yang berkaitan dengan ajaran agama Islam, sehingga masyarakat dapat terpengaruh kepada ajakan agama yang bersifat kepada kebaikan.

Edukasi yang disiarkan di radio Sangka FM menurut YS, FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa edukasi yang disiarkan di radio Sangka FM seperti memberikan materi-materi yang sarat dengan ilmu pengetahuan serta pendidikan untuk seluruh pendengar.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa edukasi atau pendidikan yang disiarkan di radio Sangka FM berupa materi-materi atau informasi yang memberikan ilmu pengetahuan kepada sahabat pendengar, baik berupa tips-tips ringan maupun informasi yang sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari radio Sangka FM tentang perencanaan program radio Sangka FM menuju radio Dakwah dan Edukasi dijelaskan bahwa program yang telah sesuai dengan misi (1) mencerdaskan masyarakat dengan beragam informasi yang mendidik yaitu program Shobahul Khair disiarkan pukul 06.30-08.30 Wib dari hari Senin-Sabtu dengan memberikan informasi berupa berita nasional dan internasional, program Ekspo Daerah disiarkan pukul 08.30-10.00 Wib dari hari Senin-Sabtu dengan menyajikan informasi berita lokal dan daerah, program Ruang Ilmu disiarkan pukul 10.00-12.00 Wib dari hari Senin-Sabtu dengan menyajikan informasi-informasi tentang sains, sejarah, Ibu dan anak, hiburan, ruang muslimah serta pesona alam dan pariwisata., Nuansa Islami disiarkan pukul 15.00-17.30 Wib dari hari Senin-Jumat menyajikan informasi tentang kajian fiqh ibadah, kebudayaan Islam, Akhlak, keunikan dunia Islam serta mutiara hikmah dan puisi islami.

Selanjutnya terkait dengan Misi yang ke (2) menciptakan masyarakat yang beragama dan berbudaya terdapat pada program Nuansa Islami disiarkan pukul 15.00-17.30 Wib dari hari Senin-Jumat yaitu kajian fiqh ibadah, sejarah kebudayaan Islam, Akhlak, keunikan dunia Islam serta mutiara hikmah dan puisi islami. dan Misi yang ke (3) menghibur masyarakat dengan pesan-pesan yang edukatif terdapat pada program dunia fantasi disiarkan pukul 06.30-08.30 Wib pada hari Minggu yang menyajikan informasi berupa lagu anak-anak dan informasi berupa tips untuk anak-anak sehingga dari lagu tersebut anak-anak mendapatkan informasi yang edukatif dan juga menghibur.

Selanjutnya program ruang ilmu disiarkan pukul 10.00-12.00 Wib pada hari Senin-Sabtu dengan menyajikan informasi-informasi tentang sains, sejarah, Ibu dan anak, hiburan, ruang muslimah serta pesona alam dan pariwisata disamping memberikan informasi yang mendidik radio Sangka FM juga memberikan hiburan lewat lagu-lagu yang diselengi dengan informasi tersebut.

Misi ke (4) menjadi sarana komunikasi dan silaturahmi yang dekat dihati masyarakat terdapat pada program Ranah Minang disiarkan pukul 13.00-15.00 Wib setiap hari Senin-Minggu menyajikan informasi adat dan budaya minang serta telepon interaktif dengan para pendengar menggunakan bahasa Minang. Sedangkan misi yang ke (5) melakukan perubahan masyarakat madani terdapat pada program ekspo daerah, Ranah Minang serta Shobahul Khair.

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh oleh Penulis dapat ditemukan bahwa implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM pelaksanaan program di radio Sangka FM sama setiap hari yang membedakan hanya program acara , waktu serta materi yang disiarkan. Semua penyiar terlibat di dalam pelaksanaan program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM.

3. Evaluasi Program Dakwah dan Edukasi di Radio Sangka FM

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Pengelola dan penyiar terkait dengan apa saja yang telah dievaluasi didalam program dakwah dan edukasi Penulis mendapatkan informasi dan keterangan dari informasi sebagai berikut: YS, FI dan FJ mengatakan bahwa dari segi program *play list* hanya boleh lagu *qasidah* tetapi penyiar kurang memahami atau sulit membedakan antara lagu *qasidah* dengan nasyid sehingga menjadi penghambat dalam program tersebut.

Program edukasi dari informasi yang disampaikan selalu berulang. Serta radio Sangka FM belum pernah mengevaluasi program dakwah dan

edukasi karena sangat susah dalam mengaksesnya. Menurut TWF, belum ada program yang dievaluasi secara keseluruhan hanya pada musik yang dievaluasi. Menurut EC, program yang padat dengan ilmu pengetahuan seperti ruang ilmu yang sebelumnya umum serta program ranah minang harus mengedepankan dakwah dan edukasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa yang telah dievaluasi didalam program dakwah dan edukasi sejauh ini belum ada. Hanya saja evaluasi yang telah dilakukan berupa lagu-lagu dan juga lagu-lagu di program ranah minang yang tidak mencerminkan edukasi serta dakwah meskipun program lokal program ranah minang harus tetap dijaluinya yaitu dakwah dan edukasi.

Selanjutnya terkait dengan pihak terlibat dalam mengevaluasi program dakwah dan edukasi YS, FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa semua pihak yang terkait namun yang lebih berperan penting dalam mengevaluasi polis umum, pengelola serta seluruh *crew* radio Sangka FM. EC memperkuat, bahwa pihak yang terlibat yaitu direktur serta seluruh *crew* ikut dalam mengevaluasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa yang terlibat dalam mengevaluasi program yang tidak sesuai dengan dakwah dan edukasi yaitu pengelola serta seluruh *crew* yang ada di radio Sangka FM. Namun yang lebih dominan untuk melakukan evaluasi yaitu polis umum seperti koordinator, sekretaris dan bendahara radio Sangka FM. Namun sejauh ini evaluasi tersebut belum pernah dilaksanakan karena pihak pengelola belum pernah melakukan evaluasi dalam program dakwah dan edukasi.

Cara mengevaluasi program yang tidak sesuai dengan dakwah dan edukasi menurut YS, memberikan saran atau kritikan kepada penyiar yang tidak sesuai dengan konten yang mereka sampaikan. Sejalan dengan YS, FI mengatakan biasanya *crew* memiliki rekapitulasi materi-materi dari program itu sendiri, jika tidak sesuai dengan programnya maka *crew* yang melanggar akan diberikan pengarahan sesuai dengan semestinya. Namun

menurut TWF dan EC, sejauh ini belum ada crew yang tidak sesuai dengan dakwah dan edukasi dalam menyampaikan siaran serta apabila sangat tidak sesuai dengan siaran akan dihilangkan karena takut dakwahnya akan luntur.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa cara mengevaluasi program yang tidak sesuai dengan dakwah dan edukasi dengan cara memberikan kritikan atau saran yang membangun kepada penyiar yang tidak sesuai dengan dakwah dan edukasi. Namun sejauh ini penyiar di radio Sangka FM belum pernah melakukan evaluasi program dakwah dan edukasi. Mereka hanya melakukan evaluasi berupa lagu-lagu dan materi siaran yang ada di radio Sangka FM.

Selanjutnya terkait penjelasan tentang mengevaluasi program dakwah dan edukasi apakah ada pembaharuan program. Menurut YS, untuk pembaharuan program merupakan hal yang sulit karena harus melalui beberapa tahap namun pembaharuan program hanya dilakukan pada saat bulan ramadhan seperti kajian umum seputar ramadhan. Sejalan dengan YS, FI, FJ dan TWF mengatakan bahwa pembaharuan ada tetapi hanya pada saat bulan ramadhan karena untuk pembaharuan program tersebut tidak mudah harus melalui beberapa tahap.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setelah mengevaluasi program dakwah dan edukasi belum ada pembaharuan program yang dilakukan. Pembaharuan program dilakukan hanya pada saat bulan ramadhan. Karena pada saat bulan ramadhan lebih banyak menghadirkan dakwah dan edukasinya.

Faktor penghambat dalam program dakwah dan edukasi. Menurut YS, materi yang disampaikan berulang, skil penyiar masih kurang karena kurang ahli dalam bidang agama maupun edukasi. Sejalan dengan YS, FI, mengatakan materi yang dibacakan berulang-ulang karena kekurangan sarana dan prasana, senada dengan penjelasan di atas FJ dan TWF, mengatakan bahwa dari *crew* yang siaran kurang paham dalam

menyampaikan materi dakwah begitupun dengan edukasi, serta jadwal siaran penyiar sering bentrok dengan jadwal kuliah.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dalam program dakwah dan edukasi lebih kepada materi dan cara penyampaianya karena *crew* tidak begitu paham antara dakwah dan edukasi sehingga mereka masih ragu dalam menyampaikannya. Informasi yang mereka hadirkan juga berulang-ulang dan juga jadwal antara kuliah dan siaran sering berbenturan. Selain itu skil penyiar juga kurang karena kurangnya pelatihan tentang kepenyiaran.

Selanjutnya faktor pendukung dalam program dakwah dan edukasi. Menurut YS, adanya lagu-lagu yang mendukung baik itu program dakwah maupun edukasi serta materi yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Sejalan dengan YS, FI dan FJ mengatakan bahwa lingkungan kampus yang kental dengan religius dan pendidikan salah satu faktor pendukung dalam program dakwah dan edukasi. Namun Menurut TWF, bagi penyiar dalam segi wawasan lebih luas didapatkan pada saat liputan di lapangan dan juga kenalan dengan wartawan lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam program dakwah dan edukasi berupa materi siaran yang disampaikan melalui internet menjadi salah satu faktor pendukung dalam menyampaikan materi serta kampus yang kental dengan dakwah dan edukasi sehingga sangat cocok untuk program dakwah dan edukasi.

Bentuk evaluasi yang dilakukan penyiar setelah siaran. Menurut YS, setiap penyiar wajib merekam suara mereka ketika siaran lalu setelah siaran mereka bisa mengevaluasi apa-apa saja kesalahan selama siaran berlangsung, sejalan dengan YS, FI mengatakan masing-masing penyiar melakukan *record* secara individu untuk mengevaluasi apakah ada yang perlu dirubah atau lebih ditingkatkan lagi dalam siarannya. Senada dengan FI, FJ mengatakan bahwa biasanya mereka setelah siaran akan menanyakan kepada *crew* apakah siaran mereka harus ada yang diperbaiki atau dikoreksi serta setiap *crew* merecord suaranya pada saat siaran.

Menurut TWF, setelah siaran senior sering memberikan kritik atau saran yang berhubungan dengan siaran yang sifatnya membangun untuk crew itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk evaluasi yang dilakukan penyiar setelah siaran dengan cara *merecord* siaran mereka dan mendengarkan kembali apa yang mereka sampaikan pada saat siaran tersebut sehingga mereka bisa mengevaluasi siaran mereka sendiri. Dari senior sendiri juga sering memberikan kritikan dan juga saran yang membangun kepada crew yang siaran.

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh oleh Penulis dapat ditemukan bahwa evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM belum terlaksana sesuai dengan visi dan misi yang ada di radio Sangka FM. Hal ini diperkuat oleh FJ koordinator radio Sangka FM menurutnya pengelola radio sangat sulit untuk mengatur jadwal dalam melakukan evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM. FJ sebagai koordinator yang sering berkomunikasi dengan pihak pengelola terkadang tidak mendapat respon atau umpan balik dari pengelola tersebut, baik itu melalui pesan singkat maupun telepon.

Menurut FJ, dengan kesibukan dari pengelola radio sehingga evaluasi untuk program dakwah dan edukasi belum terlaksana dan sangat sulit dilakukan oleh penyiar itu sendiri. Karena evaluasi sebuah program harus melalui beberapa tahap dan harus mendapatkan persetujuan dari pihak pengelola. Sehingga penyiar tidak berani melakukan evaluasi program tanpa persetujuan dari pengelola radio Sangka FM. Mereka mengatakan dalam setiap program siaran radio Sangka FM belum pernah melakukan evaluasi, mereka hanya mengevaluasi lagu-lagu dan materi yang ada di radio Sangka FM. Lagu-lagu yang telah dievaluasi berupa lagu yang tidak sesuai dengan *take line* radio dakwah dan edukasi. Sedangkan untuk materi yang telah pernah dievaluasi oleh *crew* berupa berita yang mengandung unsur sara tidak dibenarkan untuk disiarkan di radio Sangka FM. Selain itu *crew* juga mengevaluasi materi siaran yang telah

disampaikan berulang-ulang. Selain mengevaluasi lagu dan materi siaran crew juga melakukan evaluasi terhadap penyiar setelah siaran. Biasanya evaluasi ini dilakukan setiap bulan.

Penjelasan paragraf di atas dapat disimpulkan bahwa evaluasi dalam bentuk program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM belum tercapai sesuai dengan visi dan misinya. Hal tersebut karena adanya kendala dari pihak pengelola yang tidak memberikan umpan balik atau tidak memberikan respon kepada penyiar terkait evaluasi tersebut. Sehingga penyiar hanya melakukan evaluasi berupa lagu, materi siaran dan evaluasi penyiar setelah siaran. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa komunikasi antara pengelola dengan penyiar radio kurang efektif menyebabkan evaluasi program dakwah dan edukasi belum terlaksana sampai sekarang.

C. Pembahasan

Berbicara tentang strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi, terkait dengan perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dan edukasi, implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM serta evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM. Maka dari itu, pembahasan dimulai dari penegasan teori terkait perencanaan, implementasi dan evaluasi di radio Sangka FM, dapat dirincikan menjadi beberapa temuan, sebagai berikut:

1. Perencanaan Program Radio Sangka FM Menuju Radio Dakwah dan Edukasi

Berdasarkan data wawancara Penulis dengan penyiar dan pengelola terkait dengan strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dapat disimpulkan sebagai berikut: perencanaan program radio Sangka FM sudah menuju dakwah dan edukasi. Karena program yang disusun di radio Sangka FM sudah sesuai dengan visi dan misinya serta program-program yang disiarkan di radio sudah

hampir mendekati dakwah dan edukasi tersebut program dakwah seperti, Nuansa Islami terbagi fiqh ibadah, kajian akhlak, sejarah kebudayaan, play list qasidah serta lagu-lagu yang islami. Program edukasi seperti smart news shobahul khair, expo daerah, dan ruang ilmu yang mana menghadirkan informasi-informasi yang bermanfaat kepada pendengar sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan pendengar.

Perencanaan radio dakwah dan edukasi di radio Sangka FM sebagai berikut:

- a) Program yang direncanakan dalam bentuk dakwah dan edukasi.
- b) Menyiapkan Sumber Daya Manusia

Hal ini sudah sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa perencanaan program radio seperti perencanaan produksi program acara secara menyeluruh dari kegiatan atau operasional penyiaran di stasiun radio siaran. Perencanaan dilakukan melalui diskusi kelompok dari tim kreatif dengan para pelaksanaan kegiatan. Perencanaan diwujudkan dalam dokumen yang berisi tentang tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi dan musik, target pendengar, dan penempatan siar termasuk para kru yang akan terlibat . (Rihartono, 2015: 56)

Berdasarkan hasil temuan dan teori yang terkait dengan perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dapat disimpulkan bahwa perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi sesuai dengan teori yang peneliti paparkan di atas. Namun Perencanaan di radio Sangka FM hanya sebatas program, persiapan Sumber Daya Manusia dan musiknya saja belum menyeluruh mengenai teori yang penulis paparkan karena didalam teori tersebut perencanaan diwujudkan dalam dokumen yang berisi tentang tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi dan musik, target pendengar, dan penempatan siar termasuk para kru yang akan terlibat sementara pada perencanaan

program radio Sangka FM hanya berupa program dakwah dan edukasi, musik serta sumber daya manusianya.

2. Implementasi Program yang Disusun dalam Bentuk Dakwah dan Edukasi

Berdasarkan data wawancara Penulis dengan penyiar dan pengelola terkait dengan strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dapat disimpulkan sebagai berikut: Implementasi atau pelaksanaan program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi belum sepenuhnya sesuai dengan visi dan misi yang ada di radio Sangka FM. Untuk pelaksanaan programnya hanya secara tertulis saja dalam bentuk dakwah dan edukasi sementara dalam pengaplikasiannya belum sepenuhnya terlihat dari dakwah dan edukasi. Tetapi kalau dari program sudah sesuai pelaksanaannya.

Implementasi atau Pelaksanaan radio Sangka FM sebagai berikut: bentuk pelaksanaan program dalam bentuk dakwah dan edukasi dengan cara memberikan materi-materi yang berkaitan dengan dakwah dan edukasi yang dihadirkan setiap hari keruang dengar sahabat. Selain itu penyiar juga mengadakan talkshow baik itu dalam program dakwah maupun edukasi dengan mengundang narasumber dari dosen-dosen atau orang yang ahli dalam bidangnya masing-masing.

Hal ini berbeda dengan teori yang menyampaikan bahwa Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategis. Pelaksanaan strategi yang sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen dan pengorbanan karena perumusan strategi yang sukses tidak menjamin pelaksanaan strategi yang sukses. Pelaksanaan strategi termasuk didalamnya menetapkan tujuan, menyusun kebijakan, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada, rekonstruksi dan rekayasa ulang, merevisi perubahan, mencocokkan manajer dengan

strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menyesuaikan proses produksi atau operasi, mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif dan bila perlu mengurangi jumlah karyawan (Triyono, 2008: 9-12).

Berdasarkan hasil temuan dan teori yang terkait dengan implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM dapat disimpulkan bahwa implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM berbeda dengan teori yang peneliti paparkan diatas. Perbedaannya terletak pada Implementasi atau pelaksanaan yang dilakukan radio Sangka FM belum sepenuhnya sesuai dan mencapai dari visi dan misi dari radio Sangka FM tersebut karena mereka masih terkendala dari sarana dan prasana juga Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh Sangka FM.

Selain itu kurangnya perhatian atau manajemen dari pengelola radio membuat pelaksanaan tidak berjalan dengan semestinya. Dari segi program walaupun sudah sesuai dengan dakwah dan edukasi sementara pelaksanaannya belum tercapai bagaimana mungkin sebuah radio tersebut dapat mencapai tujuan yang telah mereka susun karena materi-materi yang disampaikan di radio Sangka FM sering kali berulang-ulang dan dengan keterbatasan skill serta kurangnya pelatihan dari penyiar itu sendiri membuat radio Sangka FM dalam implementasinya belum dapat tercapai sesuai yang diharapkan.

Sementara itu dari teori yang penulis temukan pelaksanaan sebuah radio untuk mencapainya dengan cara menetapkan tujuan, menyusun kebijakan, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada, rekonstruksi dan rekayasa ulang, merevisi perubahan, mencocokkan manajer dengan strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi tersebut, menyesuaikan proses produksi atau operasi, mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif juga diperlukan.

Menurut penulis dan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan hal tersebut belum ditemukan di radio Sangka FM karena ada beberapa faktor yang menyebabkan implementasinya belum tercapai, salah satu faktor tersebut bisa dilihat dari manajemen radio atau pengelola yang kurang memberikan perhatian lebih terhadap pelaksanaan dari program dakwah dan edukasi tersebut. Sehingga radio Sangka FM hanya terlaksana di atas kertas saja tetapi untuk pengaplikasiannya belum sepenuhnya terlaksana.

3. Evaluasi Program Dakwah dan Edukasi di Radio Sangka FM

Berdasarkan data wawancara penulis dengan penyiar dan pengelola terkait dengan strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi dapat disimpulkan sebagai berikut: evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM menurut hasil dari wawancara yang telah penulis lakukan radio Sangka FM belum pernah melakukan evaluasi terhadap program dakwah dan edukasi. Hanya saja evaluasi yang telah mereka lakukan berupa lagu-lagu yang tidak sesuai dengan dakwah. Untuk program ranah minang sebagai program lokal yang menghadirkan hiburan mereka pernah melakukan evaluasi karena walaupun program tersebut hanya menyampaikan hiburan tetapi tetap harus tersampaikan dakwah atau edukasi dari program ranah minang tersebut.

Crew juga beranggapan untuk mengevaluasi atau memperbaharui sebuah program dakwah dan edukasi tidaklah mudah pengelola harus ikut berperan dalam melakukannya. Sehingga karena penyiar yang ada di radio Sangka FM regenerasi yang hanya sebentar jadi untuk mengevaluasi program tersebut harus dibicarakan terlebih dahulu dengan pengelola radio Sangka FM. Berbeda dengan mengevaluasi penyiar setelah siaran biasanya penyiar setiap satu bulan sekali melakukan evaluasi terkait siaran mereka. Evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM berbeda dengan teori yang

telah penulis paparkan sebelumnya dimana evaluasi tersebut dapat berupa Evaluasi strategi.

Tahapan ini merupakan tahap akhir dari strategi, ada tiga aktifitas yang mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

- a) Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini.

Berbagai faktor eksternal dan internal dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan. Faktor eksternal seperti tindakan pesaing, perubahan permintaan, perubahan teknologi, perubahan ekonomi, pergeseran demografi, dan tindakan pemerintah dapat menghambat pencapaian tujuan. Sedangkan faktor internal diantaranya seperti strategi yang tidak efektif mungkin dipilih atau kegiatan implementasi barangkali buruk.

- b) Mengukur kinerja

Mengukur kinerja diantaranya yaitu dengan membandingkan hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kinerja individu dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang ditetapkan.

- c) Melakukan tindakan-tindakan korektif

Melakukan tindakan-tindakan korektif menuntut adanya perubahan reposisi perusahaan agar lebih berdaya saing di masa depan. Tindakan korektif harus menempatkan organisasi pada posisi yang lebih baik agar bisa memanfaatkan kekuatan internalnya, mengambil kesempatan dari peluang eksternal, menghindari, mengurangi, atau meminimalkan dampak ancaman eksternal, dan agar bisa memperbaiki kelemahan internal (Triyono, 2008: 9-12).

Teori yang penulis paparkan jelas tidak sesuai antara teori dengan hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan penyiar.

Karena evaluasi sesungguhnya tahap akhir dari sebuah strategi untuk dapat mengkaji faktor-faktor internal maupun eksternal yang terjadi di radio Sangka FM. Namun evaluasi inilah yang belum mereka lakukan didalam program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM baik itu dari pengelola maupun dari penyiar itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan pertanyaan penelitian di atas maka penulis menyimpulkan tentang strategi radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi maka diperoleh hasil bahwa perencanaan program radio Sangka FM menuju radio dakwah dan edukasi, implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM serta evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM belum sepenuhnya sesuai dengan teori yang telah penulis paparkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data yang telah penulis uraikan melalui bab ini, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan Program radio Sangka FM sudah menuju dakwah dan edukasi. Karena perencanaan program yang disusun di radio Sangka FM sudah berdasarkan dengan visi dan misinya serta program-program yang disiarkan diradio sudah hampir mendekati dakwah dan edukasi. Program dakwah seperti, Nuansa islami terbagi fiqh ibadah, kajian akhlak, sejarah kebudayaan, play list qasidah serta lagu-lagu yang islami. Program edukasi seperti *smart news shobahul khair*, expo daerah, dan ruang ilmu yang mana menghadirkan informasi-informasi yang bermanfaat kepada pendengar sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan pendengar.
2. Implementasi program yang disusun dalam bentuk dakwah dan edukasi di radio Sangka FM. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan ada beberapa faktor yang menyebabkan implementasinya belum tercapai, salah satu faktor tersebut bisa dilihat dari manajemen radio atau pengelola yang kurang memberikan perhatian lebih terhadap pelaksanaan dari program dakwah dan edukasi tersebut. Sehingga radio Sangka FM hanya terlaksana di atas kertas saja tetapi untuk pengaplikasiannya belum seutuhnya terlaksana.
3. Evaluasi program dakwah dan edukasi di radio Sangka FM menurut wawancara, radio Sangka FM belum pernah melakukan evaluasi terhadap program dakwah dan edukasi. Hanya saja evaluasi yang telah mereka lakukan berupa materi dan lagu-lagu yang tidak sesuai dengan dakwah. Untuk program ranah minang sebagai program lokal yang menghadirkan hiburan mereka pernah melakukan evaluasi berupa lagu yang tidak sesuai dengan dakwah dan edukasi karena walaupun

program tersebut hanya menyampaikan hiburan tetapi tetap harus tersampaikan dakwah dan edukasi dari program ranah minang tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis jelaskan di atas, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut ini:

1. Bagi pengelola radio Sangka FM untuk dapat memaksimalkan manajemen radio dengan cara meningkatkan strategi yang ada di radio Sangka FM baik itu dari perencanaan, implementasi maupun evaluasinya
2. Bagi penyiar radio Sangka FM untuk dapat menjalin komunikasi yang baik dengan pengelola agar setiap masalah yang terjadi di radio Sangka FM dapat bisa dibicarakan dengan baik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul Aziz, Moh. 2009. *Ilmu Dakwah*. Cet. 2. Jakarta. Kencana.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 1999. *Bagaimana Memahami Hadist Nabi SAW*. Penerjemah Muhammad Al Baqir. Bandung. Karisma.
- Assauri, S. 2013. *Strategic Management* Edisi 2. Jakarta. PT. Raja grafindo Persada
- Astuti, Indra, Santi. 2008. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktek*. Bandung. Simbioka Rekatama Media.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Effendy, Oonong Uchana. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- 2013. *Dinamika Komunikasi*. Cet. 4. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro Ardianto, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- IAIN Batusangkar. 2016. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi IAIN Batusangkar*. Batusangkar. IAIN Batusangkar.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Indrawan, W.S. 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio*. Cet. 1. Yogyakarta. LkiS.
- Muhtadi, A. s. 1999. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. Jakarta. Pt Logos Wacana Ilmu.
- Munir, S. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta. AMZAH.
- Moleong, I. J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ningrum, Fatmasari. 2007. *Sukses Menjadi Penyiar, Scrip Writer dan Reporter Radio*. Jakarta. Swadaya.
- Noor, J. 2013. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta. Prenada Media Group.

- Putera, N. 2012. *Penelitian Kualitatif Proses & Aplikasi*. Jakarta Barat. Permata Putri.
- Qutb, Sayyid. Fiqh. 1995. *Fiqh Dakwah*. Penerjemah Suwardi Efendi dan Rosyid Ashofy. Jakarta. Pustaka Amani.
- Rihartono, Siantari. 2015. *Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-tengah Perkembangan Teknologi Internet*. *Jurnal Komunikasi Profetik* Vol. 08/No.02/Oktober 2015
- Riswadi. 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Rusydi, A. 2010. *Metode Dakwah*. *El-Hikmah* , 6.
- Suhandang, K. 2014. *Strategi Dakwah. Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cet. 18. Bandung. Alfabeta.
- Soyomukti, Nurani. 2015. *Teori-Teori Pendidikan*. Yogyakarta. Ar-Ruzz Media.
- Warsita, Bambang. 2008. *Teknologi Pembelajaran Landasan dan Aplikasinya*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Triyono. 2008. *Strategi Radio Global Dalam meningkatkan Kualitas Penyiar*. Skripsi S1 Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. ([http:// digilib.uin-suska.ac.id/pdf](http://digilib.uin-suska.ac.id/pdf)) diakses 16 April 2018 (tidak diterbitkan).