

OPTIMALISASI FUNGSI RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH

M. Nasor

Abstrak

Suara radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, kemudian diubah melalui loudspeaker (pengeras suara) menjadi energi bunyi sehingga bisa kita dengar. Suara radio bisa berisi tentang siaran agama/dakwah, hiburan (musik dan humor), pendidikan, berita, iklan, dan lainnya. Dakwah yang memiliki tujuan seperti di atas sehingga berhasil dengan baik, sudah tentu membutuhkan seperangkat media. Dari berbagai media massa tersebut, radio merupakan salah satu media massa yang digemari oleh masyarakat, karena beritanya dapat didengar langsung oleh pendengar. Media massa ini sangat banyak memberikan kontribusi dan pengaruh yang besar terhadap perkembangan dakwah pada masyarakat. Radio telah banyak andil, fungsi, dan peran aktifnya dalam kegiatan dakwah, baik aspek pengembangan maupun pada aspek pengamalan ajaran Islam/dakwah pada masyarakat.

Kata Kunci: Optimalisasi, Fungsi Radio, dan Media Dakwah

A. Pendahuluan

Secara umum dapat dipahami bahwa radio dalam kehidupan sehari-hari sebagai sarana dalam penyampaian pesan kepada masyarakat. Selain itu juga kita dengar dari pesawat radio bisa berisi tentang siaran agama/dakwah, hiburan (musik dan humor), pendidikan, berita, iklan, dan lainnya. Suara yang kita dengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, kemudian diubah melalui *loudspeaker* (pengeras suara) menjadi energi bunyi sehingga bisa kita dengar.¹

¹ Nazaruddin, *Pers, Radio, Film, dan Televisi*, (Jakarta: Erlangga, 1974), h. 59-60.

Jaman semakin maju dan pesat pula perkembangannya, radio sebagai media massa, dalam operasionalnya bukan hanya wilayah-wilayah perkotaan, tetapi sudah merambah ke berbagai wilayah pelosok tanah air. Hampir seluruh wilayah di Indonesia telah terdapat media massa cetak atau media massa elektronik, baik milik pemerintah ataupun swasta. Dari berbagai media massa tersebut, radio merupakan salah satu media massa yang digemari oleh masyarakat, karena beritanya dapat didengar langsung oleh pendengar. Media massa ini sangat banyak memberikan kontribusi dan pengaruh yang besar terhadap perkembangan masyarakat setempat. Radio telah banyak andil, fungsi, dan peran aktifnya dalam pengembangan masyarakat, baik aspek kehidupan dunia dan juga aspek pengembangan siaran agama Islam/dakwah.²

Dakwah dan berbagai pengertiannya tentu dalam kegiatannya memiliki tujuan dan misi yang besar dan mulia. Apabila kita melakukan berbagai kegiatan dakwah yang memiliki tujuan seperti di atas sehingga berhasil dengan baik, sudah tentu membutuhkan seperangkat media. Saat ini media dalam perkembangannya sangat pesat sekali, seperti surat kabar, majalah, televisi, telephon, film, dan tidak ketinggalan media radio.

B. Fungsi Radio Sebagai Media Komunikasi Massa

Menurut sejarah perkembangan Ilmu Jurnalistik pada awal abad ke dua puluh telah ditemukan media massa baru yang dapat lebih cepat menyampaikan pesan yakni media massa radio. Awal perkembangannya radio hanya digunakan untuk hiburan dan untuk mempromosikan barang-barang. Selanjutnya sesuai dengan perkembangan jaman fungsi radio selain hiburan dan promosi, juga dimanfaatkan untuk menyampaikan berbagai berita atau pesan-pesan yang ditujukan pada masyarakat/khalayak ramai. Kondisi jaman semakin maju yakni pada abad 30 an s.d. abad 50 an media radio bersaing dengan media massa lainnya yaitu media film dan televisi. Kedua media massa yang terakhir ini memiliki

²*Ibid.*

fungsi yang lebih spesifik dibandingkan dengan media massa radio.³

Pembicaraan mengenai fungsi radio dapat dijelaskan secara sederhana dan dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari yaitu sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak ramai.⁴ Dari fungsi itu dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa radio mempunyai fungsi sebagaimana media-media lain yaitu memberikan informasi/to inform, memberikan pendidikan/to educate, memberikan hiburan/to entertain, fungsi memengaruhi/to influence, dan fungsi pengawasan to control.⁵

Memberikan informasi/to inform adalah radio dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan walau hanya dilengkapi dengan unsur audio. Telah diketahui bahwa radio dalam melayani informasi atau siarannya bersifat audial. Di mana dalam menyampaikan pesannya dengan cara mendengarkan siarannya, ini berarti radio dalam melaksanakan fungsinya telah menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Menyampaikan informasi kepada khalayak ke berbagai tempat tentang berbagai peristiwa yang terjadi di seluruh dunia. Informasi itu dapat berwujud peristiwa atau kejadian, pemikiran, ide, gagasan, tingkah laku manusia, ucapan orang lain, dan lainnya. Manusia akan selalu membutuhkan informasi dalam kehidupannya kapan dan di mana saja mereka berada baik dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, talk show ataupun lainnya.

Fungsi pendidikan adalah adanya proses pembelajaran atau pemberitahuan yang terlibat dua komponen yaitu komunikator/penyampai dan komunikan/penerima. Lazimnya seorang guru dan murid, sang komunikator/guru memberikan pengajaran kepada komunikan/murid. Sebagai sarana pendidikan proses komunikasi memberikan ilmu pengetahuan kepada khalayak mengenai sesuatu hal, sehingga khalayak meningkat pengetahuannya. Fungsi memberi pengaruh/to influence yaitu

³Nasor, *Ilmu Jurnalistik I*, (Bandar Lampung: Gunung Pesagi, 1993), h. 2-3.

⁴Nazaruddin, *Loc. Cit.*

⁵Effendy, Onong, *Human Relation dan Publik Relations Dalam Menejemen*, PT Alumni, (Bandung: Alumni, 1983), h. 137-138.

fungsi memengaruhi kepada khalayak di mana sang komunikator memegang peran penting untuk merubah kehidupan masyarakat. Dengan demikian sang komunikator memiliki atau membawa misi tertentu dalam komunikasinya yaitu untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat. Fungsi memberikan hiburan/to entertain yaitu memberikan pencerahan atau hiburan pada masyarakat yang sedang mengalami berbagai problem dalam kehidupannya. Hal ini untuk mengimbangi adanya berbagai sajian informasi yang diterima oleh masyarakat yang dirasa memberatkan dalam kehidupannya. Komunikasi yang bersifat menghibur itu dapat berupa cerita-cerita lucu, aneh, menyenangkan, dan sebagainya. Fungsi pengawasan/to control adalah adanya fungsi memberikan informasi yang sebenarnya untuk memberikan petunjuk dan pengawasan terhadap peristiwa yang terjadi di dalam masyarakat yang melanggar atau tidak sesuai dengan aturan, nilai, atau norma yang berlaku.

Keuntungan lain dari radio dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang beraneka ragam dalam setiap ruang, tempat, dan waktu. Masyarakat akan lebih mudah mengakses siaran radio yang tidak harus tetap berada di depan radio, sebagaimana halnya orang yang monoton televisi. Dalam kondisi semacam ini memberikan pemahaman bahwa mendengarkan radio sembari mengerjakan sesuatu pekerjaan lainnya. Ini berarti sambil mendengarkan siaran radio masih memiliki peluang waktu yang banyak untuk menyelesaikan sesuatu pekerjaan secara maksimal. Radio merupakan media massa elektronik yang termurah dibandingkan dengan media massa lainnya. Ini berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun penyiaran dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Melalui biaya yang rendah sama artinya dengan akses kepada pendengar yang lebih besar dan jangkauan lebih luas dari radio.

Radio sebagai media massa adalah: sarana untuk menyampaikan pesan yang ditujukan pada massa atau khalayak luas. Dengan demikian memang radio jangkauan obyeknya diperuntukkan kepada siapa saja, tidak ditentukan jenis kelamin ataupun status sosialnya/profesinya dan di mana saja mereka berada. Informasi yang disampaikan melalui radio dalam penyebarannya secara massal dapat diakses oleh masyarakat

secara massal dan di mana saja dan kapan saja. Bungin menjelaskan informasi massa merupakan informasi ditujukan kepada massa dan bukan ditujukan kepada masing-masing individu. Informasi yang disebarkan memang milik publik agar dapat diterima dan diketahui secara publik pula.⁶

Penyampaian pesan melalui media massa dapat dikatakan komunikasi melalui media massa atau komunikasi massa. Massa dapat terdiri dari sejumlah masyarakat yang sangat besar dan menyebar di berbagai tempat dan sulit dikenali secara mendalam. Kondisi yang seperti itu juga maka segmentasi selalu sulit diprediksi dengan angka-angka pasti. Komunikasi massa akan berbeda dengan komunikasi individu yang komunikannya hanya seseorang atau individu. Komunikasi massa memiliki ciri-ciri tersendiri yaitu:

1. Pesannya bersifat satu arah, sewaktu komunikasi sedang berlangsung tidak dapat dilakukan umpan balik. Umpan balik dalam media massa berbeda dengan media komunikasi antarpribadi. Umpan balik dalam media massa umumnya bersifat tertunda dan media individu dapat bersifat langsung.
2. Komunikannya beragam dan anonym, penerima pesan dari media massa tidak terhitung banyaknya dan bersifat khalayak luas serta berbagai ragam profesinya.
3. Pesan bersifat umum/luas, sebagaimana point 2 di atas komunikannya beragam; maka pesan informasinya disampaikan dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka secara beragam dan umum..
4. Komunikator melembaga, yaitu komunikasinya dilakukan oleh beberapa orang dalam suatu lembaga/organisasi dan pesannya atas nama lembaga.
5. Menimbulkan keserempakan, pesan-pesan yang disampaikan secara massa dan akan diterima oleh masyarakat secara serempak.⁷

Selain berbagai fungsi radio yang telah diuraikan di atas, juga terdapat fungsi lain yang sangat banyak sebagaimana

⁶Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 72.

⁷Dja'far H. Assegaff, 1983, *Hubungan Masyarakat Dalam Praktek*, (Jakarta: Ghia Indonesia, 1983), h. 11.

dikemukakan oleh Morissan secara rinci dan jelas. Radio sebagai media massa dalam menyuguhkan siarannya manakala digunakan untuk menyajikan periklanan memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan media massa lainnya yaitu:

1. Biaya Iklan Murah.

Salah satu kekuatan utama radio sebagai media untuk beriklan adalah biayanya yang murah karena produksi iklan radio sangat mudah dilakukan dan dapat diselesaikan dalam waktu yang sangat cepat dibandingkan iklan televisi. Iklan radio hanya membutuhkan satu naskah (skrip) yang dibacakan penyiar di studio atau pesan iklan yang sudah direkam sebelumnya dan siap disiarkan stasiun radio. Biaya iklan yang rendah menjadikan radio sebagai salah satu media iklan yang paling efisien dibandingkan dengan media lainnya; yaitu memberikan peluang kepada pemasang iklan untuk lebih meningkatkan frekuensi dan jangkauan iklannya.

2. Selektivitas.

Kekuatan lain radio adalah tersedianya audiensi yang sangat selektif yang muncul dari berbagai format siaran dan cakupan atau geografis siaran yang dimiliki setiap stasiun penyiaran radio. Iklan radio memungkinkan pemasang iklan untuk focus pada audiensi tertentu atau khusus, misalnya audiensi dari kelompok demografis dan/atau gaya hidup tertentu. Format adalah penyajian program dan music yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh suatu stasiun radio. Secara lebih sederhana dapat dikatakan bahwa format stasiun atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelolaan stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiensinya.

3. Fleksibilitas.

Radio merupakan media untuk beriklan yang paling fleksibel dibandingkan dengan media lainnya, karena pemasang iklan dapat mengajukan materi iklan atau melakukan perubahan terhadap materi iklan hanya dalam periode beberapa menit sebelum ditayangkan. Iklan radio dapat dibuat dan dijadualkan siarannya dalam waktu yang sangat singkat. Dengan demikian pemasang iklan dapat dengan mudah menyesuaikan isi iklannya dengan situasi pasar tertentu.

4. Mental Imagery.

Media radio memang tidak memiliki kemampuan menunjukkan sebagaimana media yang memiliki kemampuan visual lainnya. Namun demikian iklan pada media radio dari suatu produk yang sebelumnya ditayangkan di televisi akan membuat orang membayangkan gambaran visual sebagaimana yang dilihatnya di televisi. Dengan demikian audien mendengarkan pesan suara iklan dari media radio sementara visualisasinya diciptakan di dalam otak audien. Situasi ini disebut dengan Mental Imagery. Untuk alasan inilah pemasang iklan terkadang menunjang atau mem-back-up iklan televisi dengan iklan serupa di media radio yang berfungsi sebagai pengingat (*reminder*) bagi audien.

5. Promosi Terpadu.

Media radio dapat memberikan kesempatan kepada pemasang iklan karena dapat menyediakan berbagai peluang dalam pemasaran terpadu. Stasiun radio biasanya memiliki penggemar dan komunitasnya sendiri dan terkadang menjadi bagian integral dari suatu komunitas. Stasiun radio memiliki penyiar yang populer dan dikenal cukup luas oleh masyarakat. Pemasang iklan dapat menggunakan stasiun radio dan para personalnya untuk lebih mendekati diri kepada khalayak (pasar) lokal dan menggunakan kesempatan itu untuk memengaruhi pengecer lokal. Perusahaan pemasang iklan dapat melibatkan stasiun radio dalam kegiatan promosi penjualan. Dengan demikian stasiun radio melaksanakan siaran langsung dari lokasi penjualan dalam upaya menarik konsumen untuk datang. Pemasang iklan juga dapat menjadi sponsor dari liputan siaran langsung yang dilaksanakan stasiun radio atas berbagai kegiatan, seperti olah raga, festival, atau peristiwa menarik lainnya.⁸

Itulah beberapa kelebihan dan keunggulan media radio dalam menyampaikan program-program siarannya. Namun demikian menurut Arief S. Sadiman (dkk) radio sebagai media ada beberapa keunggulan dan kelebihan lainnya dalam menyampaikan bila dibandingkan dengan media-media yang ada.

1. Harganya relatif murah dan variasi programnya lebih banyak daripada televisi.

⁸Morissan, 2014, *Periklanan Radio-Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 250-253.

2. Sifatnya mudah dipindahkan (mobile). Radio dapat dipindahkan dari satu ruang ke ruang lainnya dengan mudah.
3. Jika digunakan bersama-sama dengan alat perekam radio bisa mengatasi problem jadwal karena program dapat ditekan dan diputar lagi sesuka hati.
4. Radio dapat mengembangkan daya imajinasi.
5. Radio dapat merangsang partisipasi aktif pendengar. Sambil mendengarkan boleh mengerjakan lainnya seperti menggambar, menulis, melihat peta, menyanyi, menari, dan lainnya.
6. Radio dapat memusatkan perhatian siswa/pendengar pada kata-kata yang digunakan, pada bunyi dan artinya.
7. Siaran lewat suara terbukti amat tepat/cocok untuk mengajarkan music dan bahasa atau lainnya.
8. Radio dapat mengerjakan hal-hal tertentu secara lebih baik bila dibandingkan dengan jika dikerjakan oleh guru antara lain:
 - a. Radio dapat menampilkan ke dalam kelas guru-guru yang ahli dalam bidang studi tertentu, sehingga dapat mengatasi masalah kekurangan guru yang layak untuk mengajar.
 - b. Pelajaran lewat radio bisa lebih bermutu baik dari segi ilmiah maupun metodis. Ini mengingat guru-guru kita jarang yang mempunyai waktu dan sumber-sumber untuk mengadakan penelitian dan menambah ilmu, sehingga bisa dibayangkan bagaimana mutu pelajarannya.
 - c. Radio dapat menyajikan laporan-laporan seketika (on the spot). Pelayanan radio yang sudah maju mempunyai banyak sumber di perpustakaan arsipnya yang siap dipakai.
 - d. Siaran-siaran yang actual dapat memberikan suasana kesegaran (immediacy) pada sebahagian topik.
9. Radio dapat mengerjakan hal-hal tertentu yang tak dapat dikerjakan oleh guru. Dia dapat menyajikan pengalaman-pengalaman dunia luar ke kelas. Kisah petualang seorang pengembara bisa dituturkan ke kelas-kelas secara langsung lewat radio.

10. Radio dapat mengatasi batasan ruang dan waktu serta jangkauannya sangat luas.⁹

Selanjutnya akan dibahas mengenai sejumlah kelemahan yang terdapat pada media radio. Dalam hal ini akan dituangkan pendapat beberapa ahli, diantaranya adalah: **Pertama** menurut Morissan mengemukakan bahwa kelemahan radio sebagai media mencakup kreativitas terbatas, fragmentasi, perhatian terbatas, riset terbatas, dan persaingan.

Kreativitas Terbatas, kelemahan radio sebagai media informasi tidak menyediakan gambar visual. Audien tidak dapat melihat sajian informasi dan pembawa pesan/ informasi tidak dapat menunjukkan atau mendemonstrasikan cara kerja siaran. Sehingga audien kreativitasnya terbatas tidak bisa melihat, mengetahui, atau mengecek kembali informasi yang sedang/telah disiarkan.

Fragmentasi, radio memiliki audien yang sangat selektif dan audien radio terbagi-bagi (terfragmentasi) ke dalam bagian-bagian atau kelompok kecil. Masing-masing stasiun radio memiliki jumlah audien yang relatif sedikit. Stasiun radio terkenal di suatu kota biasanya memiliki audien kurang dari 10 persen dari total audien radio secara keseluruhan. Pemasar iklan atau suatu perusahaan harus menayangkan iklannya beberapa kali di sejumlah stasiun radio jika ingin menjangkau khalayak secara nasional jika beriklan menggunakan radio.

Perhatian Terbatas, mendengarkan radio biasanya menjadi kegiatan selingan yang dilakukan sambil mengerjakan pekerjaan lain sehingga perhatian audien terbatas. Hal ini menyebabkan audien radio mudah kehilangan sebagian atau seluruh pesan-pesan yang disiarkan radio.

Riset Terbatas, pelaksanaan riset di radio memang terbatas bila dibandingkan dengan media lainnya seperti televisi, surat kabar, atau majalah. Konsekwensinya pihak perencana media radio tidak memiliki informasi mengenai audien suatu stasiun radio yang dapat membantu mereka untuk memutuskan pembelian iklan radio sebagaimana media lainnya.

⁹Arief S. Sadiman dkk., 2012, *Radio dan Media Teknologi Sebagai Media Pendidikan; Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 50-52.

Persaingan, siaran radio harus bersaing dengan berbagai media lainnya untuk mendapatkan perhatian dari audiennya. Ini berarti akan mengurangi jumlah pemasangan iklan yang membawa efek berkurangnya pendengaran/penerima siaran radio.¹⁰

Kedua menurut Arief S. Sadiman (dkk) menjelaskan bahwa kelemahan radio sebagai media pendidikan mencakup beberapa hal yaitu:

1. Sifat komunikasinya hanya satu arah (*one way street communication*).
2. Biasanya siaran disentralisasikan sehingga guru tak dapat mengontrolnya.
3. Penjadualan siaran sering menimbulkan masalah. Integrasi siaran radio ke dalam kegiatan belajar mengajar di kelas sering kali menyulitkan.¹¹

Untuk menambah khasanah pengetahuan selain karakteristik radio yang telah diuraikan di muka, disajikan pula adanya kelebihan-kelebihan dan kelemahan-kelemahan siaran radio dalam menyampaikan pesan antara lain:

Kelebihan-kelebihan Siaran Radio untuk menyampaikan pesan yaitu:

1. Cepat dan Langsung. Semua media baik media elektronik maupun media cetak memiliki unsur kecepatan dalam menyampaikan pesan-pesannya pada audiennya. Memang Radio sebagai media memiliki unsur tercepat/ kecepatan tersendiri dalam menyampaikan pesan dibanding dengan media lainnya. Adapun radio dikatakan sarana tercepat dalam menyiarkan informasi tidak membutuhkan waktu yang banyak dan tidak rumit. Sebagai contoh disuatu tempat ada peristiwa yang perlu untuk disiarkan cukup diberitahukan melalui telepon, penyiar atau reporter radio dengan serta merta dan secara cepat serta langsung dapat menyampaikan beritanya kepada khalayak pendengarnya. Berbeda dengan media lainnya seperti surat kabar, majalah, tabloid, baliho, spanduk, selebaran-selebaran, televisi dan lainnya. Pada media ini dalam menyampaikan informasi kepada khalayaknya melalui membutuhkan waktu relatif lama dan juga proses sajian informasinya begitu rumit.

¹⁰Moisson, *Op. Cit*, h. 253-254.

¹¹Arief, S. Sadiman dkk., *Op. Cit*, h. 52.

2. Menimbulkan Keakraban. Seseorang mendengarkan siaran-siaran radio hanya mendengarkan kata-kata pembicaraan penyiarinya. Tidak bisa melihat wajah penyiar radio, tidak tahu alamatnya, dan tidak saling mengenalnya. Namun ketika sedang mendengarkan suara penyiar radio, seolah-olah kita merasa dekat, ketawa-ketawa, dan memang merasa akrab dengan penyiarinya tersebut. Kondisi seperti itu terasa pertemuan bukan di udara tetapi dirasakan pertemuan secara fisik disuatu tempat di rumah, pasar, kantor, kampus, lestoran/kafe, toko-toko, warung, dan sebagainya.

3. Dekat dan Kehangatan. Setelah adanya rasa keakraban antara penyiar dengan pendengar radio, selanjutnya akan tumbuh rasa kedekatan. Berkat suara-suara yang dilantunkan dapat menyentuh aspek psikologis, terasa betul sang penyiar hadir sangat dekat dengan kita, di rumah kita, dan terasa menyatu sebagai satu keluarga. Untaian kata-kata yang dilantunkan dan suara musik yang diperdengarkan melalui siaran radio membawa efek tersendiri bagi pendengarnya yaitu mampu mempengaruhi emosi pendengar. Hal ini menimbulkan reaksi dan tanggapan yang membuat suasana lebih nyaman, senang, dan kehangatan. Rasa kehangatan seperti ini menambah motivasi kemajuan bagi pendengarnya dan berfikir untuk dapat melakukan sesuatu untuk meraih kehidupan yang lebih baik.

4. Sederhana. Dalam melaksanakan siaran radio dilakukan dengan mudah, tidak rumit, dan tidak banyak pernik, baik bagi pengelola atau pendengar.

5. Tanpa Batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, SARA (Suku, Agama, Ras, antar golongan), dan kelas sosial. Keberadaan radio sangat mudah menembus berbagai wilayah dan berbagai informasi yang terjadi di seputar kehidupan.

6. Murah. Salah satu media yang dikatakan relatif lebih murah adalah media radio. Jika dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau membeli alat televisi, tentu pesawat radio tetap dikatakan lebih murah. Pendengar dalam menerima berbagai informasi yang sangat bermanfaat untuk kehidupan dari siaran radio bebas dari biaya alias tidak dipungut biaya sepeserpun untuk mendengarkan radio.

7. Fleksibel. Siaran radio dapat dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti halnya memasak, mengemudi, dan lainnya.¹²

Kelemahan-kelemahan yang terdapat pada media radio tersebut antara lain :

1. Selintas. Isi pesan yang berasal dari siaran radio bersifat tidak permanen, bersifat sementara, dan cepat hilang dan gampang dilupakan oleh pendengarnya. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti membaca surat kabar yang bisa dikaji ulang atau mengulang bacaannya dari awal tulisannya.

2. Global. Media radio dalam sajian informasinya bersifat global, tidak rinci atau tidak detail, karena angka-angka dibulatkan. Sebagaimana diketahui seorang penyiar radio akan menyebutkan “seribu orang lebih “ untuk angka 1.053 orang.

3. Batasan Waktu. Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang mampu menambah jumlah halaman dengan bebas.

4. Beralur Linear. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada sesuai dengan urutan yang ada, tidak bisa meloncat-loncat. Berbeda dengan membaca, dapat langsung menuju halaman akhir, awal atau tengah.

5. Mengandung Gangguan. Seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis.¹³

Demikian beberapa pembahasan mengenai kelebihan/keunggulan dan kekurangan/kelemahan radio sebagai media penyampai pesan. Dengan demikian para pembawa pesan agar memahami betul kelebihan dan kekurangan yang ada pada radio. Setelah itu dapat mengatur strategi yang baik agar kelemahan yang ada dapat diantisipasi dengan baik. Dalam merancang strategi penyiaran harus mengkombinasikan berbagai elemen yang terdapat dalam pembauran dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing elemen tersebut.

¹² <http://keunggulan siaranradio.com/keunggulan-keunggulan- media radio>

¹³ <http://kelemahan siaranradio.com/kelemahan-kelemahan- media radio>

Pengaturan penyiaran mencakup kegiatan mengkoordinasikan elemen-elemen bauran, sehingga dapat mengembangkan program komunikasi penyiaran yang terpadu, terkontrol, dan efektif. Dengan mempertimbangkan dan mengkombinasikan instrumen dengan apik sehingga penyiaran dapat mencapai tujuan yang ditetapkan dan akhirnya dapat memaksimalkan peran radio dalam menyampaikan pesan pada masyarakat.

C. Efektivitas dakwah melalui media radio.

Media radio merupakan sarana termurah, baik pemancar maupun penerimanya dibandingkan dengan media lainnya. Selain biaya yang rendah, juga radio akses kepada pendengar yang lebih besar dan jangkauan lebih luas. Menurut Onong kekhasan yang ada pada radio adanya kekuatan radio terletak pada tingkat kecepatan dan aktualitasnya dalam memengaruhi pendengarnya.¹⁴ Ini berarti masyarakat untuk lebih banyak mengakses stasiun penyiaran pesawat radio dalam kehidupan untuk sebuah perkembangan sosial kemasyarakatan secara regional dan nasional. Radio dengan cepat dapat menyajikan gejala dari situasi lebih serius yang akan muncul, perkembangan situasi hingga akibat serta respons yang muncul dari peristiwa yang terjadi. Seorang yang melakukan business agar lebih efisien karena dengan SDM-nya yang sangat terbatas, yang tidak mungkin menjangkau berbagai sudut tempat peran paling besar dalam suplai pemberitaan peristiwa yang terjadi adalah melalui radio.

Radio bersifat sangat praktis baik dari sisi penyajian dan penerimaan, sehingga pendengar lebih mudah terlibat untuk membuat radio menjadi personal sekaligus komunal. Radio juga menjadi sarana bagi pendengar untuk menyuarakan persoalan yang mereka hadapi sehari-hari, bahkan interaksi langsung dapat terjadi dengan pendengar. Interaksi ini dapat diciptakan oleh radio dengan sangat cepat dan dengan sendirinya sudah menjadi tali pengikat bagi mereka untuk tetap loyal, tetap berperan.

Melihat penjelasan itu tentang efektifnya radio dalam menyampaikan pesan, nampaknya kegiatan dakwah perlu mengetrapkan radio sebagai kegiatan media dalam mencapai hasil misi dakwah secara maksimal. Terutama dalam memilih dan

¹⁴Onong, *Op. Cit.*, h. 5.

mempergunakan radio sebagai media yang tepat dalam situasi dan kondisi yang tepat pula.

Kegiatan dakwah dengan menggunakan media radio, tersirat dalam Al-Qur'an dalam surat An-Nahl ayat 125 yang artinya sebagai berikut:

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Kata hikmah pada ayat di atas dapat dimaknai dengan perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil. Selain itu kata hikmah yang selalu diterjemahkan dengan bijaksana itu maksudnya adalah meletakkan sesuatu sesuai dengan tempatnya dan menggunakan media sesuai dengan kondisinya. Jadi hendaknya dalam melaksanakan dakwah menurut cara, metode, dan media yang wajar sesuai dengan kondisi masyarakat. Dengan dasar kata hikmah dalam pelaksanaan dakwah diperbolehkan dan memanfaatkan potensi radio sebagai media dakwah dan memang radio memiliki pengaruh besar terhadap individu dan kelompok semakin terpercaya.

Memang radio sangat efektif dan efisien apabila dakwah ini menggunakan radio, selain radio memiliki dan mampu memperdekat jarak yang jauh, juga memiliki kegunaan yang sangat banyak manakala radio dijadikan sebagai media massa. Efektivitas media massa untuk menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat antara lain adalah:

1. Memperluas cakrawala.
2. Memusatkan perhatian.
3. Menumbuhkan aspirasi.
4. Menumbuhkan suasana membangun.
5. Mengenalkan norma-norma sosial.
6. Memberikan pendidikan.
7. Merubah sikap/prilaku.¹⁵

¹⁵Edward Depari, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1978), h. 48.

Dalam proses komunikasi media massa seperti radio mempunyai peranan yang sangat penting untuk menyampaikan informasi . Potensi media massa sebagai alat untuk memengaruhi keputusan setiap individu menjadi semakin terpercaya. Dalam kehidupan moderen dapat kita saksikan bahwa terpaan media massa begitu kuatnya yang bertujuan untuk mengatur pola-pola kehidupan manusia. Sebagai gambaran nyata pernah dilakukan oleh peserta kampanye pemuli di Amerika Serikat yang memanfaatkan media massa untuk memenangkan pemilu tersebut. Assegaff menggambarkan, sejak ditemukannya radio dan televisi digunakannya media tadi untuk kampanye pemilu di Amerika Serikat pada tahun tiga puluhan. Sehingga ada anggapan bahwa calon kontestan pemilu yang dapat menguasai media massa tadi akan keluar sebagai pemenangnya.¹⁶ Disinyalir Erni Maryani bahwa radio komunitas merupakan relasi yang menyertai memperjuangkan perubahan. Sejak awal sisahkannya UU No. 40 Th. 1999 tentang Pers dan UU N0. 32 Th. 2002 tentang Penyiaran. UU ini dianggap menjadi dasar yang lebih kuat berkaitan dengan kebijakan komunikasi yang lebih bebas dan member ruang lebih luas untuk kepentingan publik. Dengan demikian lahirnya UU di atas menjadi tonggak kebijakan dalam penyiaran yang cukup berarti bagi komunikasi yang lebih bebas dari kontrol penguasa. Semua itu tetap menjadi bagian penting yang patut disyukuri dari kesejarahan yang melatarbelakangi perkembangan media (radio) di tingkat komunitas. Seperti halnya yang dikemukakan oleh salah seorang pimpinan jaringan radio komunitas yaitu: secara politis berlakunya UU tersebut membawa perubahan baru dalam kepemimpinan desa. Di desa telah dibentuk Badan Perwakilan Desa (BPD) yang pilihannya dilakukan secara langsung oleh masyarakat memberikan dinamika politik baru di desa. Ada peluang membangun mekanisme control dari bawah walaupun sampai saat ini belum optimal, akan tetapi menjadikan ruang publik di desa lebih dinamis.¹⁷ Lebih lanjut dapat disimak penjelasan yang dikemukakan oleh salah seorang ahli yaitu

¹⁶Dja'far H. Assegaf, *Op. Cit.*, h. 72.

¹⁷ Erni Maryani, 2011, *Media Dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, (Bandung: Rosda Karya, Bandung, 2011), h. 102-103.

Everett Rogers bahwa menurut kesejarahan radio sendiri sebagai media penyiaran sudah cukup lama dan sering digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi untuk masyarakat di pedesaan atau petani dan radio mampu mengembangkan forum-forum diskusi bagi para pendengarnya. Radio-radio di dunia yang mampu mengembangkan forum-forum di kalangan petani yaitu di Canada tahun 1939, di Jepang tahun 1952, di India tahun 1957, di Pakistan dan Mali tahun 1961, di Negeria 1962, di Ghana, Madagaskar, dan Jordan tahun 1961.¹⁸

Untuk meraih efektivitas dan efisiensi radio sebagai media dakwah sebagaimana di atas akan ada kaitan erat dengan kepiawaian da'i dalam mengemas pesan-pesan yang dapat menyakinkan pendengarnya. Untuk meraih keberhasilan itu tidak lepas dari sebuah proses komunikasi yang dapat diterima oleh komunikannya. Di antara sekian banyak komunikasi yang dikatakan lebih tepat adalah komunikasi persuasif yaitu penyampaian pesan melalui radio untuk memengaruhi sikap dan perilaku orang lain melalui atau memperhatikan aspek-aspek psikologis. Yosep Ilardo mengartikan komunikasi persuasif hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku melalui aspek-aspek psikologis.¹⁹ Ronald Applebourn pengertian persuasif adalah proses komunikasi yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan cara-cara verbal dan non-verbal (sesuai kondisi psikologis) dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan tertentu dari orang lain.²⁰ Karena itu dibutuhkan seorang da'i yang memiliki kriteria-kriteria tertentu, seperti ilmu pengetahuan yang cukup dan pengalaman yang memadai atau dengan kata lain dibutuhkan seorang da'i yang memiliki kredibilitas dan daya tarik tersendiri. Melalui kriteria tersebut pesan yang disampaikan melalui radio yang dilakukan oleh da'i memiliki peran dan pengaruh yang besar terhadap diri pendengarnya setelah mereka menerima informasi dari pembicara baik secara langsung maupun tidak langsung.

¹⁸Everett Rogers, 1969, *Modernization Among Peason; The Impact of Communication*, (New York: Holt, Rinehart and Wiston Inc., 1969), h. 136.

¹⁹Yosep Ilardo, 1981, *Speaking Persuasively*, Mc. Millan, h. 4.

²⁰ Applebourn, Roland and Anatol W.E. Karl, *Strategies For Persuasive Communication*, (Bell & Howell C., Ohio 1974), h. 12.

Da'i dalam siarannya (melalui radio) akan lebih efektif dalam mempengaruhi seseorang, manakala posisinya memiliki sifat kredibilitas. Kondisi itu akan dapat mempertinggi dampak persuasif dibandingkan dengan da'i yang tidak mempunyai sifat kredibilitas yang tinggi. Ada sebuah penelitian dalam Mar'at yang sesuai dengan masalah di atas yaitu komunikasi yang diberikan oleh sumber berkredibilitas tinggi menimbulkan lebih banyak perubahan sikap dari pada oleh sumber yang berkredibilitas rendah.²¹ Demikianlah keberadaan seorang komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi, ia akan memainkan perannya yang sangat penting dalam memberikan persuasimya pada khalayak. Komunikator dalam mengubah pikiran dan tindakan melalui motif-motif komunikasi ke arah tujuan yang dikehendaki, diterima dengan senang oleh pendengarnya. Rumusan itu memberi arah bahwa kecenderungan seseorang dalam menerima pesan-pesannya akan menitik beratkan pada orientasi sumber atau persuader. Lebih-lebih bila mana persuader yang aktif dan agresif, dalam kenyataan yang tidak bisa dinafikan bahwa kehidupan sehari-hari manusia dipengaruhi karena adanya gempuran terus menerus atas pesan-pesan yang dirancang oleh persuader. Untuk ini Dedi Jamaluddin Malik memberikan penjelasan sebagai berikut: Anda hidup dalam sebuah dunia yang sarat dengan kata. Anda digempur terus oleh pesan-pesan yang dirancang untuk mempengaruhi anda. Para pemasang iklan menganjurkan agar anda membeli produk-produk mereka. Da'i menekankan perlunya mengubah cara hidup anda. Para instruktur berusaha membujuk anda untuk memilih program studi yang sesuai dengan keahliannya. Para pengusaha menjajakan kepada anda untuk memilih jasa dan produk mereka. Sebaliknya, anda juga berusaha sebisa mungkin, membentuk rekaman menanggung beban keperluan rumah tangga. Anda berusaha meyakinkan orang tua agar meminjamkan anda kendaraan keluarga. Anda juga membujuk teman kencan agar supaya bertindak sesuai dengan harapan anda.²² Ahli lain menjelaskan bahwa komunikator berkredibilitas manakala pada saat melakukan

²¹Mar'at, *Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya*, (Jakarta: Ghia Indonesia, 1998), h. 458.

²²Dedi Jamaluddin Malik dan Yasel Iriyanta, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung: Rosyda Karya, Bandung, 1994), h. 5.

komunikasi untuk mempengaruhi masyarakat; komunikator secara teknis harus memiliki keahlian, kepercayaan, kecerdasan, dan pengalaman, serta kejujuran, dinamis atau keadilan. Menurut David Kruch bahwa komunikator yang kredibilitasnya tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh perubahan sikap penerima dari pada komunikator yang berkredibttas rendah.²³

Selain itu juga dibutuhkan adanya daya tarik komunikator/da'i, daya tarik itu akan sangat memengaruhi keberhasilan komunikasi. Semakin besar daya tarik komunikator dalam siaran dakwah di radio, akan besar kecenderungan orang mudah menerima pesan. Unsur-unsur yang mempengaruhi daya tarik komunikator terdiri dari kesamaan karakteristik personal, tekanan emosional, harga diri yang rendah dan isolasi sosial. Unsur lainnya yang mempengaruhi daya tarik adalah daya tarik fisik, ganjaran (reward), familiarity, kedekatan (proximity) dan kemampuan (competence). Lebih lanjut unsur yang tidak kalah penting adalah kemampuan da'i/komunikator menimbulkan ketundukan; karena ia memiliki sumber daya yang sangat penting (critical resources), seperti: keunggulan akhlak, kekuasaan, keahlian, sumber informasi, dan menjadi kerangka rujukan.²⁴

Suatu prinsip yang harus dipegangi bahwa seorang da'i dapat memulai dakwahnya dengan menegaskan bahwa ia seperti mad'unya atau pendengarnya yaitu menginginkan adanya peningkatan rasa keimanan masa depan yang lebih cerah atau memiliki kesempatan untuk lebih dekat atau taqarrub kepada Allah SWT dengan sebaik-baiknya. Keinginan itu akan terwujud memang terletak pada kesaksesan atau tidaknya suatu dakwah yang disiarkan di radio oleh seorang da'i yang memiliki kredibilitas tertentu. Da'i semacam itu merupakan unsur utama dan pertama atas sukses atau tidaknya usaha kegiatan pembentukan atau perbaikan kehidupan masyarakat.

Di atas sudah dijelaskan bahwa seorang da'i berdakwah di radio harus memiliki sifat kredibilitas dan daya tarik tersendiri agar siaran radionya memiliki pengaruh signifikan terhadap pendengarnya. Dengan kata lain bahwa sifat kredibilitas dan daya

²³Krech, David, Cruthfield, Richard, *Individual In Society, A Text Book of Social Psychology*, (Tokyo: MC. Grow Hill Kogokusha LTD, 1962), h. 231.

²⁴Downloads, www.google.com, [Kredibilitas Da'i Dalam Penyiaran Radio](#), Tanggal 15 September 2011).

tarik da'i dalam menyiarkan pesannya pada stasiun radio akan berpengaruh terhadap seluruh lapisan masyarakat. Melalui da'i yang memiliki sifat-sifat tadi (kredibel) para anggota masyarakat/audien diarahkan untuk memiliki taraf kehidupan yang lebih baik. Kondisi ini akan mengarah pada kehidupan yang Islami yaitu kehidupan yang didasarkan ajaran Islam rukun, damai, bahagia, harmonis, dan serasi serta membawa kemaslahatan dunia dan akhirat. Kehidupan akan dijalani dengan niat dan tekad yang ikhlas, utuh, dan penuh tanggung jawab dan kedudukan rumah tangga yang penuh rasa mawaddah wa rahmah (kasih sayang) dan penuh keberkahan.

Niat dengan ketulusan seorang da'i melalui siaran radio akan selalu memiliki peran memberikan bimbingan pada semua lapisan masyarakat untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam. Masing-masing dalam masyarakat menyadari akan adanya hak dan kewajibannya. Melalui kesadarannya mereka akan memperhatikan dan memenuhi kewajibannya dengan baik sebelum mereka mengharapkan hak-haknya terpenuhi dengan baik pula. Kondisi ini akan membentuk suatu keluarga dalam masyarakat yang terhindar dari siksa api neraka. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat At Tahrim ayat 6 yang artinya sebagai berikut:

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan"*.

Melalui kesadaran yang dimiliki masing-masing individu dalam keluarga akan terealisasi hak dan kewajibannya secaraimbang, saling menghormati antara sesama dan memperoleh keselamatan serta kesejahteraan rumah tangga. Firman Allah SWT dalam al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 228 yang artinya:

Artinya: *"Wanita-wanita yang ditalak hendaklah menahan diri (menunggu) tiga kali quru/haidh tidak boleh mereka menyembunyikan apa yang diciptakan Allah dalam rahimnya, jika mereka beriman kepada Allah dan hari akhirat. Dan suami-suaminya berhak merujukinya dalam masa menanti itu, jika mereka (para suami) menghendaki ishlah. dan para wanita*

mempunyai hak yang seimbang dengan kewajibannya menurut cara yang ma'ruf akan tetapi para suami, mempunyai satu tingkatan kelebihan daripada isterinya dan Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana."

Manakala dalam rumah tangga antara suami dan istri sudah dapat saling menjaga diri, berarti kehidupan keluarga saling menjaga amanah, memperlakukan satu sama lainnya dengan hormat, dan menjaga kehormatan mereka masing-masing. Firman Allah SWT dalam al-Qur'an Surat An-Nisa', ayat 34 yang Artinya yaitu:

Artinya: "Kaum laki-laki itu adalah pemimpin bagi kaum wanita, oleh karena Allah telah melebihkan sebahagian mereka (laki-laki) atas sebahagian yang lain (wanita), dan karena mereka (laki-laki) telah menafkahkan sebagian dari harta mereka. Sebab itu maka wanita yang salehah, ialah yang taat kepada Allah lagi memelihara diri ketika suaminya tidak ada, oleh karena Allah telah memelihara (mereka). Wanita-wanita yang kamu khawatirkan nusyuznya/meninggalkan kewajiban, maka nasehatilah mereka dan pisahkanlah mereka di tempat tidur mereka, dan pukullah mereka. Kemudian jika mereka mentaatimu, maka janganlah kamu mencari-cari jalan untuk menyusahkannya. Sesungguhnya Allah Maha Tinggi lagi Maha besar."

Seorang laki-laki yang sudah melakukan perkawinan dengan seorang wanita, ia dianggap telah mampu untuk menghidupi istrinya. Dengan demikian seorang laki-laki/suami mempunyai kewajiban memberi nafkah lahir batin pada istrinya. Perintah itu disebutkan dalam al-Qur'an bahwa seorang bapak berkewajiban memberi makan dan pakaian pada ibu dengan cara ma'ruf, seseorang tidak dibebani melainkan menurut kemampuannya. Selanjutnya suami berkewajiban untuk melindungi anak dan istrinya dari ancaman, serta suami wajib untuk tidak membuka rahasia-rahasia keluarga pada orang lain yang tidak bertanggung jawab, maka terbentuklah keluarga sakinah

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi karakteristik kekuatan radio siaran sebagai media dakwah tersebut adalah :

Pertama, Daya Langsung. Daya langsung radio siaran berkaitan dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan pada pendengarnya yang relatif cepat. Selanjutnya kita juga dapat melihat perbandingan daya langsung radio siaran dengan media

cetak. Suatu pesan dakwah yang disampaikan melalui media cetak membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Sedangkan dalam radio siaran, pesan dakwah sudah dapat dikoreksi dan dicek kebenarannya, serta dapat langsung dibacakan, bahkan radio siaran dapat langsung menyiarkan suatu peristiwa yang tengah berlangsung melalui siaran reportase atau siaran pandangan mata. Dengan demikian dapat dikatakan, bahwa radio siaran seharusnya lebih aktual ketimbang surat kabar. Demikian juga dalam proses penyampaian pesan dakwah melalui radio.

Kedua, Daya Tembus. Faktor lain yang menyebabkan radio dianggap memiliki kekuatan kelima ialah daya tembus radio siaran, dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan. Gunung-gunung, lembah-lembah, padang pasir, rawa-rawa maupun lautan dapat ditembus oleh siaran radio. Kekuatan daya tembus inilah yang menyebabkan radio siaran memiliki peran penting bagi rakyat Indonesia.

Ketiga, Daya Tarik. Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuatan ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yakni : musik, kata-kata, dan efek suara.²⁵

Selain beberapa kekuatan tersebut, juga ada beberapa karakteristik radio yang harus diperhatikan ketika akan melaksanakan dakwah melalui radio, diantaranya:

1. Auditori. Radio adalah “suara”, untuk didengar, karena itu isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin menoleh ke belakang sebagaimana membaca koran diulang lagi membacanya.
2. Transmisi. Proses penyebarluasannya melalui pemancar (transmisi).
3. Mengandung Gangguan. Seperti timbul-tenggelam (fading) dan gangguan tentang pelaksanaan teknis “channel noise factor”.
4. Theatre of Mind. Radio menciptakan gambar (makes picture) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan

²⁵ Downloads, www.geogle.com, Karakteristik kekuatan Dalam Penyiaran Radio, Tanggal 15 Desember 2015.

kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiar sendiri.

5. Identik dengan Musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media untuk mendengarkan musik.²⁶

Adanya karakteristik radio di atas, seorang da'i harus mampu merencanakan komunikasi pemasaran terpadu. Pesan-pesan da'i sudah harus termuat dalam perencanaan pemasaran yaitu suatu dokumen tertulis yang menjelaskan keseluruhan strategi pemasaran dan program yang dirancang untuk kepentingan masyarakat. Secara umum perencanaan pesan da'i yang disiarkan melalui radio setidaknya ada beberapa elemen yaitu: analisis situasi, memberikan arahan tahapan kerja, seleksi pasar sasaran, penentuan tugas, dan proses monitoring.

Khalayak penerima pesan dari siaran radio adalah khalayak umum yang memiliki sifat dan karakter yang heterogen. Oleh karenanya harus dipilih pesan yang cocok dengan kondisi masyarakat tertentu. Da'i harus memilih satu atau beberapa pesan yang memiliki karakter penerima pesannya. Dengan memahami siapa audiennya, maka seorang da'i dapat menentukan cara untuk menjangkaunya dan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat pendengarnya.

D. Penutup

Dalam sebuah proses komunikasi, pesan yang diterima audiens (komunikan) bukan hanya ditentukan oleh isi pesan (content) saja, melainkan yang terpenting di antaranya adalah komunikator (da'i, pembicara, penyampai, komunikator, decoder)-nya. Komunikator pada hakikatnya tidak hanya mengkomunikasikan sebuah pesan, tetapi dirinya sendiri adalah pesan itu sendiri. Demikianpula komunikator/pembicara pada radio akan dinilai oleh pendengarnya, hasil penilaian orang lain tentang diri pembicara itu dijadikan dasar mereka untuk menerima informasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

²⁶ Downloads, www.google.com, [Karakteristik](#) Dalam Penyiaran Radio, Tanggal 19 September 2015.

Kepercayaan dapat dibangun dari berbagai hal yaitu pengamatan langsung terhadap komunikator dan informasi-informasi dari luar seperti teman, sahabat, orangtua, media massa, dan lain-lain. Berapa pun banyaknya informasi yang dimiliki seseorang, ia akan dinilai kurang bagus manakala pembicaraannya terbata-bata dengan sistematika yang kacau, dengan penyampaian yang membosankan. Kondisi ini dimanfaatkan oleh pendengar dijadikan dasar penilaian bahwa komunikator dikatakan memiliki kekuatan untuk menanamkan kekaguman sehingga seluruh perilakunya diteladani dan dapat menyebabkan pengikut-pengikutnya meniru tingkah-lakunya.

Daftar Pustaka

- Applebourn L. Ronald and Anatol W.E. Karl, 1974, *Strategies For Persuasive Communication*, Bell & Howell C., Ohio.
- Arief S. Sadiman, dkk. 2012, *Radio dan Media Teknologi Sebagai Media Pendidikan; Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Assegaff, Ja'far H, 1982, *Hubungan Masyarakat Dalam Praktek*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2006, *Sosiologi Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Depag. RI, 1993, *Al-Qura'an dan Terjemahnya*, Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir, Jakarta.
- Depari, Erward, 1978, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Downloads, www.google.com *Kredibilitas Da'i Dalam Penyiaran Radio*, Tanggal 15 September 2011.
- Downloads, www.google.com, *Karakteristikkekuatan* Dalam Penyiaran Radio, Tanggal 15 Desember 2015).
- Downloads, www.google.com, *Karakteristik* Dalam Penyiaran Radio, Tanggal 19 September 2015).
- Effendy, Onong, 1983, *Human Relation dan Publik Relations Dalam Menejemen*, PT Alumni, Bandung.
- Eni Maryani, 2011, *Media Dan Perubahan Sosial Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*, Penerbit Rosda Karya, Bandung.

- Everett M. Roger, 1969, *Modernization Among Peason; The Impact of Communication*, Holt, Rinehart and Wiston Inc., New York.
- Krech, David, Cruthfield, Richard, 1962, *Individual In Society, A Text Book of Social Psycology*, MC. Grow Hill Kogokusha LTD, Tokiyo.
- Malik, Deddy Djamaluddin dan Yasel Iriyanta, 1994, *Komunikasi Persuasif*, Rosyda Karya, Bandung.
- Mar'at, 1982, *Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Morrison, 2014, *Periklanan Radio-Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Penerbit Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.
- Nasor, 1993, *Ilmu Jurnalistik I*, Percetakan Gunung Pesagi, Bandar Lampung.
- Nazaruddin, 1974, *Pers, Radio, Film, dan Televisi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Yosep Ilardo, 1981, *Speaking Persuasively*, Mc. Millan

*Prof. Dr. H. M. NasorM.Si adalah Guru Besar Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.