

**STRATEGI DAKWAH RADIO MESRA FM DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENDENGARKAN DAKWAH DI
KOTA PAREPARE**



Oleh

**HALIMA
NIM: 14.3300.006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

2019

**STRATEGI DAKWAH RADIO MESRA FM DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENDENGARKAN DAKWAH DI
KOTA PAREPARE**



2019

**STRATEGI DAKWAH RADIO MESRA FM DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENDENGARKAN DAKWAH
DI KOTA PAREPARE**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S. Sos.)

Program Studi
Manajemen Dakwah

Disusun dan Diajukan Oleh

HALIMA
NIM. 14.3300.006

Kepada

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Halima
 Judul Skripsi : Strategi Dakwah Radio Mesra FM dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare
 Nomor Induk Mahasiswa : 14.3300.006
 Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Program Studi : Manajemen Dakwah
 Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua Jurusan, STAIN Parepare
 B-754/Sti.08/KP.01.1/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Zulfah, M. Pd.
 NIP : 19830420 200801 2 010
 Pembimbing Pendamping : Dr. A. Nurkidam, M. Hum
 NIP : 19641231 199203 1 045

()
 (.....)
 ()
 (.....)

Mengetahui:

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Dekan


 Dr. H. Abd. Halim K, M.A.
 NIP. 19590624 199803 1 001

SKRIPSI

STRATEGI DAKWAH RADIO MESRA FM DALAM MINAT
MENDENGARKAN DAKWAH DI KOTA PAREPARE

Disusun dan diajukan oleh

HALIMA
14.3300.006

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah

Pada tanggal 24/ Januari /2020. Dan dinyatakan

Telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

PembimbingUtama : Dr. Zulfah, M. Pd.

NIP : 19830420 200801 2 010

PembimbingPendamping: Dr. A. Nurkidam, M. Hum

NIP : 19641231 199203 1 045


 (.....)


 (.....)
Institut Agama Islam Negeri Parepare
RektorDr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP: 19640427 198703 1 002Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
DekanDr. H. Abd. Halim K., M.A.
NIP 19590624 199803 1 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Halima
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Radio Mesra FM dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare
NIM : 14.3300.006
Fakultas : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Manajemen Dakwah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua Jurusan, STAIN Parepare B-754/Sti.08/KP.01.1/10/2017
Tanggal Kelulusan : 08 Agustus 2018

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Dr. Zulfah, M. Pd. (Pembimbing I) (.....)

Dr. A. Nurkidam, M. Hum (Pembimbing II) (.....)

Muh. Jufri, M. Ag (Penguji I) (.....)

Dr. Iskandar, S. Ag. M. Sos. I (Penguji II) (.....)

Mengetahui:



Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor: ↑

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah swt., yang maha pengasih lagi maha penyayang atas limpahan rahm hidayah, dan inaya-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Dakwah Radio Mesra FM dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare”** salam serta sholawat senantiasa tercurahkan atas junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah diutus oleh Allah swt., sebagai rahmatan lil aalamiin.

Dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai hambatan. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari pihak-pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang memperlancar jalannya penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan Penulis juga telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari ibu Dr. Zulfah, M.pd selaku pembimbing utama dan bapak Drs. A. Nurkidam, M. Hum selaku pembimbing pendamping bagi penulis, terimah kasih atas segala bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Sekali lagi dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si beserta seluruh jajarannya. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare, Bapak Dr. H. Abd. Halim K., M. A , dan Ketua Penanggung Jawab Program Studi Manajemen Dakwah (MD) Ibu Nurhikmah, M. Sos. I. Bapak/Ibu Dosen dan Staf pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah

mengarahkan, mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang begitu bermanfaat untuk masa depan penulis.

Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini. Terutama pihak luar yang membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, yakni lembaga Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPEDA) Kabupaten Pinrang, dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Dewan Komisaris H. Ahmad Pabbaja dan H. Mahmud, direktur penanggung jawab Drs. Abd. Malik Samar, direktur marketing Muh. Sabir Umar, dan Dhimas Akbar selaku penyiar radio mesra FM, beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Sosial (S.Sos.)

Penghargaan dan terimah kasih, terutama kepada kedua orang tua penulis, yang selama ini, rela mengorbankan segala yang penulis butuhkan dalam menuntut ilmu pengetahuan dari SD sampai penulis selesai di perguruan tinggi. Begitu juga kepada suami tercinta penulis ucapkan terimah kasih atas selama ini telah memberikan semangat serta dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sahabat-sahabat penulis yang begitu banyak memberikan bantuan dan alur pemikirannya masing-masing, orang terdekat penulis antara lain, yaitu :Muliana dan

Ratnawati yang begitu banyak membantu penulis dalam menjalani studi di IAIN Parepare. Teman-teman penulis yang begitu banyak membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan strata satu di IAIN Parepare, utamanya teman kelas saya di Manajemen Dakwah khususnya Muliana, Ratnawati, Astriana Ramadhani Irwan, Fitriana, Syahriani sahar, Yuliana Ibrahim, Ayu Afrianty, Irmayani, Rasmiati dan Monalisa.

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan yang telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Semoga Allah Subhana wata'ala selalu melindungi dan meridhoi langkah kita sekarang dan selamanya. Amin

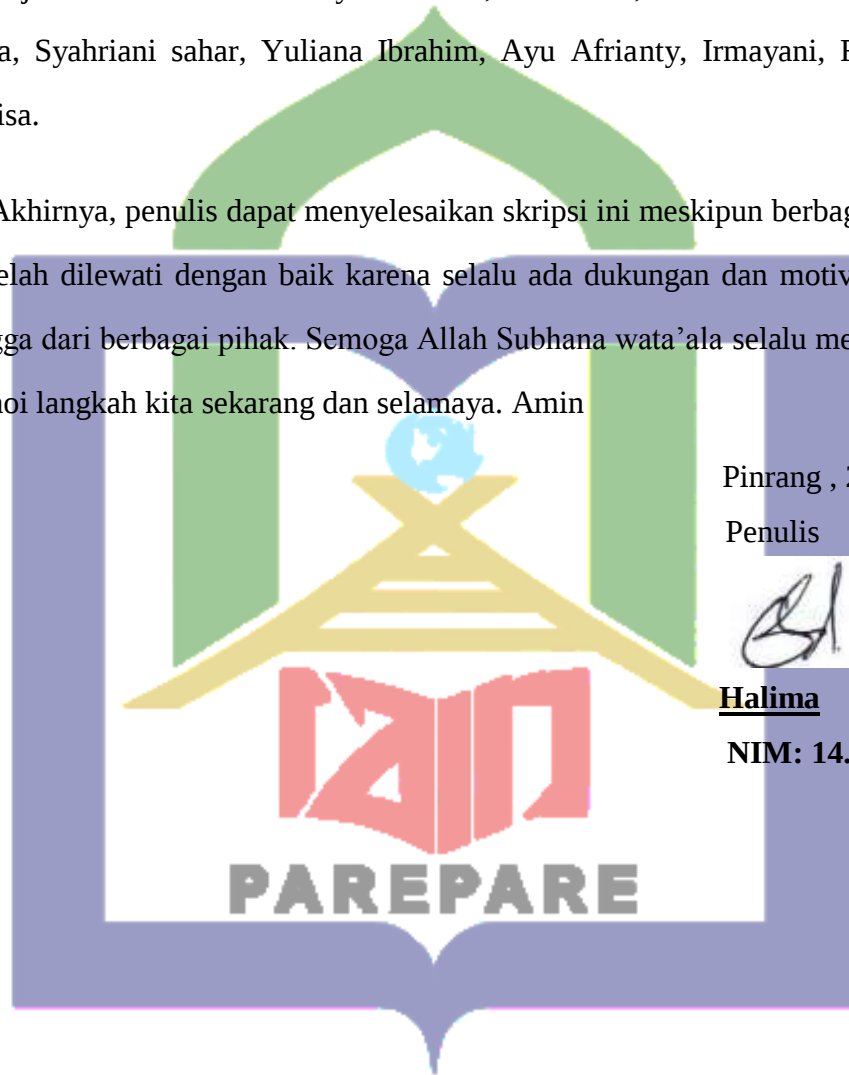
Pinrang , 28 juni 2019

Penulis



Halima

NIM: 14.3300.006



ABSTRAK

Halima, *Strategi Manajemen Radio Mesra Fm Dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah Di Kota Parepare* (dibimbing oleh Zulfah dan A. Nurkidam).

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah strategi dakwah dalam meningkatkan minat masyarakat mendengarkan radio mesra FM di kota Parepare dengan sub masalah yaitu bagaimana strategi radio mesra dalam menarik minat dakwah di kota parepare, bagaimana minat masyarakat kota parepare terhadap dakwah radio mesra FM, dan bagaimana evaluasi hasil kerja radio mesra FM.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan deskriptif berupa kata-kata, tertulis, atau lisan orang lain, dan perilaku yang diamati. Lalu penulis menganalisis data tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh radio mesra FM dalam meningkatkan mutu siaran menggunakan Strategi dalam mempertahankan pendengarnya tidak hanya terbatas pada siaran on air tetapi radio mesra menggunakan platfrom digital seperti *live streaming* media sosial, semisalnya *facebook*, *youtube* dan *streaming website* yang tidak sekedar mendengarkan siaran radio tapi ada konten lain. Radio Mesra FM juga menggunakan strategi yaitu strategi kesesuaian dengan melakukan apa yang disiarkan oleh radio dan keinginan pendengar, strategi pembentukan kebiasaan dengan cara penyusunan program rutin setiap harinya, strategi penyimpangan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa.

Impilikasi dari penelitian ini adalah strategi di dalam setiap lembaga sangat dibutuhkan, termaksud lembaga penyiaran. Terlebih lagi strategi ini penting demi meningkatkan taraf dan kualitas radio agar bisa menarik minat dari pemasang iklan meski radio mesra telah mendapatkan banyak pendengar karena merupakan radio sejarah dan radio pertama di Kota Parepare, tetapi akan lebih baik jika dlakukan survey secara akurat diterapkan sehingga format siaran dan standar mutu radio mesra FM kedepannya lebih berkembang dan berjalan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Kata kunci : Manajemen Dakwah, Strategi Manajemen, Radio MESRA FM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halima

Nim : 14.3300.006

Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 17 Agustus 1996

Program studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul skripsi : Strategi Dakwah Radio Mesra FM dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang telah saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri bukan karna pengambilan dari tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di hari kemudian terbukti bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 1 Januari 2020

Yang menyatakan



Halima

NIM: 14.3300.006

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan penelitian terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan Teoritis.....	13
2.3 Tinjauan Konseptual.....	19
2.4 Kerangka Pikir.....	41
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	42

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.3 Fokus Penelitian.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Observasi.....	43
3.5.3 Dokumentasi.....	44
3.4 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Strategi manajemen radio mesra FM dalam menarik minat mendengarkan dakwah Kota Parepare.....	46
4.2 Minat masyarakat kota Parepare terhadap dakwah Radio Mesra FM.....	51
4.3 Evaluasi Hasil Kerja Radio Mesra FM.....	55
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63
BIOGRAFI PENULIS	



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
2.1	Diagram Matris SWOT	16
2.2	Bagan Kerangka Pikir	40



DAFTAR GAMBAR

No. Tabel	Nama Gambar	Halaman
2.1	Manajemen strategik	22
4.1	Struktur organisasi Radio Mesra FM Kota Parepare	47
4.2	Program keagamaan Radio Mesra FM	49
4.3	Menu Acara Radio Mesra FM	55



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran
1	Pedoman Wawancara
2	Surat izin meneliti dari kampus
3	Surat izin dari pemerintah Kota parepare
4	Surat selesai meneliti dari Radio Mesra FM
5	Surat Keterangan Wawancara
6	Dokumentasi
7	Biografi



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dakwah di jalan Allah merupakan kebutuhan pokok manusia, tanpa dakwah manusia akan tersesat, jauh dari tujuan yang diinginkan Allah swt. Karena dakwah bertujuan mengajak manusia untuk berbuat kebaikan dan menjauhi segala keburukan yang dilarang oleh Allah swt., beratnya dakwah jika yang dihadapi adalah orang-orang yang tidak mau menerima kebenaran, tidak mau diajak kepada kebaikan, lebih dari itu ia menyerang dan memusuhi. Setiap disampaikan kepada mereka ajaran Allah, mereka menolaknya dengan segala cara, entah dengan menutup telinga, menutup mata, atau mencari alasan dan lain sebagainya.

Islam merupakan agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah, bahkan maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Di dalam Al-Qur'an, Allah swt., mengulang-ulang seruan untuk bertakwah dan menjauhi jalan-jalan setan. Akan tetapi manusia tetap saja terlena dengan panggilan hawa nafsu. Terpedaya dengan indahnya dunia sehingga lupa kepada akhirat.

Faktor yang dapat menghambat pertumbuhan dakwah di zaman era globalisasi diantaranya, problematika internal aktivis dakwah dan problematika eksternal aktivitis dakwah. Problematika internal merupakan problem terberat bagi jamaah dakwah, karena problem ini yang sering dijumpai dalam jamaah dakwah seperti gejala kejiwaan, ketidak seimbangan aktivitas, latar belakang dan masa lalu, penyusaian diri, dan friksi internal. Sedangkan problematika eksternal dakwah

meliput problematika spritual dan kultural, problematika moral,dan problematika sistemik.

Perkembangan zaman saat ini, semakin tampak dalam praktek bahwa ilmu pengetahuan dan teknologi sedang menguasai umat manusia, berbagai informasi bisa kita dapat dengan cepat dengan cara yang begitu mudah dan hal itu tidak dapat dibendung lagi. Sebagai ummat Islam harus dapat memilah dan penyaring informasi sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.¹

Problematika umat dalam era globalisasi saat ini sangat kompleks, oleh karenanya peningkatan mutu dan kualitas dakwah perlu segera ditingkatkan dengan upaya-upaya yang komprehensif, dengan tidak memandang golongan atau aliran. Peningkatan mutu ummat tidak dapat dilakukan oleh seseorang secara personal, akan tetapi itu merupakan tanggung jawab bersama.

Tatanan masyarakat yang semakin kompleks dan pertumbuhan semakin pesat, sebagai dampak dari kemajuan ilmu dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informatika menuntut adanya pembinaan keagamaan sebagai pondasi kehidupan melalui media elektronik berupa siaran keagamaan yang lebih bermutu dan professional sesuai dengan tuntunan era globalisasi.²

Tuntunan era globalisasi menuntut kita lebih cerdas untuk melakukan kegiatan dakwah. Dakwah itu sendiri dimulai pada zaman Nabi Muhammad Saw dan setelah beliau wafat kewajiban berdakwah harus dilanjutkan oleh pengikutnya.

Demikian pula kewajiban berdakwah bagi setiap muslim ditegaskan Allah Swt melalui Q.S Al- Imran/3:110 yang berbunyi:

¹Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2003) h. 4

²Ahmad Buwaethy, *Dakwah dan Media Elektronik*, (<http://bimasislam.depag.go.id>, Diakses, 15 Februari 2018)

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ
الْفَاسِقُونَ ﴿١٤٠﴾

Terjemahannya :

Kamu (umat Islam) adalah umat yang terbaik dilahirkan untuk manusia, (karena kamu), menyeruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari mungkar , dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Diantara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang fasik.³

Dari ayat tersebut tersirat makna bahwa pada hakikatnya dakwah islamiyah mengandung arti suatu konsepsi lengkap yang mencakup segala macam cara dan teknik serta ilmu pengetahuan dalam rangka menyampaikan, menerangkan, dan menjelaskan segala petunjuk hidup dan kehidupan bagi umat manusia.

Hadis tersebut terbentuk dari kalimat berita. Namun, di dalamnya terkandung arti “perintah”. Ini sesuai dengan kaidah ushul fiqh yang mengatakan bahwa “setiap perbuatan yang dipuji syariat, diagungkan nilainya, atau karena perbuatan tadi sang pelaku mendapat pujian dan kegembiraan, atau menyenangkan perbuatan itu sekaligus pelakunya, maka perbuatan itu diperintahkan dan setiap perintah artinya wajib.

Akses terhadap media pada akhirnya menjadi kekuatan bagi siapapun yang membutuhkan dukungan massa untuk berbagai kepentingan. Berbagai fakta aktual menunjukkan bahwa media tidak lagi menjadi faktor pelengkap melainkan faktor determinan (faktor yang menentukan) dalam kehidupan sosial, politik, ekonomi, budaya, dan kehidupan keagamaan. Oleh karena itu, di tengah maraknya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi inilah kegiatan dakwah kemudian

³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta : Pustaka Assalam, 2010,) h. 80

mengambil bagian dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang ada untuk melakukan desiminasi pesan-pesan ketuhanan.⁴

Seiring dengan perkembangan zaman maka dakwah juga harus mengalami perkembangan dan perubahan. Radio menjadi salah satu media dakwah yang memiliki peran penting di tengah-tengah masyarakat. Meskipun teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat, radio masih tetap menjadi sebuah media komunikasi yang sangat populer, radio menyertai kita di mana dan kapan pun.

Ada beberapa faktor mengapa radio menjadi begitu populer dikalangan masyarakat. *Pertama*, Harga radio yang murah dan terjangkau oleh hampir semua kalangan masyarakat. *Kedua*, Radio bisa di bawah kemana-mana. *Ketiga*, jangkauan transmisi yang cepat dan luas, dan yang terakhir, memungkinkan adanya dialog interaktif antara penyiar dan pendengar. Dengan faktor-faktor di atas, hampir seluruh lapisan masyarakat termasuk yang tinggal di daerah terpencil dapat mendengar radio.⁵

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan peserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan *audience-nya* . Radio merupakan media komunikasi massa periodik yang memiliki kemampuan menjangkau khlayak yang luas dalam waktu bersamaan, dengan hal ini radio memiliki potensi yang besar dalam menyebar luaskan informasi. Rangkaian acara yang menarik di formulasikan kedalam program yang meliputi waktu pagi, siang, dan malam, program tersebut merupakan suatu rangkaian yang dikemas dalam satu format.

⁴Mohd. Suhaimi, “Islam and Media” *Asian Social Sciense Journal*, Vol. No 7, June 2012, h. 263

⁵Din Wahid dan Jamhari Makruf, *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*, (Ciputat: PT. Kharisma Putra Utama, 2017) ,h. 2

Radio merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para pendakwah untuk menyampaikan dakwah yang signifikan dalam menyampaikan nilai-nilai islam untuk membentuk karakter dan kepribadian muslim sejati sesuai dengan tuntunan sunnah Rasulullah SAW, Al-Qur'an, dan hadis. Keberadaan sebuah radio yang menyiarkan siaran berbasis islami menjadi sangat penting mengingat Islam harus menyebar luaskan dan menyampaikan kebenaran merupakan suatu kewajiban dan tanggung jawab umat islam secara keseluruhan.

Radio Mesra FM salah satu radio di Kota Parepare, yang mengemas secara khusus keselarasan antara dakwah dan informasi tanpa meninggikan fungsi radio sebagai media hiburan, yang disajikan dengan kesejukan dalam tutur kata. Keunikan inilah yang telah membuat Radio Mesra FM menjadi referensi, barometer, dan cara hidup bagi masyarakat pendengar yang loyal., yaitu “ keluarga muslim yang dinamis, modern namun tetap berpegang kepada nilai-nilai religious dengan toleransi tinggi”.

Berdasarkan latar belakang di atas menarik untuk di teliti ‘**Strategi Dakwah Radio Mesra FM dalam Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare** adalah peneliti ingin mengetahui strategi dakwah yang digunakan radio Mesra FM dalam melakukan kegiatan dakwah di tengah arus globalisasi masa kini, apakah dalam strategi dakwah yang disiarkan memberikan pengaruh kepada masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang diuraikan di atas , maka pokok masalah dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana strategi dakwah radio mesra fm dalam menarik minat dakwah di Kota Parepare?

- 1.2.2 Bagaimana minat masyarakat Kota Parepare terhadap dakwah Radio Mesra FM?
- 1.2.3 Bagaimana evaluasi hasil kerja Radio Mesra FM?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui strategi dakwah radio mesra fm dalam menarik minat dakwah di Kota Parepare
- 1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat Kota Parepare terhadap dakwah Radio Mesra FM.
- 1.3.3 Untuk mengetahui evaluasi hasil kerja Radio Mesra FM

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan member sumbangan ilmiah berupa informasi terhadap para juru dakwah dalam pengembangan strategi dakwah yang harus dilakukan dalam upaya dakwah yang efektif dan berhasil, khususnya dakwah media radio.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi untuk jurusan Dakwah dan Komunikasi khusus program studi Manajemen Dakwah (MD), agar dapat dijadikan literature keilmuan mahasiswa dalam mengembangkan dakwah melalui media radio.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Siska Fitriah pada tahun 2014 melakukan penelitian yang untuk mengetahui strategi komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore *On Air* dan untuk mengetahui konsep Dakwah Radio 95,5 RASfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore *On Air*. Judul Penelitian “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASFM Jakarta pada Program Cahaya Sore Pesantren On Air*. Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah konsep Dakwah pada Program Cahaya Sore Pesantren *On Air* yaitu adanya da’i , adanya mad’u dan adanya media yang membantu memaksimalkan dakwah agar sampai kepada pendengar secara efektif dan strategi Komunikasi Dakwah Cahaya Sore Pesantren *On Air* yaitu membahas isi kitab Bhulughul Maram dengan metode penjelasan Narasumber yang disampaikan oleh KH. Cholil Nafis lalu dibuka kesempatan bagi pendengar untuk bertanya dengan cara mengirimkan sms atau *On Air* langsung.⁶

Dwi Aryanti pada tahun 2014 melakukan penelitian yang untuk mengetahui strategi dakwah radio UQI 107,5 FM dalam meningkatkan nilai-nilai akhlak masyarakat sekitar di Pondok Pesantren Ummul Qura Al-Islam dan mengapa radio UQI 107,5 FM melakukan dakwah untuk masyarakat sekitar. Judul Penelitian “*Strategi Dakwah Islam Radio Komunitas Santri (Studi Kasus Pondok Ummul Qura Al-Islami Bogor-Jawa Barat)*”. Metode Penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah strategi yang diberlakukan

⁶Siska Fitriah “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASFM Jakarta pada Program Cahaya Sore Pesantren On Air*” . (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014).

oleh tim radio UQI 107,5 FM termasuk kedalam kategori, diantaranya: meningkatkan kualitas penyiar Radio UQI 107,5 FM dengan memilih para penyiar yang dapat memenuhi kriteria yang telah ditentukan, meningkatkan program acara, program yang disajikan tentunya adalah program-program pilihan yang dikemas secara menarik, memiliki unsur dakwah yang mendidik, informatif, inovatif dan menghibur. Adapun jawaban dari studi kasus yang dibahas dalam penelitian ini mengenai fenomena apa yang terjadi lingkungan masyarakat sekitar pondok Pesantren Ummul Qura Al-Islam mayoritas tergolong dari kalangan masyarakat yang minim akan pengetahuan agama, selain itu para pemuda pemudi di sekitarnya juga sering menghabiskan waktunya diluar rumah, daripada memperdalam ilmu agama, maka dengan adanya radio UQI 107,5 FM ini dapat menjawab masalah yang melanda masyarakat sekitar pondok dan dapat menjadi media alternatif dalam penyampaian pesan dakwah yang efektif.⁷

Rafika Hidayat pada tahun 2017 melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui format siaran kegunaan Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi, standar mutu siaran keagamaan Radio Syiar Fakultas dakwah dan Komunikasi dalam merumuskan format siaran keagamaan, dan bagaimana tanggapan pendengar terhadap mutu siaran keagamaan pada radio Syiar Fakultas dakwah dan Komunikasi. Judul Penelitian “Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan”. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Dengan hasil penelitian, strategi yang selama ini telah dilakukan oleh pihak Radio Syiar dalam meningkatkan mutu siaran yaitu melakukan

⁷ Dwi Aryanti, “*Strategi Dakwah Islam Radio Komunitas Santri (Studi Kasus Pondok Pesantren Ummul Qura Al-Islami Bogor-Jawa barat)*”. Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014).

perumusan format program siaran sebelum disiarkan. Dalam proses perumusannya, Radio Syiar juga melakukan survei dalam bentuk kecil-kecilan. Cara survei yang digunakan lebih kepada membaca literatur dan mengenali audiens dengan melihat siapa saja yang berpartisipasi pada jalur interaktif Radio.⁸

Rasdiana pada tahun 2014 melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui deskripsi forma siaran radio dan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah dalam format siaran program religi mimbar Agama Islam Radio Suara As'adiyah FM Sengkang, dengan judul penelitian "*Strategi Komunikasi Dakwah Radio Suara As'adiyah FM Sengkang (Telaah Forma Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)*" yang menggunakan metode penelitian yaitu pendekatan kualitatif dengan analisis data secara induktif. Hasil penelitiannya yaitu Radio Suara As'adiyah FM Sengkang, dalam strategi menyampaikan dakwahnya cara pelaksanaannya menggunakan metode *canalizing* dimana mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang dikehendaki. Kemudian dalam strategi komunikasi dalam bentuk isinya, dalam proses siaran berlangsung, pendekatan persuasif dan pendekatan informatif yang sering digunakan.⁹

M. Rizki Majistra Abdi pada Tahun 2016 melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang di terakan Radio KITA untuk memperoleh pendengar, dengan Judul Penelitian "*Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)*". Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif yaitu

⁸ Rafika Hidayat, "*Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah Dan Komunikasi dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan*". Skripsi--UIN Alauddin, Makassar.2017

⁹Rasdiana, "*Strategi Komunikasi Dakwah di Radio Suara As'adiyah FM Sengkang(Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)*". Skripsi-UIN Alauddin, Makassar.2014

prosedur pelitian yang dihasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat di amati. Hasil penelitiannya yaitu strategi yang digunakan yaitu strategi kesesuaian (*Compability*), strategi membentuk kebiasaan (*Hobbit Formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*Control Of Audiens Flow*), strategi penyimpanan sumber-sumber program (*Conservation Of Program Resours*), dan strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*). Dan melalui beberapa program yang disajikan oleh pihak manajemen Radio KITA yaitu materi program *talk show* intraktif yang meliputi *SMART* (satu jam meraih taqwa), *RUBRIK* (Rangkuman berita dan informasi baik), *CURKOL* (curhat dan Konsultasi), *OTISTA* (Obrolan tentang Islam dan Seputar Kita), *KALAM* (Kajian Live Malam), *MBR* (*Morottal By Reques*) dan program hiburan yang mampu memenuhi kebutuhan pendengar.¹⁰

Adib Cahyono pada tahun 2015 melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi dakwah dalam program cara “nyantri *On The Air*” di radio Gesma 97,6 FM Kastasura. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Hasil penelitiannya yaitu strategi dakwah yang dilakukan menggabungkan dua format program dialog interaktif dan musik religi, agar tidak membosankan. Ditambah adanya radio streaming dan sarana komunikasi untuk mempermudah tanya jawab, Dinarasumberi oleh orang-orang yang berpengetahuan luas, baik agama maupun umum. Dengan narasumber tetap, memberi

¹⁰ M. Rizki Majistra Abdi, “*Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar(Studi Deskriptif Kualitatif pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)*” Skripsi-UIN Kalijaga, Yogyakarta, 2016.

ciri khas dan *icon* pada program ini. *Insert* yang berupa “Hikma di balik Cerita” berupa pesan tambahan sebagai penutup dalam program acara nyantri *On The Air*.¹¹

Reny Masytoh pada tahun 2017 melakukan penelitian yang bertujuan mengetahui konsep awal terbentuknya Radio SAS FM Surabaya, strategi dakwah pada program ‘ngaji fiqih kontemporer’ dan “tadarrus keluarga”, dan bagaimana respon pendengar terhadap kedua program tersebut. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu Radio SAS FM, Salah satu radio swasta Islami hadir untuk menjadi media dakwah yang mengenergikan programnya dengan mesjid Nasional al- Akbar Surabaya. Radio SAS FM memiliki dua program unggulan yakni “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarrus keluarga” dikatakan unggulan karena banyaknya pendengar yang bergabung pada program tersebut. Strategi dakwah yang pertama terletak pada da’i dan narasumber yang kompeten yang mengisi program tersebut. Strategi dakwah juga pada kemasan program “ngaji fiqih kontemporer” tidak bertopik melainkan langsung pendengar yang bertanya pada da’i atau narasumber. Sedangkan “Tadarrus Keluarga” membahas tentang masalah keluarga. Dan respon pendengar terhadap dua program ini yakni sangat bagus, yang terletak pada da’i yang sangat kompeten menjawab segala pertanyaan pendengar.¹²

M. Afdal pada tahun 2014 melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen Radio CBS FM dalam menarik minat pendengar. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu dalam menarik minat pendengar Radio CBS 101 FM memiliki strategi manajemen dalam kegiatannya. Adapun strategi yang dilakukan

¹¹Adib Cahyono, “ *Strategi Dakwah dalam Program Acara On The Air di Radio Gesma 97,6 FM Kartasura*”. Skripsi-UIN Walisongo, Semarang, 2015.

¹²Reny Masytoh, “*Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya*”. Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya. 2017.

tersebut ialah adanya, Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (pergerakan), Controlling (pengawasan).¹³

Ivan Reza pada tahun 2014 melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen media radio PAS FM dalam meningkatkan kinerja kualitas penyiar untuk menjaga eksistensi radio. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu dalam menyusun strategi dalam mencapai visi dan misi perusahaan, PAS FM solo melakukan analisa program atau masalah terlebih dahulu, untuk menambah wawasan dari penyiar, manajemen radio rutim memberikan arahan tentang teknik siaran kepada karyawan, evaluasi sebulan sekali dilakukan di PAS FM solo bertujuan untuk menjaga kualitas penyiar radio, keterampilan dari penyiar dapat terus diasah dengan terus melatih teknik vokal, dan salah satu pendapatan media adalah pemasuka dari iklan, sehingga dengan meningkatkan kualitas dari segi siaran akan berdampak pada kepercayaan klien untuk beriklan di PAS FM.¹⁴

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maufun faktor

¹³M. Afdal, " *Strategi Manajemen Radio CBS 101 FM dalam Menarik Minat Pendengar*", Skripsi-UIN Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru-Riau, 2014.

¹⁴Ivan Reza, " *Strategi Manajemen Media Radio PAS FM Solo dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar untuk Menjaga Eksistensi Radio*", Skripsi-Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2015.

eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan penting untuk analisis SWOT.¹⁵

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut.

1. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain, sehingga dapat membuat lebih kuat dari pesaingnya.

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

2. Kelemahan

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal ini sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius

¹⁵ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2004), 18

menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

4. Ancaman (*Treats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya.

2.2.2 Tahapan Analisis SWOT

Proses yang harus dilakukan dalam pembuatan analisis SWOT agar keputusan yang diperoleh lebih tepat perlu melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap pengambilan data yaitu evaluasi faktor eksternal dan internal
2. Tahap analisis pembuatan matriks internal eksternal dan matriks SWOT.

3. Tahap pengambilan keputusan ¹⁶

Tahap pengambilan data ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi

perusahaan dapat dilakukan dengan wawancara terhadap ahli perusahaan yang bersangkutan ataupun analisis secara kuantitatif misalkan neraca, laba rugi dan lain-lain. Setelah melalui berbagai faktor dalam perusahaan maka tahap selanjutnya adalah membuat matriks internal eksternal.

Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Tabel 2.2 :

Diagram Matriks SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan 5-10 faktor-kelemahan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor eksternal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan dan menghindari ancaman

IFAS (*internal strategic factory analysis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam kerangka *strength and weakness*. Sedangkan EFAS (*eksternal strategic factory analysis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategis eksternal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam kerangka *opportunities and threats*.¹⁷

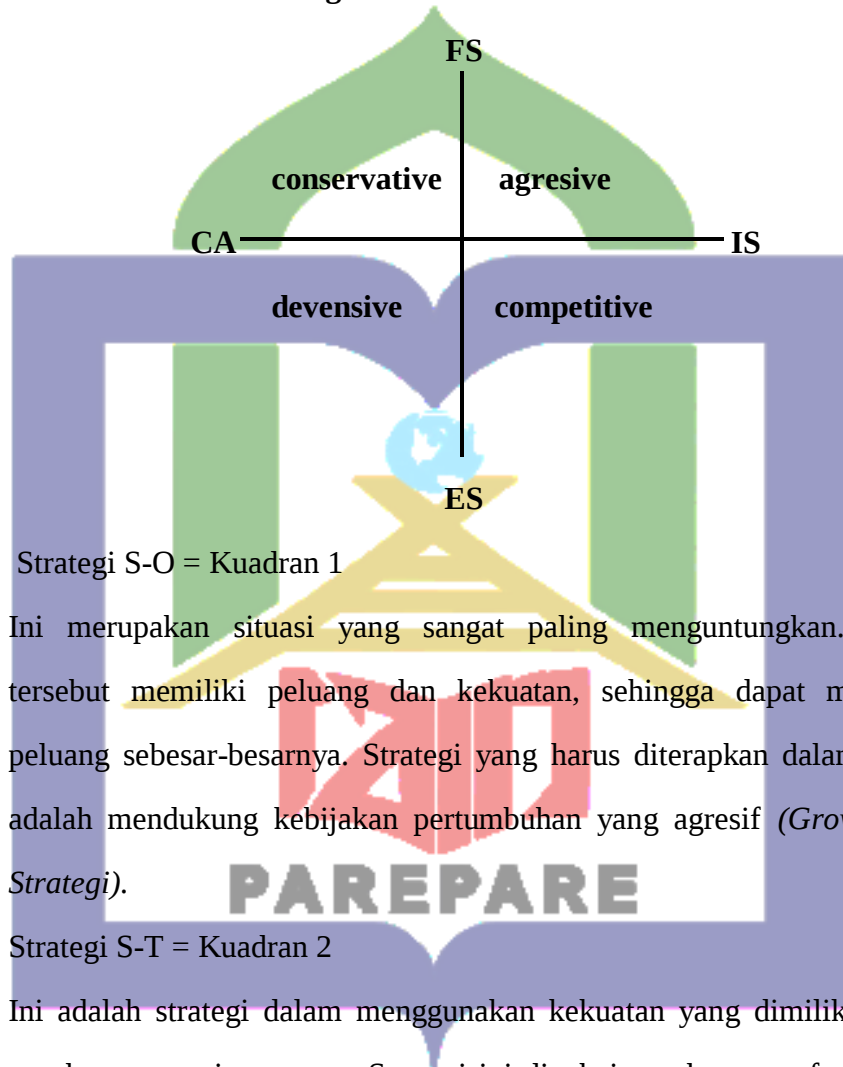
2.2.3 Matriks Evaluasi Posisi dan Tindakan Strategis (*SPACE*)

Matriks Evaluasi Posisi dan Tindakan Strategis (*Strategic Position and Action Evaluation SPACE Matrix*) adalah alat penting lain dalam pencocokan, alat manajemen strategis ini berfokus pada perumusan strategi terutama yang terkait dengan posisi kompetitif organisasi. Sumbu untuk matriks *SPACE* didasarkan pada empat bidang analisis yaitu: *Internal strategic dimensions* meliputi: *Financial strength (FS)* dan *Competitive advantage (CA)*. Keempat faktor ini adalah penentu yang paling penting dalam keseluruhan strategis organisasi. Banyak faktor dalam matriks *SPACE* yang termasuk bagian dari dimensi strategis internal perusahaan, antara lain; faktor kekuatan keuangan meliputi pengembalian atas investasi, likuiditas, modal kerja, arus kas, dan lain-lain. Sedangkan pada faktor keunggulan kompetitif misalnya kecepatan inovasi oleh perusahaan, posisi pasar niche, loyalitas pelanggan, kualitas produk, pangsa pasar, siklus hidup produk, dan lain-lain. Tergantung pada tipe organisasi, sejumlah variabel dapat menciptakan masing-masing dimensi yang diwakili oleh sumbu dari matriks *SPACE*. Faktor yang dimasukkan sebelumnya dalam matriks IFE dan EFE harus dipertimbangkan dalam

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT, Gramedia Pustaka Utama, 2006), 19

mengembangkan Matrik SPACE.¹⁸ Adapun diagram Matrik SPACE diperlihatkan sebagai berikut :

Gambar 2.2:
Diagram Cartecius SPACE



a. Strategi S-O = Kuadran 1

Ini merupakan situasi yang sangat paling menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategi*).

b. Strategi S-T = Kuadran 2

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ini dipakai untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

¹⁸ Fred R David, *Manajemen Strategi*, Ed ke-10, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 292.

c. Strategi W-O = Kuadran 3

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak harus menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Cara yang efektif adalah dengan peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan untuk atau dengan menawarkan produk produk baru.

d. Strategi W-T = Kuadran 4

Strategi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana perusahaan harus menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Kegiatan ini bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.¹⁹

2.3 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Defenisi Strategis

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu "strategos" (status yakni militer atau pemimpin) yang berarti: *generalship*: " atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal peran dalam membuat rencana untuk memenangkan peran, konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang.²⁰

¹⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), 26

²⁰ Handrawan Supratikno, *Andavanced Strategic Management, Back to Basic Approach*, (Jakarta: PT. Gravindo Utama, 2003) , h.19

Sedangkan dalam manajemen suatu organisasi, strategi diartikan sebagai Kiat, cara, dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.²¹

Manajemen Strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*Invelementing*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategi antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang.²²

Sedangkan Lawrence R. Juch menyatakan bahwa Strategi adalah Rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.²³

Sedangkan Sondang Siagian menyatakan bahwa Strategi adalah cara yang terbaik untuk mempergunakan , dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai tuntutan perubahan lingkungan.²⁴

2.3.2 Manajemen Strategi

Manajemen strategis didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi,

²¹Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press, 2000) h.147

²²Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik; Pengantar Proses berfikir Strategik*, (Binarupa Aksara,1996)h.15

²³Lawrence R Juch dan William F. Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: PT. Erlangga, 1988), Cet.Ke-3, h.12

²⁴Sondang Siagian, *Analisa serta Perumusan Kebijaksanaan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), Cet. Ke-2, h.17

produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.²⁵

Proses manajemen strategis adalah alur dimana penyusunan strategi menentukan sasaran dan menyusun keputusan strategi. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap, yaitu:

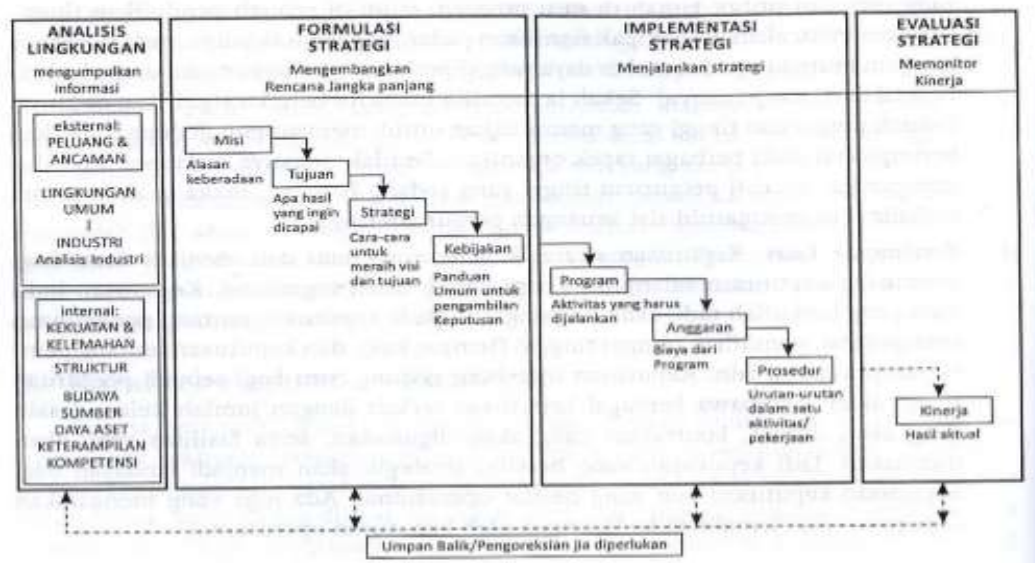
1. Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.
2. Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumberdaya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi.
3. Evaluasi strategi adalah tahap final dalam manajemen strategis. Tiga tahap aktivitas dasar evaluasi strategi yaitu meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan korektif. Evaluasi dibutuhkan karena kesuksesan hari ini tidak menjamin kesuksesan di hari esok. Sukses selalu membawa masalah baru

²⁵ Fred R David, *Manajemen Strategi*, Ed ke-10, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 6

yang berbeda dan perusahaan yang puas diri akan mengalami kegagalan.²⁶ Berikut adalah model manajemen strategik:²⁷

Gambar 2.1:

Manajemen strategik



2.3.3 Ruang Lingkup Dakwah

2.3.3.1 Pengertian Dakwah

Dakwah menurut Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintahn Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.²⁸

Sedangkan definisi dakwah menurut para pakar antara lain:

1. Endang S. Anshari

Dalam arti terbatas ialah: menyampaikan islam kepada manusia secara lisan, tulisan, ataupun lukisan. Sedangkan pengertian luas adalah penjabaran,

²⁶ Fred R David, *Manajemen Strategi*, Ed ke-10, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 7-8

²⁷ M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2011), 12.

²⁸ Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah* Cet. Ke-II (Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima, 2016)

petrjemahan, dan pelaksanaan Islam dalam peri kehidupan dan penghidupan manusia termaksud di dalamnya politik, ekonomi, social, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan, dan sebagainya.²⁹

2. M. Quraish Shihab mendefenisikannya

Sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah sesuatu yang tidak baik kepada sesuatu yang lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat.³⁰

2.3.3.2 Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran dakwah agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam dataran kenyataan kehidupan sehari-hari, baik yang bersangkutan dengan masalah pribadi, keluarga, maupun social kemasyarakatan, agar terdapat kehidupan yang penuh dengan keberkahan *samawi* dan keberkahan *ardhi*.³¹

Tujuan-tujuan umum ini harus dirumuskan ke dalam tujuan-tujuan yang lebih operasional dan dapat dievaluasi keberhasilan yang telah dicapainya. Misalnya, tingkat keistiqomaan di dalam mengerjakan shalat, tingkat keamanan dan kejujurannya, berkurangnya angka kemaksiatan, ramainya shalat berjamaah di Mesjid, berkurangnya tingkat pengangguran, penjual minuman keras dan sebagainya.

2.3.3.3 Sasaran Dakwah

Agar dakwah bisa dilakukan secara efektif, efesien, sesuai kebutuhan, maka dibuat dan disusun stratifikasi sasaran. Mungkin berdasarkan tingkat usia, tingkat pendidikan dan pengetahuan, tingkat social ekonomi dan pekerjaan, berdasarkan tempat tinggal, dan lain sebagainya. Salah satu arti hikmah adalah kemampuan untuk

²⁹S. Anshari, *Pokok-pokok Pikiran tentang Islam*, (Jakarta: Interprises, 1976), h.87

³⁰M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2001) Cet. Ke-22, h.194

³¹Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.78

mengenal golongan dan kondisi sasaran dakwah, bahkan secara tegas Rasulullah saw, menyatakan bahwasanya “*kami diperintahkan untuk menyampaikan ajaran Islam sesuai dengan kemampuan akal manusia*”.³²

2.3.3.4 Materi dan Metode Dakwah

Pada dasarnya materi dakwah adalah ajaran Islam yang memiliki karakter sejalan dengan fitrah manusia dan kebutuhannya, *kaamil* sempurna, *sirah nabawiyah* mengajarkan kita bahwa materi utamayang menjadi landasan utama ajaran Islam , yang disampaikan Rasulullah kepada umat manusia adalah iman yang benar, masalah *al-insan*, tujuan program, status dan tugas hidup manusia di dunia, dan tujuan di akhirat yang harus dicapainya, *al-musawarah*, persamaan manusia dihadapan Allah SWT dan *al-‘adalah*, keadilan yang harus ditegakkan oleh seluruh manusia dalam menata kehidupannya. Persamaan dan keadilan ini, pada dasarnya adalah merupakan konsekuensi logis dari akidah salimah.³³

Para pengembang dakwah adalah bahwa akidah yang diajarkan itu bukanlah semata-mata berkaitan dengan eksistensi dan wujud Allah SWT karena hal itu merupakan fitrah manusia bahkan, orang kafir pun percaya adanya Allah SWT , akan tetapi menumbuhkan kesadaran yang dalam, bagaimana memanifestasikan akidah dalam ucapan, pikiran, tindakan sehari-hari.

Akidah yang diajarkan adalah akidah yang bersifat *muharrikah*, yang menggerakkan kesadaran dan ketundukan kepada Allah SWT. Akidah yang menyebabkan seseorang ridha dan rela akan ketentuan syariat Allah SWT, akidah yang menumbuhkan cinta dan benci karena Allah SWT. Akidah yang menumbuhkan sikap ‘*ubudiah*’ penghambaan hanya kepada Allah SWT, tidak kepada yang lain-Nya.

³²Didin Hafidhuiddin, *Dakwah Aktual*,(Jakarta: Gema Insani Press,2001),h.79

³³Didin Hafidhuiddin, *Dakwah Aktual*,(Jakarta: Gema Insani Press,2001),h.80-81

Dalam kegiatan dakwah , pembentukan akidah salimah, disebut dengan *al-Qaddiyatul kubra'* isu utama yang besar dan menentukan. Disamping itu , isu dan materi dakwah dari para pengembang dakwah adalah yang menyangkut pemenuhan kebutuhan primer sasaran dakwah, seperti sandang, pangan, dan pendidikan. Kenyataan menunjukkan, adanya orang atau kelompok orang yang secara rela ataupun terpaksa, mengorbankan akidah, akhlak maupun kehormatan untuk memenuhi tuntutan perutnya. Peringatan Rasullullah Saw. Empat belas abad yang lalu “kefakiran akan membawah manusia kepada kekufuran” kini mulai terbukti.

Dakwah dalam rangka pembentukan dan pembinaan akidah salimah disertai penanganan kebutuhan primer secara serius dan sungguh merupakan garapan utama para pengembang dakwah pada saat ini.³⁴

2.3.4 Dakwah Media Radio

2.3.4.1 Pengertian Radio

Radio adalah sesuatu yang menghasilkan atau suara karena di pancarkan oleh gelombang atau frekuensi melalui udara. Radio tepatnya radio siaran (*radio broadcast*), radio merupakan salah satu jenis media massa yakni sarana atau saluran komunikasi massa, ciri khas utama radio adalah *auditif*, yakni di konsumsi telinga atau pendengaran.³⁵

2.3.4.2 Dakwah melalui media Radio

Perkembangan teknologi elektronik telah membawa dampak kepada perkembangan di bidang komunikasi massa. Berkat perkembangan teknologi elektronik ini arus informasi dapat berjalan dengan cepat dan simultan, sehingga

³⁴Zaidan dan Abdul kariem, *Ushul ad-Dakwah*, (Jakarta:Ar-Risalah,1998), h.82

³⁵Asep Syamsul, M. Romli, *Broadcast Jurnalism*, (Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia, 2004), h.19

mampu menembus ruang dan waktu antara tempat berbeda, salah satunya media radio.³⁶

Meskipun teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat, radio masih tetap menjadi sebuah media komunikasi yang sangat populer. Dalam perkembangannya dewasa ini radio tidak dianggap lagi sebagai media hiburan, tetapi juga media informasi, pendidikan, dan dakwah yang sangat dibutuhkan dan diperhitungkan oleh khalayak. Radio menjadi media penyampai pesan yang cepat, lintas batas, lintas waktu, akurat, jeli dan jelas, sehingga orang selalu tertarik dan membutuhkan media ini. Kini media radio sudah menjadi kebutuhan dari aspek hiburan dan informasi. Oleh karena itu radio disebut sebagai salah satu media komunikasi yang efektif dan komunikatif.

Perkembangan internet yang menjadi basis bagi munculnya berbagai media sosial seperti, *facebook*, *whatsapp*, *twiter* tidak membuat radio kehilangan pasarannya. Sebaliknya, *station radio* justru makin kreatif. Dengan menggunakan teknologi internet, beberapa staition radio mengembangkan saluran *streaming* yang memungkinkan seseorang untuk mendengarkan radio kesukaanya. Melalui siaran *streaming* seseorang yang tinggal di Eropa, misalnya mendengar radio favoritnya di Indonesia.

Perkembangan teknologi media radio merupakan peluang sekaligus juga tantangan bagi para *mubaligh*. Dikata sebagai peluang berarti semakin ragamnya media komunikasi dan semakin praktis dan efektifnya seorang komunikator berhubungan denga komunikan, maka radio tersebut digunakan untuk *mubaligh*, akan menjadi *tabligh* lebih cepat sampai kepada sasaran. Dan dikatakan sebagai

³⁶Tommy Supratmo, *Berkarier di bidang Broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), h. 5

tantangan sebab untuk menggunakan saja para mubaligh perlu memiliki keterampilan, untuk membangunnya sendiri butuh dana yang tidak sedikit, untuk mengembangkannya akan semakin dihadapkan dengan tantangan pesaing.

Hal ini, diharapkan para mubaligh dan para pengelola media khususnya radio dapat memiliki jati diri Islam, memiliki kebebasan dan keberanian untuk membrantas dekandensi moral dengan berbagai bentuknya, menggalakkan pendidikan akhlak yang memajukan kualitas iman, ilmu, dan amal masyarakat dan diharapkan mampu mengembang visi dan misi *tabligh*.

2.3.4.3 Peran Radio sebagai Media Dakwah

Media informasi dan komunikasi adalah suatu peran yang dimiliki radio. Fungsinya ialah menyalurkan informasi dari sumbernya kepada para penggunanya. Semua media informasi dan komunikasi memiliki fungsi yang mirip yaitu, mengumpulkan, mengelolah, dan menyebar informasi dan komunikasi ke berbagai pihak dan lokasi.

Sebagai pemegang ranah *public* media radio mempunyai peran memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat di bidang:

a. Pendidikan

Peran radio sebagai media pendidikan menjalankan fungsi sebagai berikut:

1. Mengumpulkan bahan atau paket pendidikan, baik formal maupun informal.
2. Menyiarkan paket-paket tersebut.
3. Mengadakan acara interaktif, Tanya jawab atau diskusi, baik *on air* maupun *off air*.

b. Informasi

Peran radio sebagai media informasi dan komunikasi, menjalankan fungsi antara lain sebagai berikut:

1. Melakukan reportase ke dalam komunitas
2. Mengumpulkan bahan dari luar komunitas.
3. Membacakan berita dan informasi dari pihak lain kepada pihak sasaran yang dimaksud.

c. Hiburan

Peran radio sebagai media hiburan, dapat menjalankan fungsi sebagai berikut:

1. Mengumpulkan lagu-lagu, kuis dan paket lainnya.
2. Menyiarkan paket-paket hiburan tersebut.
3. Mengadakan *off air* seperti panggung musik.

2.3.4.4 Tujuan Dakwah melalui media Radio

2.3.4.4.1 Pelajaran Agama (*teaching*)

Pelajaran agama melalui media radio dapat dengan pelajaran bahasa, pelajaran menyanyi dan seterusnya. Tujuannya ialah memberikan pelajaran tentang ilmu agama kepada semua pendengar dengan tidak membedakan kepercayaan. Dengan mengikuti pelajaran tersebut pendengar merasa tertarik untuk percaya dan beriman yang akhir dengan memeluknya dengan penuh keyakinan.

2.3.4.4.2 Penyebaran Agama (*Spealing*)

Penyebaran agama melalui radio dapat diartikan sebagai propaganda untuk menarik perhatian pendengar diluar lingkungannya yang bersifat informative edukatif. Hal ini dapat digambarkan bahwa agama yang dibawa adalah yang paling baik tanpa harus menjelek-jelekkan agama lain. Kesempurnaan agama tersebut

harus dapat dibuktikan bahwa agama tersebut menjamin sebuah kebenaran. Pada dasarnya usaha tersebut terutama ditujukan kepada mereka yang pendengar yang baik yang memeluk suatu agama. Tetapi karena sifat audien media radio yang non selective siaran-siaran tersebut dapat didengar oleh orang-orang yang sudah beragama.

2.3.4.4.3 Tuntunan Agama (*evagelion*)

Tutunan agama melalui media radio merupakan suatu usaha yang paling diharapkan oleh masyarakat. Usaha ini bersifat pelajaran atau pendidikan ataupun bersifat propaganda. Tetapi tujuan utamanya adalah memberikan tuntunan bekal hidup beragama bagi pemeluk-pemeluk agamanya sendiri.³⁷

2.3.4.5 Kelebihan dan kelemahan dakwah media radio

Kelebihan dari penggunaan radio adalah:

- a. Dapat memberikan informasi dan berita secara langsung dan *up to date*.
- b. Dapat dilakukan secara interaktif melalui sms atau telepon saat siaran radio sedang berlangsung.
- c. Mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan memperkaya pengalaman maksudnya dapat menjangkau sasaran yang luas dan menyampaikan informasi secara serempak selain itu daya jangkauannya yang begitu luas hingga mampu menembus seluruh pelosok tanah air.
- d. Dapat mengerjakan hal-hal yang tidak dapat dikerjakan guru misalnya menyajikan cerita tentang petualangan dan kepahlawanan yang telah dikemas dan diberi efek suara dan music sehingga terasa lebih hidup.
- e. Mempengaruhi emosi dan mengembangkan imajinasi siswa.

³⁷ Ahmad Buwaethy, *Dakwah dan Media Elektronik*, (<http://bimasislam.depag.go.id>, di akses 20 Februari 2018)

f. Murah dan mudah dibawah kemana-mana.

Sedangkan kelemahan dari media radio dalam penggunaannya ialah:

- a. Menuntut pemusatan perhatian karena hanya didengar.
- b. Terikat oleh jadwal pemancar dan jadwal siaran sehingga guru tidak dapat mengontrol kegiatan siswa.
- c. Tidak dapat di ulang dengar, dan
- d. Hanya dapat didengar saja.³⁸

Secara umum, media radio memiliki kelebihan dan keterbatasan. Kelebihannya: fleksibel, relative murah, ringkas, mudah dibawah (*portable*). Sedangkan kekurangannya: memerlukan peralatan khusus, memerlukan keterampilan/kemampuan khusus untuk pemanfatannya.

2.3.4.6 Efek dakwah media radio

Pengaruh atau efek adalah hasl yang dicapai oleh pernyataan umum pada sasaran yang dituju. Dengan kata lain, pengaruh ata efek ialah kesan yang timbul pada audien setelah mendengar baik itu kesan positif maupun negative.

Pada kenyataannya tidak dapat mengetahui sejauh mana pengaruh media radio terhadap seseorang. Oleh karena itu, perlu penelitian yang serius terhadap seseorang setelah orang tersebut mendengar media dakwah radio.

Secara psikologis pengaruh-pengaruh dari media dakwah radio dapat membentuk sikap jiwa tertentu. Apabila isi pesan ini telah dijiwai oleh seseorang, maka ia merasa, berfikir dan berkeinginan sesuai dengan ajakan orang yang menyampaikan pesan tersebut. Pengaruh media dakwah ini berbeda-beda pada tiap individu, ada yang cepat terpengaruh dan ada pula yang lambat. Ini tergantung

³⁸ Usep Kustiawan, *Media Radio sebagai Media Pembelajaran*, (Malang: Gunung Samudra,2016), h.95

kepada kapasitas mental dan intelektual orang yang bersangkutan, karena besarnya pengaruh media dakwah terhadap jiwa seseorang, maka umat Islam khususnya para da'iyah harus lebih jeli memilih media dakwah dan mengisinya dengan pesan-pesan yang Islami, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dakwah dapat dijangkau oleh semua manusia di mana saja berada.³⁹

2.3.5 Strategi Komunikasi Radio Dakwah

2.3.5.1 Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi memperhatikan dan mengenali komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung/penghambat pada setiap komponen tersebut, seperti sasaran komunikasi, kerangka referensi, faktor situasi dan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi, daya tarik sumber, dan kredibilitas sumber. Secara umum empat faktor berikut harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi

1. Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi efektif. Mengingat dalam proses komunikasi khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Jadi, antara komunikator dengan komunikan bukan saja saling berhubungan, tetapi juga saling mempengaruhi atau berintraksi.
2. Menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu mengembangkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat karena tidak semua yang

³⁹Jafar Putih Saifullah, *Dakwah Tekstual*, (Yogyakarta:AK Group, 2010),h.104

diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian, awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah membangkitkan perhatian (*attention*) dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan, untuk selanjutnya menggerakkan mereka melakukan kegiatan (*action*) sesuai dengan tujuan yang dirumuskan. Tema atau isi pesan yang dilontarkan kepada khalayak sesuai dengan kondisinya dapat bersifat *on side issue* atau dengan kata lain penyajian masalah yang hanya bersifat sepihak, hanya segi positif atau segi negatif saja.

3. Menetapkan metode. Dalam ini metode penyampaian lihat dari dua aspek, yaitu cara pelaksanaannya dalam bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, *redundancy (repetition) canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal dengan metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif.
 - a. *Redundancy (repetition) canalizing* cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak.
 - b. Metode *canalizing* yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya kearah yang kita kehendaki.
 - c. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak dan dilakukan dalam bentuk pernyataan yang berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
 - d. Metode persuasif adalah metode yang mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk, dalam hal ini khalayak digugah pikiran maupun perasaannya.
 - e. Metode edukatif, memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi

kebenarannya dengan disengaja, teratur, berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan.

- f. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berfikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidatif, dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tannguh.
4. Pemilihan media komunikasi. Untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang hendak dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang digunakan karena masing-masing media mempunyai kelemahan. Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang telah diungkapkan sebelumnya agar memperoleh hasil yang optimal.⁴⁰

2.3.5.2 Strategi Penyiaran

Faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu station penyiaran radio adalah program atau acaranya. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan "*programming*" atau penataan acara. Penataan merupakan sebuah proses mengatur program termaksud penjadwalan sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan *image* station penyiaran radio.

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya station penyiaran. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen strategik, program siaran terdiri dari:

⁴⁰Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Komunikasi* ,(Jakarta: Gramedia,2015)h.17-18.

1. Perencanaan Program

Pengelolaan program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan: *product*, artinya mencari materi program yang disukai pendengar, *price* artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, *place* artinya kapan waktu siar acara yang tepat, *promotion* artinya memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor.⁴¹

Perencanaan merupakan bagian dari *Standar Operasional Prosedur* (SOP) produksi siaran yang harus dipatuhi setiap *broadcaster*, SOP meliputi:

- a. *Planning*, perencanaan produksi paket siaran melalui diskusi kelompok oleh tim kreatif bersama para pelaksana siaran lainnya. Hasil panning berupa proposal yang memuat nama acara, tujuan, dan target pendengar, penempatan, sumber materi, kata-kata, musik, durasi, biaya produksi, promosi, serta crew yang akan terlibat dalam produksi.
- b. *Collectiong*, pencarian, pengumpulan materi musik dan data yang akan dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber. Hasil *collectiong* berupa materi siaran yang memadai dan siap untuk diproduksi.
- c. *Writing*, seluruh materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk selanjutnyaditulis secara utuhdalam kalimat yang siap dibaca atau disusun sedemikian rupa yang dirangkai dengan naska pembuka-penutup atau naskah selingan.
- d. *Vokal recording*, perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekaman.

⁴¹ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo,2016),h.79

- e. *Mixing*, penggabungan materi vokal presenter dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator atau mixermen dengan perangkat teknologi analog atau digital sehingga menghasilkan paket acara yang siap siar. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan acara.
- f. *On Air*, penayangan acara sesuai jadwalnya yang telah direncanakan. Khusus untuk produksi siaran yang bersifat langsung (*live*), tidak perlu *vocal recorded* terlebih dahulu.
- g. *Evaluation*, sesuai siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersamaan oleh tim produksi untuk mengembangkan lebih lanjut. Evaluasi meliputi kelamahan materi, teknis, koordinasi tim dan sebagainya.⁴²

2. Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksi sendiri (*in house production*). Membeli program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki ide untuk dikembangkan.

Program siaran diradio sangat banyak dan beragam kemasannya lima diantaranya adalah, produksi siaran berita atau informasi, iklan, *jinggel*, *talk show*, interaktif, info hiburan.

Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur-unsur daya tarik. Radio memiliki tiga unsur daya tarik yang melakat padanya yakni: kata-kata lisan (*spoken word*), musik (*music*), efek suara (*sound effect*).⁴³

3. Eksekusi Program

⁴² Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h.80-81

⁴³ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h.81

Eksekusi mencakup kegiatan menyangkan program sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana menata tau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku *audience*, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan menonton televisi atau mendengar radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siara radio harus dapat menemani aktivitas apapun.

Suatu program dapat disusun runtut, rinci, dan terarah karena adanya panduan dalam operasionalisasi siaran yang disebut sebagai format *clock*, yaitu pola atau pedoman terhadap isi acara berbentuk diagram yang terdiri dari unsur-unsur isi/item materi siaran (*station call*), keterangan durasi ucapan penyiar, jumlah lagu, jumlah kata, jumlah iklan, bentuk-bentuk *insert*, serta keterangan lainnya.⁴⁴

Pembagian waktu tersebut mengacu terdapat pada pola perilaku *audience* dalam meluangkan waktu mendengarkan radio. Perilaku *audience* yang terkait dengan ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah *audience*, pada radio jumlah *audience* lebih banyak pagi hari atau sore hari (*drive time hours*), yaitu saat orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan menuju kantor atau pulang ke rumah.
2. *Audience* konstan, bahwa pada umumnya banyak orang cenderung bertahan pada stasiun radio sampai menyaksikan suatu program yang menurutnya tidak menarik. Berbagai data diperoleh dari lembaga rating menunjukkan bahwa jumlah *audience* secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, setiap stasiun harus memperebutkan jumlah *audience* yang selalu tetap.

⁴⁴ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h.82

3. Aliran *audience* yaitu perpindahan yang terjadi setiap berakhirnya suatu program aliran *audience* terbagi menjadi:
 - a. Aliran keluar (*outflow*), *audience* meninggalkan stasiun lalu menuju ke stasiun lainnya.
 - b. Aliran ke dalam (*inflow*), masuknya *audience* dari stasiun lain.
 - c. Aliran tetap (*flowtrought*), *audience* tidak berpindah-pindah.
 - d. *Tuning enerta*, kecenderungan *audience* untuk memilih salah satu stasiun favoritnya.
 - e. Yaitu pengaruh demografis, format radio yang sangat selektif dan memilih usia *audience*-nya. *Format contemporary, rock*, dan top-40 menarik bagi kelompok remaja atau pemuda usia 20-an tahun. Format klasik, ditujukan untuk usia 30-an atau 40-an. Sedangkan *audience* berumur 50 tahun ke atas lebih menyukai format berita, lagu-lagu lama.⁴⁵
4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Priegle dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

 - a. Mempersiapkan standar program stasiun program stasiun penyiaran.
 - b. Mengawasi keseluruhan isi program agar sesuai dengan standar stasiun atau peraturan perundangan yang berlaku.
 - c. Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan.
 - d. Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program

⁴⁵ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h.82-83

- e. Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.⁴⁶

2.5.3.3 Strategi memperoleh pendengar

Strategi memperoleh pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan pendengar meliputi:

1. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

2. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habbit Formation*)

Pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi seksama. Oleh karena itu penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di Radio Mesra harus memiliki keunikan, menyenangkan dan menggunakan penyampaian dengan tata bahasa tutur pendengarnya.

3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of audience flow*)

⁴⁶ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h..83

Memaksimalkan pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari suatu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

4. Strategi penyimpangan sumber-sumber program (*conservation of program resources*)

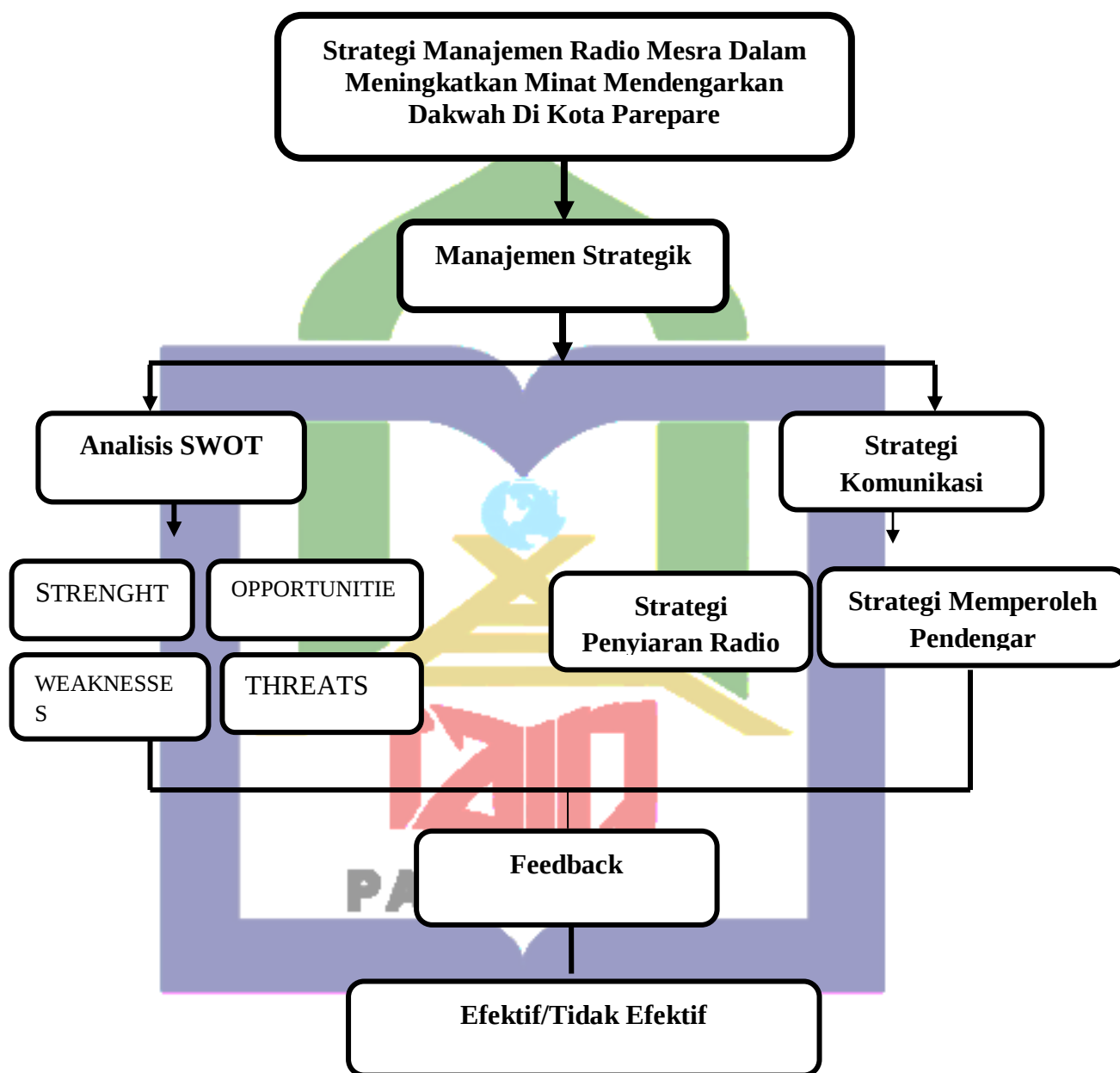
Penyimpangan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan penyajian yang berbeda.

5. Strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran sehingga semua dapat di akomodir dalam program yang disajikan.⁴⁷

⁴⁷ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, 2016), h.87

2.4 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ialah cara berfikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan sebaik-baiknya (hati-hati, kritis dalam mencari fakta, prinsip-prinsip) untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian.⁴⁸ Suatu penelitian menggambarkan prosedur atau langkah-langkah yang ditempuh, waktu penelitian, sumber data dan dengan cara bagaimana data tersebut dihimpun dan diolah.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis *field research*, *Field Riset* yaitu penelitian lapangan yang dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dokumentasi serta menggambarkan fakta yang ada dilapangan.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang membuat deskriptif, gambaran secara sistematis factual dan akurat mengenai fakta-kakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih sebagai tempat penelitian yaitu Radio Mesra FM yang bertempat di Jln. Bau Massepe No. 423 Lt. II Kota Parepare.

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu $\pm$ 2 bulan lamanya diselesaikan dengan kebutuh penelitian.

⁴⁸Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015) h.2

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini difokuskan terhadap strategi manajemen radio mesra fm dalam minat mendengarkan dakwah. Di lihat dari perkembangan ilmu teknologi zaman ini berkembang sangat pesat, sehingga dakwah juga harus dikembangkan dengan menggunakan media sebagai alat untuk menyiarkan dakwah. Radio merupakan media dakwah yang cukup efektif untuk menyiarkan dakwah. Strategi yang digunakan akan dialisis dengan strategi manajemen dakwah.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang akurat diperlukan adanya data yang tersusun dan valid, sehingga dapat mengungkapkan permasalahan yang akan diteliti, adapun teknik pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara penelitian dan informan seorang diasumsikan mempunyai informasi penting dalam suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.⁴⁹

Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak berstruktur dan wawancara berstruktur. Wawancara secara tidak berstruktur dengan percakapan informal, sedangkan wawancara berstruktur mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan menguraikan masalah penelitian yang biasanya dituangkan dalam bentuk daftar pertanyaan.⁵⁰ Dalam hal ini penulis juga mengadakan dialog dan Tanya jawab langsung dengan pengelola radio Mesra FM dan crew Radio Mesra Fm,

⁴⁹Rachmat Kriantono, *Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana , 2006), h.98

⁵⁰Dedi Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h.183

dari sini objek akan di pilih sesuai dengan keperluan karena yang digali dalam penelitian ini adalah kedalaman informasi, bukan kuantitas responden.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁵¹ dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵² Dalam hal ini penulis mencari dan mengumpulkan data yang berasal dari catatan-catatan maupun arsip-arsip yang berkaitan dengan objek penelitian dengan cara menelaah dan mencermatinya sehingga penulis memahami permasalahan tersebut.

3.4.1 Penelitian Kepustakaan (*library Research*)

3.4.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

3.5 Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵³

Untuk mempermudah analisis data yang telah diperoleh maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

⁵¹ Husaini Usman dan Purnama Setiady Akbar, *Metologi Penelitian Hukum* (Bandung: Alfabeta, 2006), h.57

⁵² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.82

⁵³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h.89

1. Pengkodean yaitu cara peneliti memberikan kode yang terkumpul, seperti data hasil wawancara (W) dan Dokumen (D).
2. Data Reduksi, yaitu peneliti mereduksi data, merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.
3. Display data yaitu analisis data yang terorganisasikan dan tersusun, penganalisan data dilakukan dengan cara deskriptif dan bersifat naratif, sehingga mudah dipahami



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Latar belakang Radio Mesra FM

Suara mesra FM adalah radio pertama dan tertua di Kota Parepare. Stasiun radio ini didirikan tahun 1953. Namun radio yang awalnya menggunakan frekuensi AM ini baru mulai mengudara di tahun 1960.

Radio mesra yang namanya diambil dari akronim “mesjid raya” karena terletak di dekat mesjid raya ini masih menjaga kaset-kaset lamanya seperti kaset piringan dan kaset pita dari tahun 1960 hingga tahun 1980.

Di tengah gempuran media cetak, televisi, bahkan media *online*, stasiun radio yang jangkauannya bisa mencapai Toraja atau sekitar 250 kilometer ini tetap punya pendengar setia. Sebabnya, karena mereka memiliki program yang diminati para pendengar dan disesuaikan dengan jaman. Selain memiliki program acara disesuaikan dengan jaman, radio ini mengudara didasari rasa keikhlasan memberikan informasi tercepat dan *terupdate* kepada pendengar.

4.2 Visi dan Misi Radio Mesra FM

4.2.1 Visi

Menjadi radio terkemuka sebagai media hiburan dan sumber informasi untuk mewujudkan masyarakat modern yang cerdas, bermoral dan bermartabat.

4.2.2 Misi

Adapun misi radio mesra FM sebagai berikut:

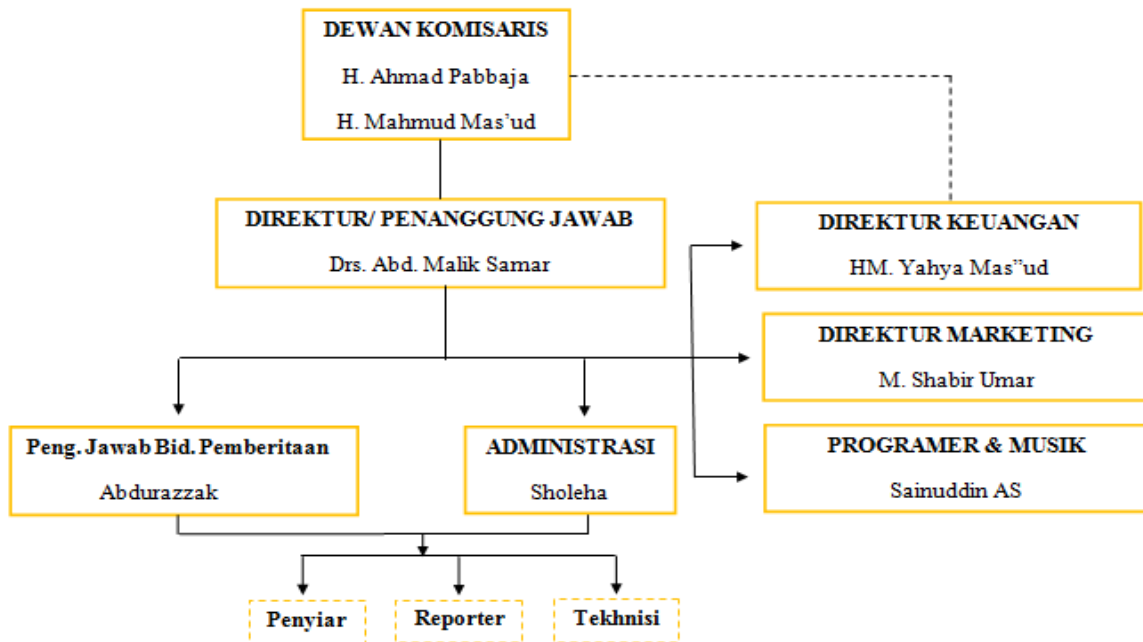
1. Menumbuh kembangkan fungsi media sebagai sumber informasi dan media hiburan.
2. Menyajikan informasi sebagai jembatan menuju peningkatan kualitas dan pengetahuan masyarakat dengan mengedepankan pemikiran jernih sebelum bersikap

4.2.3 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang di harapkan dan di inginkan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsinya.

Struktur merupakan hal yang sangat penting dalam setiap organisasi, dengan adanya struktur maka akan terjadi pembagian tugas yang seimbang dan objektif yaitu memberikan tugas sesuai dengan kedudukan dan kemampuan masing-masing anggotanya.

STRUKTUR PENGURUSAN
PT. RADIO MESRA FM KOTA PAREPARE



4.3 Strategi Dakwah Radio Mesra FM dalam menarik minat pendengar dakwah di Kota Parepare

Strategi merupakan bagian dari manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Strategi digunakan untuk mengetahui suatu kondisi yang dapat memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan persaingan di dalam pasar.

Strategi dakwah Radio Mesra Fm untuk menarik minat masyarakat mendengarkan dakwah yaitu dengan penentuan unsur-unsur dakwah. Adapun penyiapan kegiatan dakwah Radio mesra FM yaitu dengan persiapan pembawa materi dakwah (da'i), materi yang disampaikan, dan metode yang digunakan.

4.3.1 Pembawa Materi Dakwah (Da'i)

Strategi dakwah yang pertama ialah adalah adanya seorang pembawa materi dakwah. Da'i merupakan sebutan dalam islam bagi orang yang bertugas mengajak dan mengamalkan ajaran Islam. Seorang da'i terlibat dalam dakwah atau aktivitas dakwah. Program keagamaan yang dilakukan oleh Radio mesra merupakan siaran yang disiarkan setiap hari pada jam tertentu.

Dari hasil wawancara oleh bapak Dimas Akbar mengenai strategi dakwah Radio Mesra FM dalam menarik minat pendengar dakwah mengatakan, “ saya menjawab saja dari kacamata mesra ya, tentukan kita melihat siapa yang mendengarkan berdasarkan pemetaan yang kita konsep, memperhatikan juga siapa yang paling diminati sekarang, misalnya Ust Abdul Somad yang cara dakwahnya yang diminati semua kalangan.”⁵⁴

Dari hasil wawancara di atas, strategi dakwah yang digunakan oleh radio mesra fm yaitu dengan cara pemetaan konsep serta yang membawakan dakwah tersebut berdasarkan siapa yang paling diminati pendengar di semua kalangan sehingga memungkinkan pendengar tertarik untuk mendengarkan dakwah. Dengan menghadirkan ceramah yang diminati pendengar merupakan strategi Radio Mesra FM untuk menarik minat pendengar.

Penentuan seorang da'i yang menyampaikan dakwah sangat memberi pengaruh untuk meningkatkan minat mendengarkan dakwah. Tujuan dari penentuan da'i tidak lain untuk mendapatkan dan meningkatkan jumlah pendengar, hal ini berguna mempengaruhi pendengar agar mau mendengarkan dan tertarik serta berminat untuk mendengarkan program dakwah yang telah disusun sedemikian rupa. Untuk menarik perhatian pendengar program dakwah di Radio Mesra FM dibuat semenarik mungkin sehingga dapat mempengaruhi pendengaran untuk tetap mendengarkan siaran

⁵⁴ Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 4 Juni 2019

dakwah Radio Mesra FM dan menimbulkan dampak yang baik bagi pendengar sendiri. Seperti yang disampaikan oleh Dimas Akbar yang mengatakan:

“Kita selalu berusaha agar program-program yang telah kita susun, dapat memberikan dampak yang baik bagi pendengar, tidak hanya itu, kita juga berusaha agar program dakwah radio mesra FM lebih menarik dari program radio lain, tidak hanya menghadirkan program dakwah da’i dari luar daerah seperti UAS tetapi juga menghadirkan da’i yang ada dikota parepare seperti Ustad Muhammad Iqbal dosen IAIN Parepare.”⁵⁵

Berdasarkan wawancara di atas dapat dipahami bahwa program dakwah penentuan da’i sangat memberikan pengaruh besar bagi pendengarnya. Karena da’i merupakan kunci utama jalannya sebuah dakwah.

4.3.2 Materi dakwah yang disampaikan

Dalam program acara keagamaan materi atau pesan yang disampaikan berupa tentang keluarga, akhlak ibadah dan akidah. Pesan yang disampaikan berupa kehidupan sosial, manusia sebagai makhluk sosial pasti mempunyai permasalahan satu dengan yang lainnya. Baik ekonomi, keluarga, rekan kerja, dan sebagainya. Dalam cara ini masalah seperti ini diangkat dan diselesaikan menurut pandangan islam. Dengan memasukkan aqidah, syariah, dan akhlak didalamnya.

Wawancara oleh bapak dimas akbar yang mengatakan “ dalam pelaksanaan dakwah, dibawakan oleh ustad setempat dengan materi pembahasan yang membahas tentang keluarga, aklak, ibadah, dan akidah dengan cara tanya jawab antara masyarakat yang konsultasi dengan narasumber tentang masalah agama yang dihadapi oleh si penelpon.”⁵⁶

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa materi juga sangat mempengaruhi minat masyarakat dalam mendengarkan dakwah, karena jika materi yang disampaikan mengenai permasalahan yang timbul pada masyarakat ini merupakan

⁵⁵ Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tamggal 26 Januari 2020

⁵⁶ Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tamggal 26 Januari 2020

sejata yang ampuh agar masyarakat ingin mendengarkan dakwah serta berkonsultasi tentang masalah yang dihadapinya.

Berikut ini program acara keagamaan dan durasi Radio Mesra

No	Program keagamaan	Durasi
1.	Open Tune	10 menit
2.	Ceramah Islamiyah setelah sholat Subuh	1 Jam
3.	Ceramah Islamiyah setelah sholat dhur	25 menit
4.	Nasyad dan Adzan	15 menit
5.	Ceramah Islamiyah setelah Magrib yang diselingi lgu nasyad, dakwah, sholat magrib dan isyah	2 jam
6.	Ceramah islamiyah setelah sholat isyah.	30 menit
7.	Clouse tune	Pada jam 11

4.3.3 Metode yang digunakan

Radio Mesra FM merupakan radio yang pertama dan tertua di Kota parepare yang sekarang ini mengembangkan program penyiaran dalam bidang dakwah. Radio mesra senantiasa memberikan spirit dan energi dakwah dalam artian mensosialisasi serta mentranspormasi dakwah kepada masyarakat. Radio mesra FM senantiasa menyebarkan nilai-nilai dakwah melalui kegiatan *on air* maupun *of air*.

Berdasarkan hasil wawancara oleh bapak Dimas Akbar menyatakan “ adapun metode yang digunakan untuk menarik minat pendengarkan dakwah untuk mendengarkan dakwah yaitu selain pemetaan konsep dan ustad yang diminati pendengar, pengaturan waktu juga sangat berpengaruh, misalnya pada jam subuh kita kasih dakwah dari guruttu (dakwah berbahasa/dialek daerah) karena pasti anak sekarang jarang mau dengar, siang atau sore kita kasi seperti Adi Hidayat, Abdul somad, Hanna dan lain-lain”.⁵⁷

Dari hasil wawancara di atas, strategi manajemen menarik minat mendengarkan dakwah dapat diketahui bahwa selain dari pemataan konsep, dan pembawah dakwah. Strategi penempatan jadwal waktu juga sangat dibutuhkan dimana jadwal waktu juga sangat mempengaruhi pendengar. Karena setiap orang punya waktu yang berbeda

⁵⁷ Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 4 September 2019

dimana memungkinkan untuk mendengarkan dakwah, disinilah jadwal waktu sangat mempengaruhi minat pendengar untuk mendengarkan dakwah.

Kegiatan dakwah umumnya dilakukan dengan cara tatap muka antara da'i sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan, namun seiring dengan perkembangan zaman didukung pula oleh kemajuan teknologi yang semakin pesat, maka radio mesra tidak hanya melakukan aktivitas dakwah dengan cara tatap muka tetapi dengan mengajak masyarakat memanfaatkan media radio sebagai media untuk mendengarkan dakwah, jika masyarakat melewati beberapa program acara dakwah, radio mesra memberikan media yang membuat masyarakat yang melewati acara Radio Mesra FM yaitu melalui media seperti youtube, facebook, steraming yang dapat ditemukan pada smartphone yang hampir seluruh lapisan masyarakat memilikinya.

Berdasarkan hasil wawancara oleh bapak Muh. Sabir Umar selaku direktur marketing radio mesra FM menyatakan "Radio Mesra FM dalam mengembangkan kegiatan dakwah tidak terlepas dari faktor penghambat seperti misalnya pemancar yang kurang memadai, cuaca yang kurang mendukung, pemadaman listrik pada saat program berlangsung sehingga mengakibatkan kurang maksimalnya penyiaran tetapi dalam ini bila terjadi hal ini radio mesra menyediakan media lain agar masyarakat tetap dapat informasi melalui media yang telah disediakan *platfom* media digital seperti youtube (radio suara mesra), *streaming* (www.radiomesra.com), *FaceBook* (mesradio parepare), serta *sharing* program ke medsos.⁵⁸

Radio Mesra FM telah memiliki banyak pendengar, hal ini dikarenakan radio Mesra Fm merupakan radio tertua dan pertama di Kota Parepare serta bentuk program dan format siarannya yang cukup menarik. Selain itu program-program yang disampaikan juga memenuhi kebutuhan serta keinginan dari pendengarnya seperti dalam bidang keagamaan (dakwah).

⁵⁸Muh. Sabir Umar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 24 Juni 2019

Radio Mesra Fm dalam menyiarkan program-programnya tentu melewati tahap manajemen perencanaan, produksi, serta evaluasi program-program yang telah dijalankan. Proses ini manajemen ini akan lebih memudahkan radio mesra fm dalam memaksimalkan program-program yang sebelumnya agar menjadi lebih baik dari yang sebelumnya. Dalam menyiarkan dakwah radio mesra FM melewati proses perencanaan agar program acara yang disiarkan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat yang memiliki karakter, sifat, dan kebiasaan yang berbeda. Seperti halnya dakwah merupakan program-program yang ada setiap harinya dan telah disusun rencana penyiarnya.

Radio mesra FM dalam menyebarkan dakwah dan nilai-nilai keagamaan diselingi dengan program-program acara lain, seperti pendidikan, hiburan, moral, informasi, berita dan lain-lain sebagainya tanpa ada hal seperti menggurui, memaksa sehingga tetap nyaman diterima oleh kalangan pendengar, sehingga menciptakan keluarga muslim sejati dan dinamis, modern dan religius.

Radio mesra dalam mengembangkan dakwah pada solusi untuk menemukan jati diri muslim sejati. Menyebar nilai-nilai dakwah melalui aplikasi teknologi yang ada dalam kemasan program on air maupun of air yang di dalamnya selalu diselipkan dakwah, pendidikan, hiburan, pesan, informasi, serta moral dan layak diterima oleh masyarakat.

Strategi radio mesra FM dalam mempertahankan pendengar dakwah ditengah banyaknya perkembangan media massa yang lain seperti televisi, smartphone, surat kabar, terutama smartphone yang hampir semua orang menggunakannya dan tidak

peduli lagi dengan media yang lain, dengan berbagai kekurangan dari radio salah satunya yaitu, radio hanya dapat didengar dan tidak dapat melihat gambar.

Dari hasil wawancara tentang strategi dalam mempertahankan pendengar dakwah ditengah banyaknya media massa yang lain bapak Dhimas Akbar menyatakan “ketika awal munculnya televisi mungkin menjadi kekhawatiran, tetapi televisi dan radio mempunyai segmen sendiri begitupun dengan media yang lain kecuali internet (*smartphone*) ini perlu strategi khusus, makanya kita masuk ke platform digital seperti live streaming media sosial, semisalnya *facebook*, *youtube* dan *streaming website* yang tidak sekedar mendengarkan siaran radio tapi ada konten lain. Radio tidak hanya terbatas pada hanya mendengar denngan adanya media internet, sekarang radio bisa dilihat dan tidak berfokus pada konten siaran *on air*”.⁵⁹

Dari keterangan di atas dakwah melalui media radio tidak hanya terbatas pada radio pada zaman yang dulu, perkembangan zaman pada saat ini menuntut radio, salah satunya radio mesra FM untuk meningkatkan pola menyebar informasi , berita, pendidikan, hiburan, dan yang terpenting dakwah. Radio mesra dalam meningkatkan kualitas untuk memungkinkan seluruh lapisan masyarakat menerima informasi, berita, dan dakwah dengan masuk ke *platform* digital. *Platform* digital dapat menjadi alat yang efektif ditengah maraknya perkembangan *smartphone*, dengan platform digital ini masyarakat dapat mengakses acara radio mesra melalui media sosial, seperti live *streaming*, *facebook*, *website*, dan hal ini memungkinkan pendengar dalam usia muda maupun tua yang menggunakan *smartphone* dapat mengakses acara dari radio mesra FM bahkan informasi dan dakwah tersebut dapat diakses kembali dan berulang-ulang.

Dari hasil wawancara oleh bapak Muh. Sabir Umar menyatakan “ radio masih tetap punya style tersendiri sebagai media ringan, jika dibandingkan dengan televisi mesti kita fokus nonton, online (internet) mesti harus ada jaringan bagus serta mesti punya data, surat kabar punya masa deadline untuk rilis berita, radio sebaliknya dengan tv, sambil masak bisa didengar. Beda dengan internet tanpa jaringan dan data tetap bisa didengar, dan bedanya dengan koran aktual tanpa deadline rilis informasi”.⁶⁰

⁵⁹Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 24 Juni 2019

⁶⁰Muh.Sabir Umar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 24 Juni 2019

Dari keterangan diatas dapat tarik kesimpulan bahwa radio merupakan salah satu media massa yang bisa dijadikan alat untuk mendengar informasi, berita, hiburan, dan dakwah ditengah perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat. Radio mesra merupakan radio yang mengembangkan sayapnya di bidang dakwah dan selalu memiliki inovasi dan kreativitas untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas radio dengan mengikuti perkembangan zaman, agar radio tetap eksis dan tetap dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun pendengarnya.

Dari hasil wawancara oleh bapak Diemas Akbar menyatakan “ untuk minat dari masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan oleh radio Mesra telah kan ada jadwal setiap harinya, masyarakat akan mendengar dakwah setiap hari dengan program harian yang telah disusun radio mesra FM”.⁶¹

Dari keterangan di atas radio mesra dalam menarik masyarakat dalam mendengarkan dakwah berdasarkan jadwal program yang telah ditetapkan oleh radio mesra itu sendiri. Radio Mesra FM menerapkan strategi doktrin yaitu dengan jadwal yang tetap setiap harinya serta mengetahui apa yang dapat diterima oleh pendengar. Selain itu Radio Mesra FM untuk terus mempertahankan minat mendengarkan radio menerapkan strategi mempertahankan pendengar dan sasaran khalayak radio mesra.

Tujuan dari pengelompokkan sasaran khalayak Radio mesra yaitu untuk mendapatkan survey pendengar dan hasil survey akan membantu untuk meningkatkan proses produksi program radio untuk mendapatkan jumlah pendengar yang lebih banyak.karena itu diperlukan pengelolaan dan pengembangan program-program agar pendengar selalu ingin mendengarkan radio. Untuk menarik minat mendengarkan radio maka disusunlah strategi-strategi Radio Mesra FM untuk menarik perhatian pendengar.

⁶¹Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 24 Juni 2019

Dari hasil wawancara bapak Muh. Sabir Umar menyarankan adapapun strategi radio mesra yaitu kesesuaian penjadwalan program, pembentukan kebiasaan dengan cara penyajian program rutin dengan waktu yang sama dalam jangka waktu tertentu, penyimpanan sumber-sumber program, serta strategi untuk menarik daya massa yang mempunyai minat yang berbeda⁶²

Dari keterangan diatas Radio Mesra FM melakukan strategi kesesuaian seperti kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khlayak pendengar. Radio mesra FM membuat program-program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pendengarkan Radio Mesra pembuat penjadwalan yang tepat dengan keadaan masyarakat Kota Parepare yang penduduknya mayoritas sibuk.

4.4 Minat masyarakat kota Parepare terhadap dakwah Radio Mesra FM

Peningkatan minat masyarakat dalam mendengar radio mesra FM yaitu dengan menerapkan perencanaan yang telah disusun dalam jadwal program acara setiap harinya. Sedangkan untuk mendukung kualitas penyiaran radio mesra FM perlu adanya dukungan dari pihak pendengar dalam hal pengguna jasa penyiaran dari radio Mesra FM.

Ada beberapa media yang digunakan penyiar untuk mengundang pendengar yaitu: media sosial seperti youtube, facebook, dan platroon, melalui media tersebut masyarakat yang tidak bisa dijangkau oleh frekuensi wilayah bisa langsung menikmati siaran Radio Mesra FM melalui media tersebut.

“untuk penggemar radio mesra FM kami sediakan link yang bisa diakses oleh masyarakat secara umum bagi mereka yang ingin bergabung baik itu

⁶²Muh. Sabir Umar, *Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM*, Tanggal 19 November 2018

melalui media sosial facebook, youtube, dan website www.radiomesra.com”.⁶³

Para penggemar yang sudah mengetahui link dari Radio Mesra FM akan bergabung melalui beberapa media yang dikehendakinya. Kegiatan dari media yang disediakan ialah membagikan kegiatan mereka sehari-har, informasi, motivasi dan lain-lain sebagainya.

Akun media sosial difacebook mendapat perhatian dari masyarakat serta pengikut yang cukup banyak. Dari akun youtube terdapat like dan subscrabe berjumlah 345 dan difacebook sendiri berjumlah 1345 like. Dikedua akun media sosial tersebut Radio Mesra FM sering membagikan postingan dari siaran mereka.

Menu acara Radio Mesra FM

04.50	Open tune	Pembukaan Siaran
05.00-06.00	Ceramah Islamiyah	Ulama setempat
06.00-07.00	Mesra Musik Pagi 1	Lagu Pop Indonesia
07.00-07.15	Jelalaja Kota	Berita seputar Ajattapareng
07.15-08.00	Mesra Musik pagi 2	Lagu pop Indonesia
09.00-10.00	Obras (obrolan sana sini)	Masyarakat Kota Parepare
10.05-11.00	Branking News	Berita Nasional
11.00-11.05	DIGODA MESRA 1	Lagu dangdut
11.05-12.00	Branking news	Berita Nasional
12.00-12.05	DIGODA MESRA 1	Lagu dangdut

⁶³ Dhimas Akbar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 26 Januari 2020

12.05-12.30	Ceramah Islamiyah	Ulama setempat
12.30-15.00	BBM (belo-belo Mesra)	Lagu daerah Sulsel
15.00-15.15	Jelajah Kota	Berita seputar Ajattapareng
15.15-15.30	Nasyad dan Adzan	Selingan lagu nasyad dan azan Adzaar
15.30-17.00	MESRA HOTLINE	Lagu hits dan terbaru
17.00-19.00	Ceramah Islamiyah	Selingan lagu nasyad, dakwah, sholat magrib dan isyah
19.00-20.00	MMI (Mesra Musik India)	Lagu India
20.00-20.20	Jelajah Kota	Berita seputar Ajattapareng
20.20-21.00	Ceramah Islamiyah	Ulama setempat
21.00-23.00	M3 (Mesra Musik Malam)	Lagu hits dan terbaru
23.00	Closing Tune	Penutupan siaran

Radio Mesra FM membentuk kebiasaan dari penjadwalan yang telah diterapkan atau yang telah dibentuk oleh Radio Mesra FM. Radio Mesra FM menyajikan setiap program dengan rutin dengan menempatkan di waktu yang sama dengan jangka waktu yang tertentu. Dengan ini semakin lama waktu yang digunakan oleh pendengar untuk mendengarkan program acara yang disiarkan, maka akan diselipkan pemasangan iklan dan itu akan baik untuk pemasangan iklan.

Radio mesra FM masih mendapatkan tempat dihati khalayak, meskipun banyak media-media canggih saat ini dari hasil wawancara masyarakat sekitar parepare tentang dakwah yang disiarkan oleh radio Mesra FM.

Wawancara oleh bapak Nawir seorang pekerja bengkel mengatakan” saya menyukai program dakwah yang disiarkan oleh radio mesra FM, saya biasanya mendengarkan siaran-siaran keagamaan pada jam 5 sore. Saya menikmati siaran dakwah setelah bengkel saya tutup, saya menyukai program siaran dakwah karena tema yang diangkat berdasarkan apa yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Saya menikmati waktu luang saya untuk mendengarkan dakwah disela-sela waktu istirahat dan pekerjaan saya, dan saya menikmati sambil istirahat dari pekerjaan saya.”⁶⁴

Dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa minat masyarakat untuk mendengarkan dakwah di radio mesra FM masih menarik dikalangan pendengar. Dakwah tetap dapat di nikmati oleh pendengar setia radio mesra FM karena penjadwalan yang tepat sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat mendengarkan dakwah setelah pekerjaan mereka telah selesai.

Radio Mesra FM melakukan penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program suatu saat bisa dipakai lagi hanya saja bentuk penyajiannya yang berbeda dengan mengemaskan kembali program siaran yang ada. Daya penarik massa setiap pendengar memiliki minat yang berbeda-beda untuk itu program setiap radio sangat diperhatikan. Sehingga memungkinkan semua kalangan mendengarkan siaran radio.

4.5 Evaluasi Hasil Kerja Radio Mesra FM

Evaluasi dalam siaran radio penting untuk dilakukan untuk mengkaji kembali usulan program yang sudah dirumuskan dan untuk mengetahui keberhasilan dan kekurangan dalam sebuah program pengembangan kegiatan yang telah dilakukan

⁶⁴ Nawir, Wawancara oleh Penulis, Tanggal 28 Januari 2020

sebuah lembaga publik seperti radio, beserta tindakan yang saling terkait untuk mengukur pelaksanaan, berdasarkan kriteria dan tujuan.

Berdasarkan hasil wawancara oleh bapak Muh. Sabir Umar menyatakan “Evaluasi sebuah produksi siaran di pimpin produser beserta dihadiri seluruh para crew produksi. Evaluasi yang dilakukan meliputi kelemahan materi (isi program acara), kelemahan teknis sarana dan prasarana. Evaluasi dilakukan melalui laporan tertulis dari produser atau presenter tentang kendala yang dihadapi, feedback pendengar pada saat acara berlangsung atau melalui survei programming hingga mengadakan diskusi terbatas dan terarah”.⁶⁵

Dari keterangan di atas bahwa Radio Mesra melakukan kegiatan rutin yaitu evaluasi yang dihadiri oleh seluruh crew Radio Mesra FM. Evaluasi yang dilakukan oleh radio mesra ini membahas seluruh kekurangan selama proses produksi. Evaluasi yang membahas apa menjadi kelauman baik dari segi teknis sarana maupun teknis prasarana. Evaluasi yang dilakukan berupa evaluasi dalam bentuk tertulis yang menjadi laporan produser dan presenter tentang kendala-kendala yang dihadapi selama proses produksi.

Dari wawancara oleh bapak Muh. Sabir Umar yang menyatakan “Adapun evaluasi hasil kerja Radio Mesra FM sebagai berikut:

1. Evaluasi program, evaluasi ini mengkaji kembali usulan program yang sudah dirumuskan sebelum proyek itu dilaksanakan. Ini berkaitan dengan siapa (kelompok) sasaran program, lokasi, dan spesifikasi kelompok sasaran program tersebut. Apakah metode yang digunakan sudah mengenai program visi dan misi radio mesra FM dan sejauh mana peluang keberhasilan program yang akan dilaksanakan.
2. Evaluasi proses dan hasil. Evaluasi yang dilakukan untuk mengevaluasi seberapa jauh proses kegiatan yang telah dilaksanakan itu sesuai dengan kegiatan yang seharusnya dilaksanakan sebagaimana dirumuskan.⁶⁶

Dari pernyataan diatas Radio Mesra membagi evaluasi kerja menjadi 2 yaitu evaluasi program, evaluasi ini berfokus kepada materi yang disampaikan dan sasaran yang ingin ditujuh dan apakah program yang dibentuk oleh radio mesra berjalan sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai oleh radio mesra FM. Sedangkan

⁶⁵Muh. Sabir Umar, *Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM*, Tanggal 19 November 2018

⁶⁶Muh. Sabir Umar, *Wawancara oleh penulis di Radio Mesra FM*, Tanggal 19 November 2019

evaluasi proses dan hasil berupa evaluasi yang berfokus pada evaluasi pra siaran dan pasca siaran, yang membahas tentang sejauh mana perencanaan itu terlaksana dan apakah sudah sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan apa yang terjadi.

Kedua evaluasi ini merupakan evaluasi yang menurut pendapat saya sudah efektif karena sudah mencakup seluruh apa yang menjadi visi dan misi dari radio mesra yang memberikan yang terbaik yang dapat diterima secara hangat oleh seluruh lapisan masyarakat, serta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Evaluasi program, proses dan hasil sangat mendukung dan membantu crew dan presenter dalam mengevaluasi program yang sebelumnya menjadi lebih baik dari yang sebelumnya.

Adapun evaluasi hasil kerja program siaran Radio Mesra FM mengikuti kategorisasi jenis program siaran, sehingga akan menjadi pijakan ditahun-tahun berikutnya terutama dari dimensi kemasan. Adapun program acara yang ada di radio mesra FM sebagai berikut:⁶⁷

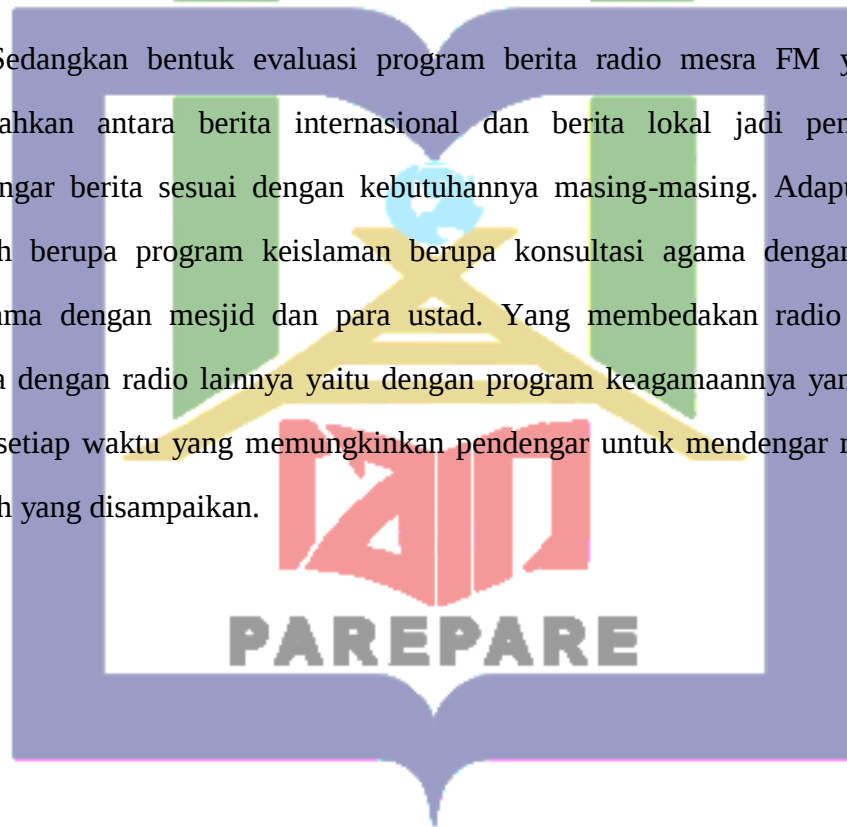
1. Program musik
Musik merupakan program utama semua radio, kreativitas penyajian program musik yang berakar pada beberapa aspek yaitu, a) geografis, program siaran yang hanya menyajikan musik Indonesia, India, Mandarin, atau Malaysia saja, b) penyanyi, program siaran yang menampilkan album dari penyanyi tertentu seperti Iwan Fals, Slank, dan lain-lain, c) jenis musik, program siaran yang menyajikan jenis musik tertentu saja seperti, dangdut, campuran dan klasik.
2. Program Berita dan Informasi
Setiap radio mempunyai program siaran berita, tetap tidak semua topik akrab ditelinga masing-masing pendengar. Program berita biasanya dekat dengan isu-isu aktual.
3. Program Talkshow Interaktif
Talkshow pada dasarnya kombinasi antara “seni berbicara” dan seni wawancara setiap orang pasti pandai berbicara. Program talkshow adalah obrolan, bincang-bincang dialog interaktif biasanya mendatangkan narasumber dan bintang tamu mengenai sebuah tema yang lagi aktual diperbincangkan. Terkadang juga program talkshow ini mengundang pendengar mengudara via telepon untuk menyampaikan opininya terkait dengan isu apa yang dibicarakan seolah-olah penyiar bertindak sebagai moderator.
4. Program Dakwah

⁶⁷ Muh. Sabir Umar, Wawancara oleh Penulis di Radio Mesra FM, Tanggal 19 November 2018

Radio Mesra FM sebagai salah satu media elektronik yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tentang pengajaran agama Islam. Radio mesra FM berusaha keras untuk menyiarkan program topik atau tema yang menarik yang dapat bermanfaat bagi masyarakat seajattapparang guna memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, radio mesra membentuk kepedulian terhadap kritis keagamaan di zaman era globalisasi ini.

Dari keterangan di atas bentuk evaluasi dari radio mesra yaitu dengan cara mengikuti lagu yang tren di pada masa dan tetap menyimpan beberapa program musik berupa kaset yang disimpan rapi di kantor radio mesra jadi sewaktu-waktu program tersebut dapat disiarkan kembali dan didengar oleh pendengar radio mesra FM.

Sedangkan bentuk evaluasi program berita radio mesra FM yaitu dengan memisahkan antara berita internasional dan berita lokal jadi pendengar bisa mendengar berita sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Adapun program dakwah berupa program keislaman berupa konsultasi agama dengan melakukan kerjasama dengan mesjid dan para ustad. Yang membedakan radio mesra yang lainnya dengan radio lainnya yaitu dengan program keagamaannya yang senantiasa disiarkan setiap waktu yang memungkinkan pendengar untuk mendengar materi-materi dakwah yang disampaikan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan observasi ke tempat penelitian sekaligus wawancara dengan beberapa narasumber dan mengelolah data-data yang terkumpul, maka didapatkan beberapa kesimpulan penting, kesimpulan ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah penelitian ini adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut:

- 5.1.1 Strategi radio mesra FM dalam mempertahankan pendengarnya tidak hanya terbatas pada siaran on air tetapi radio mesra menggunakan platfrom digital seperti *live streaming* media sosial, semisalnya *facebook*, *youtube* dan *streaming website* yang tidak sekedar mendengarkan siaran radio tapi ada konten lain. Radio tidak hanya terbatas pada hanya mendengar denngan adanya media internet, sekarang radio bisa dilihat dan tidak berfokus pada konten *siaran on air*”strategi yang digunakan manajemen Radio Mesra FM yaitu strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi penyimpangan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa.

Program-program Radio Mesra FM yaitu berupa program musik, berita dan informasi, Talkshow Interaktif, program dakwah, dunia anak dan dunia remaja.

- 5.1.2 Peningkatan minat masyarakat dalam mendengar radio mesra FM yaitu dengan menerapkan perencanaan yang telah disusun dalam jadwal

program acara setiap harinya. Strategi khalayak dibentuk berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, pengeluaran perbulannya, status ekonomi, serta pekerjaan.

- 5.1.3 Adapun bentuk evaluasi hasil kerja dari radio mesra FM yaitu berupa evaluasi program dan evaluasi proses dan hasil. Adapun evaluasi hasil siaran radio yaitu berupa evaluasi program musik, berita dan informasi, Talkshow Interaktif, program dakwah

5.2 Saran

Adapun saran dari penulis sebagai berikut:

- 5.2.1 Jadwal untuk program siaran keagamaan yang berada di hari jumat sebaiknya jam program diganti setelah sholat jumat, karena jam tersebut kurang efektif karena penempatan waktu yang kurang tepat, karena masyarakat pada umumnya khususnya kaum adam mempersiapkan diri untuk melaksanakan ibadah sholat jumat, jadi siaran keagamaan yang dilakukan secara interaktif tidak dapat dinikmati oleh orang-orang yang mempersiapkan diri untuk ke mesjid.
- 5.2.2 Blog radio Mesra FM perlu diperbaiki, karena didalam blog belum memberikan informasi yang jelas, penulis sudah mengakses nya beberapa kali tapi informasi dan beritanya tidak update sehingga beberapa informasi dan berita tertinggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari S.,1976. *Pokok-pokok Pikiran tentang Islam*, Jakarta: Interprises.
- Azis Abdul, 2006. *Jelajah Dakwah Klasik-Kontemporer*. Yogyakarta:Kencana.
- Departemen Agama RI, 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Jakarta : Pustaka Assalam.
- Hafidhuddin Fitriah Siska, 2014. "*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 RASFM Jakarta pada Program Cahaya Sore Pesantren On Air*". (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Didin, 2001.*Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Ikatan Bankir Indonesia,2015. *Strategi Komunikasi*, Jakarta: Gramedia,2015
- Juch Lawrence R dan William F. Glueck,1988. *Manajemen Stategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: PT. Erlangga.
- Kriantono Rachmat,2006. *Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Kustiawan Usep, 2016. *Media Radio sebagai Media Pembelajaran*, Malang: Gunung Samudra.
- Moleong Lexy J., 2004.*Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhyiddin Asep dan Agus Ahmad Syefai, 2002*Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung:Pustaka Setia.
- Mulyana Dedi, 2000. *Metode Penelitian Kualitaif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, 2003.*Metode Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- Munir M. dan Wahyu Ilahi, 2006.*Manajemen Dakwah*, Jakarta:Kencana.
- Nawawi Hadari,2002 *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*,Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Omar Toha Yahya, 2016. *Islam dan Dakwah* , Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima.
- Khomsahrial Romli,2016, *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo
- Rosdiana Arini 2011 "*Startegi Komunikasi Marketing Radio Dakta 107 FM dalam Meningkatkan Eksistensi di Kalangan Pendengar*". (Skripsi-UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Partanto Pius A dan M. Dahlan Al Barry,1994. *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola.

- Sadiyah Dewi, 2015. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Salam Abdus, 2014. *Manajemen Insani Dalam Bisnis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- S Alam, 2007. *Ekonomi*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Saifullah Jafar Putih, 2010. *Dakwah Tekstual*, Yogyakarta: AK Group Supratikno Handrawan, 2003. *Advanced Strategic Management, Back to Basic Approach*, Jakarta: PT. Gravindo Utama.
- Shihab M. Quraish, 2001. *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, Bandung: Mizan.
- Siagian Sondang, 1986. *Analisa serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Supratmo Tommy, 2006 *Berkarier di bidang Broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Syamsul Asep, M. Romli, 2004. *Broadcast Journalism*, Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia.
- Syafaruddin, 2005. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, Jakarta: Ciputat Press.
- Tery, George R dan Rue, Leslie W, 2005. *Principles Of Management Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman Husaini dan Purnama Setiady Akbar, 2006. *Metologi Penelitian Hukum* Bandung: Alfabeta Wahyudi Agustinus Sri 1996. *Manajemen Strategik; Pengantar Proses berfikir Strategik*, Binarupa Aksara..
- Wahid Din dan Jamhari Makruf, 2017. *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*, Ciputat: PT. Kharisma Putra Utama.
- Widjaja tunggal Amin, 1993. *Manajemen Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Yayat M. Herujito, 2001. *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: Grasindo.
- Zaidan dan Abdul kariem, 1998. *Ushul ad-Dakwah*, Jakarta: Ar-Risalah.
- Buwaethy Ahmad, *Dakwah dan Media Elektronik*, (<http://bimasislam.depag.go.id>, Diakses, 15 Februari 2018)





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PAREPARE

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 11 Soreang Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307
Po Box : Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 2910 /In.39/PP.00.9/11/2018
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KOTA PAREPARE
Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama : HALIMA
Tempat/Tgl. Lahir : BILA, 17 Agustus 1996
NIM : 14.3300.006
Jurusan / Program Studi : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : MALIMPUNG, KEL. MALIMPUNG, KEC. PATAMPANUA

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"STRATEGI MANAJEMEN RADIO MESRA FM DALAM MENINGKATKAN MINAT MENDENGARKAN DAKWAH DI KOTA PAREPARE"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **November** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

01 November 2018

A.n Rektor

Plt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)



Muhy. Djunaidi



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76. Telp. (0421) 25250, Fax (0421) 26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 2 November 2018

Nomor : 050 / 980 / Bappeda
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Pimpinan Radio Mesra FM Kota Parepare
Di -

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 2918/In.39/PP.00.9/11/2018 tanggal 1 Nopember 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada prinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : HALIMA
Tempat/Tgl. Lahir : Bila / 17 Agustus 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
A l a m a t : Malimpung, Kec. Patampunua, Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"Strategi Manajemen Radio Mesra FM Dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah Di Kota Parepare"

Selama : Tmt. Nopember s.d. Desember 2018
Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon diberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
KEPALA BAPPEDA
SEKRETARIS
BAPPEDA

SURAT KETERANGAN

Nomor: 063/IB/ RMS /10 /2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dimas Akbar

Jabatan : Kepala Studio

Yang menerangkan bahwa :

Nama : Halima

Nim : 14.3300.006

Pekerjaan/Program Studi : Mahasiswa IAIN Parepare/Manajemen Dakwah

Alamat : Malimpung, Kec. Patampanua

Judul Skripsi : "Strategi Dakwah Radio Mesra FM dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare"

Telah melakukan penelitian di Radio Mesra FM Kota Parepare, yang pelaksanaannya pada tanggal 2 November s.d 2 Desember.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Oktober 2019

Kepala Studio


Dimas Akbar

PT. RADIO SUARA MESRA

Jl. Bau Massepe No. 432 Lantai II PAREPARE 91114 Telp. (0421) 21256 - 23556 Fax (0421) 24756
E-mail : radiomesra@yahoo.co.id, web. www.radiomesra.com. Anggota PRSSNI No. 227-VIII-1973

PEDOMAN TEKNIK DAN INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

Judul Penelitian:	Strategi Manajemen Radio Mesra FM dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Dakwah di Kota parepare
Lokasi Penelitian:	Radio Mesra FM Jln. Bau Massepe No.423 Lt. 2 Kota Parepare
Objek Penelitian:	Strategi Karyawan/pengawai Radio Mesra dalam meningkatkan minat pendengarnya

1. Bagaimana strategi radio mesra FM dalam menarik minat mendegarkan dakwah ?
2. Apa faktor penghambat radio mesra fm?
3. Bagaimana cara radio mesra dalam mempertahankan pendengar dakwah?
4. Bagaimana program acara radio mesra?
5. Bagaimana minat masyarakat kota parepare terhadap di Radio Mesra FM?
6. Bagaimana strategi radio mesra dalam menyesuaikan penjadwalan?
7. Bagaimana evaluasi kerja radio mesra FM?

FOTO DUKUMENTASI PENELITIAN







SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : DIMAS AKBAR

Umur : 28

Jabatan : PENYIAR

Bahwa telah diwawancara oleh Halima untuk keperluan penelitian skripsi yang berjudul "strategi dakwah radio mesra FM dalam meningkatkan dakwah di kota parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, November 2018

Yang bersangkutan


DIMAS AKBAR

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : M. Sabir Umar
Umur : 48
Jabatan : DIREKTUR MARKETING

Bahwa telah diwawancara oleh Halima untuk keperluan penelitian skripsi yang berjudul "strategi dakwah radio mesra FM dalam meningkatkan dakwah di kota parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, November 2018

Yang bersangkutan



BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Halima, lahir di Bila, pada Tanggal 17 Agustus 1996. Penulis merupakan anak ke 2 dari 4 bersaudara yaitu dari pasangan Jamal dan Nurjannah. Penulis sekarang bertempat tinggal di Malimpung dusun Malimpung kec. Patampanua Kabupaten Pinrang. Penulis Memulai pendidikannya di Sekolah Dasar Negeri 130 Patampanua (2000), melanjutkan pendidikannya di SMP PGRI 2 Parepare (2008-2011), SMA Negeri 5 Pinrang (2011-2014), kemudian melanjutkan jenjang pendidikan ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2014 sampai dengan penulisan skripsi ini. Dan Lulus

Program sarjana (S1) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Manajemen Dakwah IAIN Parepare pada tahun 2020.

Penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor wilayah Kemenag Mamuju dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Maselle Kecamatan Maselle Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan.

Penulis mengajukan judul skripsi sebagai tugas akhir, yakni **“STRATEGI DAKWAH RAADIO MESRA FM DALAM MENINGKAT MINAT MENDENGARKAN DAKWAH DI KOTA PAREPARE”**