STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAI KAMTIBMAS DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI RADIO RBK 104,3 FM BANDAR LAMPUNG

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

SITI MUWAFIQOH FITRI
NPM. 1841010426

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag

Pembimbing II : Dr. Khairullah, S.Ag., M.A.

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1444 H/ 2022 M

ABSTRAK

Berkembangnya penggunaan teknologi berbasis internet kini, mulai marak. Hal ini, membuktikan bahwa perkembangan teknologi komunikasi sudah bisa dikatakan sangat pesat karena sudah dapat dijangkau sampai ke desa-desa. Tidak hanya internet tapi masih banyak teknologi yang berkembang, salah satunya media informasi yang memberikan peran penting dalam penyebaran informasi atas suatu pemberitaan adalah media penyiaran dalam hal ini radio. Maka sudah sewajarnya memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menyampaikan pesan dakwah secara luas. Salah satu media yang menyebarkan pesan dakwah yakni radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung.

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi komunikasi yang digunakan Dai Kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik purposive sampling, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi non partisipan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, strategi komunikasi dakwah yang digunakan Dai Kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung meliputi beberapa aspek yaitu kemampuan melihat segmen pendengar, strategi penggunaan bahasa, strategi memilih materi yang aktual, dan strategi menghindari konflik. Strategi Dai Kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung jika dikaitkan

berdasarkan teori Lasswell maka efek yang didapat dari siaran dakwah tersebut adalah menjadikan komunikator mengajak komunikan ke arah yang positif dan startegi dalam bentuk isinya menggunakan pendekatan informatif dimana bentuk isi pesannya bertujuan untuk memengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Dakwah, Dai Kamtibmas, Radio.

ABSTRACK

The development of the use of internet-based technology is now starting to bloom. This proves that the development of communication technology can be said to be very fast because it can be reached to villages. Not only the internet, but there are still many developing technologies, one of which is information media that plays an important role in disseminating information on a news report, namely broadcast media, in this case radio. So it is natural to take advantage of technological developments to convey the message of da'wah widely. One of the media that spreads the message of da'wah is RBK 104.3 FM radio in Bandar Lampung.

The main problem in this research is how the Da'wah Communication Strategy of Dai Kamtibmas in conveying da'wah messages on RBK 104.3 FM Radio Bandar Lampung. The purpose of this study was to find out how the communication strategy used by Dai Kamtibmas in conveying da'wah messages on RBK 104.3 FM Radio Bandar Lampung. This research is a qualitative research with purposive sampling technique, the data collection methods used in this study are interviews, non-participant observation and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

Based on the research conducted, the da'wah communication strategy used by Dai Kamtibmas in delivering da'wah messages on Radio RBK 104.3 FM Bandar Lampung includes several aspects, namely the ability to see listener segments, strategies for using language, strategies for choosing actual material, and strategies for avoiding conflicts. Dai Kamtibmas' strategy in conveying da'wah messages on Radio RBK 104.3 FM Bandar Lampung, if linked based on Lasswell's

theory, the effect obtained from the da'wah broadcast is to make the communicator invite the communicant to a positive direction and strategy in the form of its content uses an informative approach where the form of the message content aims to influence the audience by providing information.

Keywords: Da'wah Communication Strategy, Dai Kamtibmas, Radio.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Siti Muwafiqoh Fitri
NPM	: 1841010426
Jurusan	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas	: Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Oktober 2022

Penulis,

Siti Muwafiqoh Fitri

NPM : 1841010426

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Alamat:JL Letkol H Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131 Telp.(0721)783260 Fax: 780422

PERSETUJUAN

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAI KAMTIBMAS DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI RADIO RBK 104,3 FM BANDAR LAMPUNG.**

Nama : **Siti Muwafiqoh Fitri**
NPM : **1841010426**
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Abdul Syukur, M.Ag	**Dr. Khairullah, S.Ag., M.A**
NIP: 196511011995031001	**NIP: 197303052000031002**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dr. Khairullah, S.Ag., M.A
NIP: 197303052000031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Kode Pos 35131, Telp. (0721) 780887

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung."** Disusun oleh **Siti Muwafiqoh Fitri,** NPM : **1841010426,** Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah pada hari/tanggal: 16 September 2022.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang	**: Dr. Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I**	(.....)
Sekertaris	**: Sri Wahyuni, M.Sos**	(.....)
Penguji I	**: Dr. H. Rosidi, MA**	(.....)
Penguji II	**: Dr. Abdul Syukur, M.Ag**	(.....)
Penguji Pendamping	**: Dr. Khairullah, S.Ag., MA**	(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dr. Abdul Syukur, M. Ag
NIP. 196511011995031001

MOTTO

اُدْعُ اِلٰى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهٖ وَهُوَ اَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk."

(QS.An Nahl [16] : 125)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati Skripsi ini kupersembahkan kepada orang-orang yang kusayangi dan selalu memberikan support.

1. Terimakasih yang tak terkira kepada kedua orang tua yang aku sayangi dan cintai, Bapak Aliudin dan Ibu Sainah yang selama ini telah membesarkan, membiayai pendidikan hinga kejenjang tinggi seperti saat ini, serta selalu memberikan do'a, bimbingan dan tak pernah lelah untuk selalu mengingatkanku dalam segala hal kebaikan.
2. Kakak dan adikku yang aku sayangi Muhammad Ulumuddin dan Ahmad Humanma Atsir selalu memberikan motivasi dan semangat.
3. Keluarga besar Bapak Muntahar (Alm) dan Ibu Sari yang selalu memberikan dukungan.
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung semoga tetap terjaga kejayaannya dalam berjuang.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kampung Umbul Rakup, Bandar Lampung pada tanggal 11 Januari 2000. Penulis yang bernama lengkap Siti Muwafiqoh Fitri adalah anak ke-dua dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Aliudin dan Ibu Sainah. Memulai pendidikan di Taman Kanak-kanak (TK) Kasih Ibu Bandar Lampung pada tahun 2005-2006. Berlanjut ke Madrasah Ibtidaiyah Negri (MIN) 5 Sukarame Bandar Lampung pada tahun 2006-2012. Melanjutkan kembali pendidikan di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Ihya Kaduronyok Pandeglang Banten, pada tahun 2012-2015, kemudian terus melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah (MA) Al-Ihya Kaduronyok Pandeglang Banten, pada tahun 2015-2018. Dan pada tahun yang sama penulis masuk di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).

Aktif mengikuti berbagai kegiatan intra maupun ekstra kampus UIN Raden Intan Lampung, seperti UKM dan pelatihan serta seminar maupun webinar. Serta tergabung dan menjadi salah satu pelopor pendirian organisasi sosial bernama GEMARI (Gerakan Mahasiswa Rajut Indonesia).

Bandar Lampung, Oktober 2022

Siti Muwafiqoh Fitri
NPM : 1841010426

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi guna memenuhi syarat dalam penyelesaian studi pada tingkat Strata Satu (S1) dengan judul **"Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung"**. Sholawat beserta salam semoga senantiasa selalu tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabatnya dan pengikutnya semoga rahmat dan hidayah selalu dilimpahkan padanya. Aamiin.

Penyusunan skripsi ini dilakukan guna memenuhi salah satu tugas akhir serta melengkapi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Terwujudnya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis juga bermaksud menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah banyak membantu penulis sehingga dapat tersusunnya Proposal ini, antara lain penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah , S.Ag., M.A. dan Ibu Ade Nur Istiani. M.I.Kom., selaku Ketua dan Sekretaris Program

Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi.

3. Pembimbing I Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag dan Pembimbing II Dr. Khairullah, S.Ag., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan pengarahan sejak awal sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen/Asisten Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Kepada struktur organisasi Radio Bunda Kandung 104.3 Fm yang telah banyak membantu dan memberikan informasi, khususnya untuk Bapak Faizil Kusuma dan Ibu Sonia.
6. Kepada para narasumber penelitian Bapak Ustadz Sulaiman Bardan, Bapak Ustadz Agus Hermanto, Bapak Ustadz Abdul Qodir Jaelani, Bapak Ustadz Rusdi.
7. Terimakasih diriku yang selalu semangat dan berusaha untuk bertahan dalam melewati semua lika-liku perjalanan ini.
8. Seluruh Keluarga Besar Penulis, Bapak ibu tercinta, ka ulum dan asir yang selalu memberi keceriaan, dorongan, dan semangat kepada penulis.
9. Kepada sahabat skripsian, Tri Adellia, Nabila Aisya Putri, Desti Nurul Muna yang telah menemani hari-hari penulis, mau bertukar pendapat serta selalu memberikan dukungannya
10. Keluarga Besar KPI G Angkatan 2018 teman-teman seperjuangan ku yang selama ini selalu bersama berbagi cerita, canda dan tawa.
11. Semua pihak, yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas do’a dan dukungannya.

Semoga atas bantuan semua pihak yang tidak semua bisa penulis sebutkan hanya Allah SWT yang membalasnya dan menerima segala amal kebaikannya, Aamiin Ya Robbal Alamiin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu untuk kesempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi dan bagi para pembaca dan umumnya.

Bandar Lampung, Oktober 2022
Penulis

Siti Muwafiqoh Fitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ..... **vii**
PERSETUJUAN ..... **viii**
PENGESAHAN ..... **ix**
MOTTO ..... **x**
PERSEMBAHAN ..... **xi**
RIWAYAT HIDUP ..... **xii**
KATA PENGANTAR ..... **xiii**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xx**

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul 1
B. Latar Belakang Masalah 4
C. Fokus Penelitian 8
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian 8
F. Manfaat Penelitian 8
G. Kajian Penelitian Terdahulu 9
H. Metode Penelitian 11
I. Sistematika Pembahasan 15

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI DAN RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Strategi Komunikasi Dakwah
1. Pengertian Strategi 17
2. Tahap-Tahap Strategi 18
3. Pengertian Komunikasi 19
4. Elemen Komunikasi 21
5. Strategi Komunikasi 23

6. Komunikasi Dakwah..... 27
7. Strategi Dakwah..... 29
8. Unsur-Unsur Dakwah 29
9. Metode Dakwah..... 30
10. Sumber Metode Dakwah 32
11. Tujuan Dakwah.....
B. Radio Sebagai Media Dakwah
1. Pengertian Radio..... 33
2. Karateristik Radio..... 34
3. Kelebihan dan Kelemahan Radio 35
4. Radio Sebagai Media Dakwah..... 36
BAB III GAMBARAN UMUM DAN STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH DA'I KAMTIBMAS MELALUI RADIO RBK 104,3 FM BANDAR LAMPUNG
A. Gambaran Umum Radio RBK 104,3 FM 43
1. Sejarah Radio RBK (Radio Bunda Kandung) 43
2. Visi Misi Radio RBK (Radio Bunda Kandung) ... 44
3. Identitas Profil Radio RBK (Radio Bunda Kandung) 44
4. Struktur Organisasi Radio RBK (Radio Bunda Kandung) 45
5. Program Siaran Radio RBK (Radio Bunda Kandung) 46
B. Program Siaran Dakwah Da'i Kamtibmas..... 48
1. Sejarah Program Acara Da'i Kamtibmas..... 48
2. Program Acara Siaran Da'i Kamtibmas 49
3. Pesan-Pesan Dakwah Da'i Kamtibmas..... 51
4. Komunikasi Dakwah Da'i Kamtibmas 52
a. Kemampuan Melihat Segmen Pendengar 53
b. Strategi Pengunaan Bahasa 55
c. Strategi Memilih Materi Yang Aktual 57

d. Strategi Menghindari Terjadinya Konflik 59
BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAI KAMTIBMAS MELALUI RADIO RBK 104,3 FM BANDAR LAMPUNG
A. Kemampuan Melihat Segmen Pendengar 63
B. Strategi Pengunaan Bahasa 68
C. Strategi Memilih Materi Yang Aktual 69
D. Strategi Menghindari Terjadinya Konflik 70
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Identitas Radio RBK 104,3 FM 44
Tabel 2 : Acara Program Radio RBK 104,3 FM 47
Tabel 3 : Jadwal Siaran Dai Kamtibmas 50
Tabel 4 : Pekerjaan Pendengar 55
Tabel 5 : Usia Pendengar 55
Tabel 6 : Berdasarkan Musik 55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Judul
Lampiran 2 : Surat Perubahan Judul
Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian
Lampiran 5 : Pedoman Wawancara
Lampiran 6 : Kartu Konsultasi
Lampiran 7 : Turnitin
Lampiran 8 : Dokumentasi

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kesempatan ini penulis akan menjelaskan apa yang dimaksud dari judul penelitian ilmiah. Adapun judul penelitian ilmiah yaitu **"Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung"**

Strategi, adalah konsep atau upaya untuk mengerahkan potensi sumber daya ke dalam rangkaian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[1] Strategi, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.[2]

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya strategi komunikasi menyatakan bahwa sesunggunya suatu strategi adalah, keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas.[3].

Komunikasi, Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yakni *communicare* yang artinya menyampaikan pesan. Komunikasi mengandung makna bersama-sama *(common)*. Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya

---

[1] Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), 165

[2] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pusat Bahasa, 2008), 1529.

[3] Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* , (Bandung PT Remaja Rosdakarya, 2018), 5.

communis yang bermakna umum atau bersama-sama.[4] Komunikasi adalah proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lainnya agar tejadi saling mempengaruhi diantara kedua pihak.[5]

Dakwah secara bahasa berasal dari bahasa Arab "*da'wah". Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal, 'ain,* dan *wawu.* Dari ketiga huruf asal ini terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang , minta tolong, meminta, memohon, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi dan meratapi.[6]

Merurut M. Arifin dakwah merupakan "suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamatan terhadap ajaran agama, messsage yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan".

Strategi Komunikasi Dakwah merupakan sebuah perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator (dai) untuk merubah perilaku komunikan (masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi komunikasi dakwah merupakan kepiawaian seorang dai dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu. Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi komunikasi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh dai akan memiliki dampak cukup signifikan. Elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator.

---

[4] Eddy Sanusi Silitonga, *Strategi Komunikasi dalam Bisnis,* (Cipta Media Nusantara, 2020) h. 1

[5]Ibid, 5.

[6] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah edisi revisi*, (Jakarta:Prenamedia Group,2004), 6.

Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.[7]

Dai Kamtibmas, maksud dari kata Dai Kamtibmas adalah perorangan atau kelompok yang mempunyai kemampuan memberikan dakwah atau siraman rohani agama Islam yang berkaitan dengan kamtibmas (keamanan dan ketertiban masyarakat) untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, kesadaran hukum masyarakat serta ketaatan warga masyarakat terhadap hukum dan peraturan perundang-undangan.

Dalam menyampaikan pesan, sekarang radio merupakan salah satu sarana informasi yang cukup efektif di zaman sekarang ini karena radio memiliki sifat langsung apalagi di zaman era modern ini dengan adanya streaming para pendengar bisa menggunakan handphone untuk mendengarkan, dalam arti pesan yang disampaikan oleh radio akan langsung sampai pada audiensnya, ditambah keunggulan lainya seperti tidak mengenal jarak, dan dapat dinikmati kapanpun. Hal ini yang membuat radio menjadi sarana yang efektif untuk berdakwah dan menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*). Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu.[8]

---

[7] Bustanol Arifin, Strategi Komunikasi Dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2, N o. 2, 2018. http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik.

[8] Asep Syamsul, *Broadcast Jurnalism Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Wraiter* (Bandung : Nuansa,2010), h. 19

RBK 104,3 FM Bandar Lampung adalah nama dari Radio RBK (Radio Bunda Kandung) yang beralamatkan di Jl. Sultan Agung No.1 Wayhalim Bandar Lampung.

Dari penjelasan di atas, dapat penulis tegaskan bahwa keseluruhan dari judul penelitian ini adalah untuk mengkaji Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Radio RBK 104,3 FM. Yang penulis maksud adalah bagaimana strategi komunikasi dakwah dai dalam menyampaikan pesan dakwah untuk disampaikan kepada komunikan (pendengar) melalui program dai kamtibmas di Radio RBK 104,3 FM yang disiarkan disetiap pukul 17.00-18.00 WIB pada hari senin sampai jumat sore hari.

B. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya penggunaan teknologi berbasis internet kini, mulai marak dikalangan anak-anak, remaja, bahkan orang tua. Hal ini, membuktikan bahwa perkembangan teknologi komunikasi sudah bisa dikatakan sangat pesat karena sudah dapat dijangkau sampai ke desa-desa. Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi ini, akan dapat mempermudah kegiatan seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Sehingga, tidak ada lagi jarak dan waktu yang tidak dapat dijangkau oleh manusia dalam berkomunikasi dimana berada manusia dapat melakukan kegiatan komunikasinya dengan siapapun dan melalui media apapun yang berkembang saat ini.

Penggunaan teknologi bukan hanya di internet tetapi masih banyak teknologi yang berkembang sampai sekarang seperti televisi, radio, media cetak dan lain-lainnya. Salah satu media informasi yang memberikan peran penting dalam penyebaran informasi atas suatu pemberitaan adalah media penyiaran dalam hal ini radio. Meskipun pada awalnya media penyiaran dipandang sebelah mata oleh banyak orang, namun hal tersebut berubah saat radio menyelamatkan banyak orang

yang berada dalam sebuah kapal dan akhirnya pada tahun 1925-1930, sebanyak 17 juta pesawat radio terjual pada masyarakat dan dimulailah era radio menjadi media massa.[9]

Melihat manfaat teknologi informasi sekarang ini, sudah sewajarnya hal yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia yaitu ajaran-ajaran Islam menyesuaikan perkembangan ilmu pengetahuan dengan teknologi, yakni dengan memanfaatkan hasil penemuan teknologi informasi untuk menyiarkan dakwah Islam salah satunya adalah radio.

Dalam melaksanakan komunikasi dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efesien, melalui radio maka suara dapat dipancarkan keberbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas jika dakwah dilakukan melalui radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian maka dakwah akan mampu komunikan yang jauh dan tersebar, efektifitas dan efisiensi ini juga akan terdukung jika seorang dai mampu memodifikasi dakwah dalam metode ceramah atau bentuk-bentuk siaran lainya.

Komunikasi dakwah masa lalu, dilakukan dengan tatap muka langsung secara personal ataupun berkelompok. Sesuai dengan perkembangan zaman teknologi, dunia dakwah menjadi berubah, dengan menggunakan teknologi informasi sekarang komunikasi dakwah bisa dinikmati tidak hanya pada satu tempat atau oleh satu kelompok saja namun bisa dinikmati oleh seluruh dunia dan kalangan.[10]

Menurut Mc. Luhan, sebagaimana dikutip oleh Morrison teknologi media telah menciptakan revolusi ditengah masyarakat sudah tergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat

---

[9] Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelolah Radio dan Televisi* (Jakarta: 10 Prenada Media Group. 2008), 3.

[10] Naifu. *Dakwah Media Massa*, dari http://naifu.wordpress.com, diakses 10 Oktober 2021

menggunakan teknologi. Ia melihat, media berperan menciptakan dan mengelola budaya.[11]

Saat ini komunikasi dakwah melalui radio merupakan salah satu sarana yang tepat sebagai media untuk memberikan pemahaman nilai-nilai Islam kepada masyarakat muslim. Radio RBK 104,3 FM Lampung hadir sebagai salah satu radio yang mengemas keselarasan antara program dakwah dan informasi tanpa meninggalkan fungsi radio sebagai media hiburan yang di sajikan dengan tutur bahasa yang baik.

Islam adalah agama dakwah yang memuat berbagai petunjuk agar manusia secara individual menjadi manusia yang baik, beradab dan berkualitas. Islam juga dikatakan sebagai agama dakwah karena penyebaran Islam dilakukan dengan santun, bijak dan penuh kasih sayang.[12] Adapun tujuan program dakwah dan penerangan agama, tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawa oleh para dai atau penerang agama.

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Dengan adanya Islam dan Nabi Muhammad sebagai penutup para nabi dan rasul, maka dakwah diwajibkan kepada semua manusia dalam mengajak yang ma'ruf dan mencegah yang munkar. Sehingga kewajiban tersebut menjadikan dakwah sampai menyentuh seluruh aspek kehidupan masyarakat. Karena tujuan risalah dakwah adalah mengenal sang pencipta yaitu Allah SWT dan menjalankan perintah serta meninggalkan apa

---

[11]Morissan, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid, *Teori Komunikai Massa* (Bogor:GhaliaIndonesia,2010), 30.

[12] Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Sleman: Deepublish, 2018) , 4.

yang dilarang- Nya.[13] Sedangkan kewajiban dakwah tersebut sesuai dalam surat Al-Imran ayat 104 yaitu :

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ اُمَّةٌ يَّدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُوْنَ
بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

"dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mecegah dari yang munkar merkalah orang yang beruntung." (QS.Ali Imran [4] : 104)

Oleh sebab itu, dakwah merupakan keharusan bagi umat Islam, begitu pula dengan amar ma'ruf nahi munkar harus tetap dilaksanakan dalam kondisi apapun, kapanpun dan dimanapun. Seperti yang terdapat dalam surat Al-Imran ayat 110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ اُمَّةٍ اُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ
وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُوْنَ بِاللّٰهِ ۗ وَلَوْ اٰمَنَ اَهْلُ الْكِتٰبِ
لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ ۗ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُوْنَ وَاَكْثَرُهُمُ الْفٰسِقُوْنَ

"Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik." (Q.S. Al-Imran [4] : 110)[14]

Berdasarkan paparan di atas, penulis bermaksud meneliti strategi dakwah di radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung

---

[13] Arifin Zain, Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis, *Jurnal At-Taujih Bimbingan dan Konseling Islam* Vol. 2 No. 1, 2019, 40. https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Taujih/article/view/7209/4180

[14] Ibid. 47.

berfokus pada strategi dai kamtibmas di radio RBK 104,3 FM, lebih umumnya pada strategi komunikasi dakwah dai kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, agar penelitian ini tidak melebar sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penulis. Maka penelitian difokuskan pada Strategi Komunikasi Dakwah yang digunakan oleh Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Untuk menjawab permasalahan yang penulis pertanyakan, maka penelitian ini dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh dai kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di radio RBK 104,3 FM ?

E. Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentu memiliki tujuan positif bagi penulis maupun yang membaca. Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh dai kamtibmas dalam menyampaikan pesan dakwah di radio RBK 104,3 FM.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan kontribusi dan informasi bagi studi-studi selanjutnya khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang mempelajari tentang ilmu dakwah. Dan dapat memberikan gambaran tentang penggunaan media

massa khususnya radio yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah Islam.

2. Kegunaan Praktis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan kontribusi serta menambah wawasan bagi kalangan praktisi dakwah dan aktivis dakwah serta memberikan masukan terhadap para praktisi penyiaran terhadap pemanfaatan media elektronik sebagai media dakwah dengan kemasan yang lebih kreatif dan menarik. Dan dapat memberi pengatahuan mengenai program dakwah di radio yang menarik.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian tentang **"Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung"**. Penulis mengacu ke beberapa pemikiran dan pembahasan yang digunakan, antara lain :

1. Skripsi Woro Purdiningtiyas (2018) Strategi Komunikasi Penyiaran dalam Menyampaikan Pesan-pesan Dakwah di Radio Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.[15] Dalam skripsi tersebut peneliti membahas mengenai srategi komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah menggunakan media Radio. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian yang di lakukan oleh Woro Purdiningtiyas adalah terletak pada nama program dakwah yang diteliti, tempat penelitian, dan fokus strategi yang digunakan, fokus strategi yang digunakan oleh penulis adalah sisi strategi yang digunakan

[15] Skripsi Woro Purdiningtiyas "strategi komunikasi penyiaran dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah di Radio Lampung".(Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. 2018)

oleh Dai, sementara fokus yang dilakukan oleh Woro Purdiningtiyas adalah strategi dari sisi teknik penyiar.

2. Skripsi Siti Fathonah (2021) Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Media Radio Sebagai Media Siaran Dakwah (Studi Radio Bunda Kandung 104,3 FM Bandar Lampung)[16]. Dalam skripsi tersebut peneliti membahas mengenai persepsi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam terhadap media Radio sebagai media siaran dakwah. Perbedaan penelitian dengan penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Fathonah adalah terletak pada bentuk sampel yang diambil dari penulis penelitian. Penulis penelitian mengambil sampel dari orang-orang yang berada dilingkup Dai Kamtibmas yang berada di Radio yang diteliti, sementara peneliti Siti Fathonah lebih mengedepankan persepsi dari mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
3. Skripsi Ulya Afifah (2019) Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar.[17] Dalam skripsi tersebut peneliti membahas strategi komunikasi penyiar Radio dakwah dalam meningkatkan jumlah pendengar Radio. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulya Afifah adalah terletak pada nama program dakwah yang diteliti, tempat penelitian, serta fokus pada tujuan penggunaan media. Fokus strategi yang digunakan oleh penulis adalah strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh dai sementara fokus yang dilakukan oleh Ulya Afifah

---

[16] Skripsi Siti Fathonah "Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Media Radio Sebagai Media Siaran Dakwah (Studi Radio Bunda Kandung 104,3 FM Bandar Lampung)". (Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2021)

[17] Skripsi Ulya Afifah, "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar", (Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah Institut Agama Islam (IAIN) Salatiga,2019)

adalah strategi kiat-kiat komunikasi yang digunakan penyiar dalam menarik pendengar.

H. Metode Penelitian

Untuk dapat memahami dan memudahkan pembahasan masalah yang telah dirumuskan, serta untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka perlu adanya metode penelitian yang cocok dan sesuai untuk menyimpulkan. Agar penelitian ini berjalan, data-data yang lengkap dan tepat, maka diperlukan metode-metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research)* yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian.[18] Penelitian ini dilakukan di Studio Radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung.

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian.[19] Penelitian diskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

---

[18] Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta:Rineka Cipta,2011), 96.

[19] Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta:Salemba Empat,2016), 13.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya (dari tangan pertama).[20] Adapun dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dengan empat dai yang bertugas di radio yang menjadi populasi dan sampel penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Misalnya catatan atau dokumentasi berupa majalah, internet, buku, jurnal, laporan keuangan dan lain-lain.[21] Adapun dalam penelitian ini data sekunder bersumber dari buku-buku referensi, internet, skripsi, jurnal ataupun situs-situs lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini antara lain dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun penjabaran dari ketiga metode tersebut antara lain sebagai berikut:

1.) Observasi

Observasi adalah proses pengamatan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, mulut dan kulit. Yang dimaksud metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data

---

[20] Ismail Nurdin, Sri hartati, *Metode Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019), 172.

[21] Ibid.

penelitian ini dapat diamati oleh peneliti melalui penggunaan panca indra.[22]

Dalam penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi non partisipan. Penulis berlaku sebagai pengamat dan tidak mengambil bagian kehidupan yang diobservasi dengan tujuan agar dapat diperoleh keterangan yang objektif. Alasan penulis mengunakan metode ini adalah dapat mengingat-ingat lebih banyak atas fenomena yang perlu dicatat terhadap kondisi yang ada pada tempat penelitian. Yang diamati disini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas di Radio RBK 104,3 FM dalam menyampaikan pesan dakwah pada komunikan (pendengar).

Dalam hal ini peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian yaitu di Studio Radio RBK 104,3 FM Lampung yang menjadi sasaran peneliti untuk melakukan pengamatan.

2.) Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab.[23] Dengan wawancara peneliti dapat memperoleh banyak data yang berguna bagi penelitiannya. Tipe wawancara yang penulis gunakan ialah wawancara tidak terstruktur. Adapun untuk pengumpul data wawancara ini peneliti tujukan kepada dai yang berdakwah di radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung.

---

[22] Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* , (Jakarta: Prenada Media. 2005) , 134.

[23] Djaman Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta cv,2014), 46.

3) Dokumentasi

Dokumentasi ialah mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkip, dan buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Dapat juga dikatakan bahwa teknik ini dalam pengumpulan datanya tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen. Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang berhubungan dengan gambaran umum atau obyek yang diteliti, dan dokumentasi yang diharapkan dapat diperoleh adalah berupa sejarah berdirinya, data-data mengenai profil, visi, misi, dan tujuan Radio RBK 104,3 FM Lampung.

4. Analisis Data

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

Adapun analisis data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data, merangkum dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan tujuan untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama pengumpulan data di lapangan.
2. Penyajian data, menyajikan informasi yang tersusun untuk dapat melakukan penarikan kesimpulan.
3. Penarikan kesimpulan, setelah melalui tiga tahap sebelumnya langkah selanjutnya adalah mengambil

kesimpulan. Isi kesimpulan mencakup semua informasi penting yang ditemukan dalam penelitian.[24]

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam pembahasan skripsi ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang dibagi menjadi lima bab, diantaranya:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini.

Bab II Landasan Teori

Bab ini, memuat uraian tentang landasan teori yang digunakan oleh penulis sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Yang terdiri dari 2 Sub Bab, diantaranya:

Bab Pertama, membahas tentang strategi komunikasi dakwah; *Bab Kedua* berisi tentang Radio sebagai media dakwah.

Bab III Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek yang diteliti dan strategi komunukasi dakwah dai kamtibmas dalam penyampaian pesan dakwah melalui radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung, serta penyajian data atau fakta terkait penelitian.

Bab IV Analisis Penelitian

Bab ini berisi tentang analisis penulis terhadap data-data penelitian. Kemudian selanjutnya menghasilkan temuan penelitian.

---

[24] Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 122.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisi tentang simpulan berupa pernyataan singkat tentang strategi komunikasi dakwah dai kamtibmas di radio RBK 104,3 FM Bandar Lampung.

BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DAN RADIO SIARAN

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani "stratego" yang terdiri dari kata "strato" yang artinya tentara dan "ego" yang artinya pemimpin. Dalam pengertiannya strategi dapat bermakna sebagai siasat atau cara untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu strategi dapat diartikan sebagai serangkain manuver umum yaitu siasat atau cara yang dilakukan untuk menghadapi musuh di medan pertempuran.

Strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi. Disertai penyusunan suatu cara bagaimana agar tujuan tersebut tercapai.[1]

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik soperasionalnya.[2]

Jadi dapat disimpulkan oleh penulis bahwa strategi sangat dibutuhkan oleh semua perusahaan atau organisasi dan bahkan oleh individu dalam upaya mencapai tujuan karena dengan adanya strategi yang telah dibuat dan direncanakan akan mudah untuk mencapai suatu sasaran yang diperlukan. Dengan penerapan strategi akan menjadi perusahaan atau

---

[1] Akhyar Abdullah, dkk, *Membangun Loyalitas Sumber Daya Manusia*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), 107.

[2] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Rosda, 2007), 32.

organisasi yang dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

2. Tahap – Tahap Strategi

Penyusunan strategi dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

a. Perumusan strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi. Perumusan Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dan kesempatan dan ancaman lingkungan dilihat dari kekuatan dan kelemahan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan. [3]

Perumusan strategi dilakukan dengan menganalisis situasi. Analisis situasi mengharuskan para manajer untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman-ancaman dan kelemahan-kelemahan internal.[4]

b. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan dan memilih strategi yang telah ditetapkan ma ka langkah selanjutnya ialah implementasi strategi. Implementasi strategi adalah proses dimana strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Untuk mendukung implementasi strategi yang telah disusun, para manajer devisi dan wilayah fungsional harus bekerja sama dengan rekan manajer lainnya dalam

---

[3] David,Thomas L.Wheleen, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta:Andi,2003), 13.
[4] Ibid, 15.

mengembangkan program, anggaran, dan prosedur yang diperlukan.

Implementasi strategi sering pula disebut sebagai tindakan dalam strategi karena implementasi berarti juga mobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan. [5]

c. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dalam strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi adalah proses yang melalui aktivitas-aktivitas dan hasil kerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Evaluasi Strategi juga di perlukan karena keberhasilan yang dapat dicapai dapat diukur untuk menetapkan tujuan berikutnya.

3. Pengertian Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yakni *communicare* yang artinya menyampaikan pesan. Komunikasi mengandung makna bersama-sama *(common)*. Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata Sifatnya communis yang bermakna umum atau bersama-sama.[6]

Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaanya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung).[7]

---

[5] Fred R.David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta : Salemba Empat, 2002), 198.

[6] Eddy Sanusi Silitonga, *Strategi Komunikasi dalam Bisnis*, (Cipta Media Nusantara, 2020) 1.

[7] Wahyu ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakrya,2010), 3.

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lainnya agar tejadi saling mempengaruhi diantara kedua pihak.[8]

Secara umum ragam tingkatan komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia.
b. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik. Dalam komunikasi ini jumlah perilaku yang terlibat pada dasarnya bisa lebih dari dua orang selama pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.
c. Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam Sendjaja, memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

[8]Eddy Sanusi Silitonga, *Op.Cit*. 5

d. Komunikasi organisasi (*organization communication*) yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

e. Komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektrolik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Kemudian Mulyana juga menambahkan konteks komunikasi publik. Pengertian komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini.[9]

4. Elemen Komunikasi

Menurut Joseph Dominick setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi :[10]

a. Sumber (Komunikator)

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) atau pengirim pesan yaitu dimana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan “komunikator”.

---

[9] Musa Hubesis, dkk, *Komunikasi Profesional Perangkat Pengembanan Diri*, (Bogor: PT.Penerbit IPB Press, 2012) 25.

[10] Morissan,*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*,(Jakarta: Kecana, 2013), 17.

b. Enkoding

Encoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide idenya kedalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima.

c. Pesan

Ketika kita berbicara maka kata-kata yang kita ucapkan adalah pesan. Ketika menulis surat maka apa yang dituliskan diatas kertas adalah pesan. Jika tengah menonton televisi maka program yang disaksikan atau didengar adalah pesan. Pesan memiliki wujud yang dapat dirasakan dan diterima oleh indra.

d. Saluran

Saluran atau channel adalah jalan yang di lalui pesan untuk sampai kepada penerima. Gelombang radio membawa kata-kata yang diucapkan penyiar di studio atau memuat pesan visual yang di tampilkan di layar kaca televisi, aliran udara juga dapat berfungsi sebagai saluran.

e. Dekoding

Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses decoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding. Decoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan pesan fisik kedalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi menerima.

f. Penerima

Penerima atau receiver atau disebut juga audiensi adalah sasaran atau target dari pesan. Penerima sering pula disebut dengan “komunikan”

g. Umpan Balik

Umpan balik atau feedback adalah tanggapan atau respons dari penerima pesan yang membentuk dan

mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik berguna bagi sumber karena umpan balik memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang muncul.

h. Gangguan

Elemen terahir dalam komunikasi adalah gangguan atau noise. Gangguan dapat di artikian sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat kecil mungkin dapat di abaikan, namun terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuanya.[11]

5. Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dimensi-Dimensi Komunikasi sebagaimana dikutip oleh Edi Suryadi menyatakan bahwa Strategi Komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communicatiaon planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.[12]

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan dari Middleton bahwa "strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai dengan pengaruh (effek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.[13]

Secara umum strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis

---

[11] Morissan,*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*,(Jakarta: Kecana, 2013), 26.

[12] Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 6.

[13] Hafied Cangara, *Perancanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo,2013), 61.

pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komunikasi, adapun tekniknya adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan ”*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*”.[14]

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut:

Who? (Siapakah komunikatornya)

Says what? (pesan apa yang dinyatakannya)

In which channel? (media apa yang digunakannya)

To whom? (siapa komunikannya)

With what effect? (efek apa yang diharapkan)[15]

Jadi strategi harus dapat memberikan kesatuan, arah, maksut dan tujuan serta memungkinkan dilakukan perubahan-perubahan proaktif yang diperlukan untuk membentuk masa depan sebuah lembaga atau organisasi.

Tujuan utama strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet adalah sebagai berikut:

---

[14] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Rosda, 2007), 33.

[15] Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 31

1. *To secure understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. Andaikan ia sudah mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina.
2. *To establish acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik.
3. *To motive action*, yaitu penggiatan untuk memotivasinya. [16]

Dalam rangka melaksanakan strategi komunikasi diperlukan langkah-langkah strategis yang perlu dijalankan untuk menyusun langkah-langkah tersebut dibutuhkan suatu pemikiran dengan memperhitingkan komponen-komponen komunikasi serta faktor pendukung dan faktor penghambat komunikasi.

1. Mengenali sasaran komunikasi
   Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sarana komunikasi kita. Komunikasi dalam hal ini dimaksudkan dalam *state of personality komunikan*, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar.
2. Pemilihan media komunikasi
   Mencapai sasaran komunikasi dapat dilakukan dengan memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang digunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing masing-memiliki kelebihan dan kekurangan.

[16] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Rosda, 2007), 32

3. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
   Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacammacam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, kial *(gesture)* dan sebagainya.
4. Peranan komunikator dalam komunikasi
   Faktor penting dalam diri komunikator bila ia menyampaikan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.[17]

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya.

Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Metode redudancy, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Pesan yang diulang akan menarik perhatian. Selain itu khalayak akan lebih mengingat pesan yang telah disampaikan secara berulang. Komunikator dapat memperoleh kesempatan untuk memperbaiki kesalahan dalam penyampaian sebelumnya.
b. Metode Canalizing, pada metode ini, komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap-sikap dan motif khalayak.

Sedangkan Menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Metode Informatif, dalam dunia publisistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan

[17] Ibid, 35-39

yang bersifat informative, yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula.

b. Metode Edukatif, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang merupakan kebenaran dan dapat dipertanggung jawabkan. Penyampaian isi pesan disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.
c. Metode Koersif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, dalam hal ini khalayak dipaksa untuk menerima gagasan atau ide oleh karena itu pesan dari komunikasi ini selain berisi pendapat juga berisi ancaman.
d. Metode Persuasif, merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat terpengaruh secara tidak sadar.[18]

6. Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi didefinisikan sebagai proses atau tindakan mengirimkan suatu pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. komunikasi adalah proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lainnya agar tejadi saling mempengaruhi diantara kedua pihak.[19]

---

[18] Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank,* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2014), 18

[19] Eddy Sanusi Silitonga, *Strategi Komunikasi dalam Bisnis,* (Cipta Media Nusantara, 2020) 1

Dakwah secara bahasa berasal dari bahasa Arab "*da'wah". Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal, 'ain,* dan *wawu.* Dari ketiga huruf asal ini terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi dan meratapi.[20]

Menurut Toha Yahya Omar dakwah Islam adalah "mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemashlahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat"[21]

Dakwah merupakan suatu proses penyampaian risalah kebenaran menuju kepada kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat yang berdasarkan jalan Allah (Islam). Penyampaian dakwah juga merupakan suatu hal yang pelaksanaannya sangat bergantung dengan strategi.

Oleh karenanya, dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia kejalan yang telah di gariskan oleh Allah baik secara perorangan maupun secara kolektif, dengan penuh kesadaran yang di rencanakan secara sistematis demi mencapai tujuan hidup manusia yang lebih baik, dunia dan akhirat.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah adalah suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikator dakwah (dai) untuk menyebarluaskan pesan-pesan yang mengandung nilai islam, baik dalam bentuk verbal maupun non verbal, kepada jemaah untuk memperoleh kebaikan di dunia maupun di akhirat.

---

[20] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Prenamedia Group,2004) , 6.
[21] Ibid, 13.

7. Strategi Dakwah

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

a. Strategi merupakan rencana tindakan (rangkain kegiatan dakwah) termasuk pengunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai tindakan.
b. Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu sebelum menentukan strategi, perlu di rumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilanya.[22]

Dengan demikian dapat penulis simpulkan bahwa strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal.

8. Unsur-unsur Dakwah

a) *Dai* (pelaku dakwah)

Dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi atau lembaga.

b) *Mad'u* (mitra dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu

[22] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Prenamedia Group,2004) , 349

maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beraga Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

c) *Maddah* (materi dakwah)

Maddah adalah isi pesan atau materi yang disamaikan *dai* kepada *mad'u.* Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

d) *Wasilah* (media dakwah)

wasilah (media dakwah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaiakn materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* untuk menyampaiakn ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat mengunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam yaitu : lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

e) *Thariqah* (metode)

Metode adalah suaatu cara yang bisa di tempuh atau cara yang di tentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia.

f) *Atsar* (efek dakwah).

Atsar (efek dakwah) sering disebut feed back (umpan balik) dari proses dakwah.[23]

9. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam.

[23] M.Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Prenada Media Group, 2009), 21.

Dalam penyampaian suatu pesan dakwah, metode sangat penting perananya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metod yang tidak benar, maka pesan itu bisa aja di tolak oleh si penerima pesan. Metode dakwah ini secara umum ada tiga berdasarkan Al-Quran surat Al-Nahl: 125[24]

اُدْعُ اِلٰى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهٖ وَهُوَ اَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk."(QS.An Nahl [16] : 125)

Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:

a. Metode bi al-Hikmah

   Dakwah bi al-hikmah adalah pendapat atau uraian yang benar dan memuat alasan-alasan atau dalil-dalil yang dapat menampakan kebenaran dan menghilangkan keraguan. Konseptualisasi hikmah merupakan perpaduan antara ilmu dan amal yang melahirkan pola kebijakan dalam menyikapi orang lain dengan menghilangkan segala bentuk yang mengganggu.

b. Metode Al- Mau'idza al- Hasanah

   Dakwah mau'idzah al-hasanah adalah metode dialog-dialog atau pidato berupa nasehat-nasehat baik (ceramah) yang disampaikan oleh dai, dimana mad'u dakwah dapat

[24] Ibid, 33.

memahami dan menganggap bahwa pesan yang disampaikan adalah sesuatu yang bermanfaat dalam kehidupannya.

c. Metode Mujadalah bil latii hiya ahsan.
Dakwah mujadalah adalah cara berdiskusi dan berdebat dengan lemah lembut dan halus serta menggunakan berbagai upaya yang mudah, dengan stratsegi ini diharapkan dai dan mad'u dapat memecahkan segala masalah yang terjadi dengan baik.

10. Sumber Metode Dakwah

Dalam berdakwah harus ada beberpa sumber, yaitu:

a. Al-Quran Di dalam Al-Quran banyak sekali ayat-ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di antara ayat-ayat tersebut ada yang berhubungan dengan kisah para rasul dalam menghadapi umatnya.
b. Sunah Rasul Di dalam sunnah rasul banyak kita temui hadist-hadist yang berkaitan dengan dakwah. Melalui cara hidup dan perjuanganya baik di Makkah maupun Madinah memberikan banyak contoh-contoh dakwah kepada kita.
c. Sejarah Hidup para Sahabat dan fuqoha Dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para fuqaha cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah.
d. Pengalaman Pengalaman juru dakwah merupakan pergaulanya dengan orang banyak yang kadang kala dijadikan reference ketika berdakwah.[25]

11. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah tidak lain adalah membawa masyarakat pada keadaan yang lebih baik dan lebih maju dibandingkan dengan keadaan sebelumnya. Tujuan utama dakwah adalah

[25] Ibid, 20.

nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai oleh keseluruhan tindakan dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka semua penyusunan rencana dan tindakan dakwah harus ditunjukkan dan diarahkan. Tujuan utama dakwah adalah Terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridloi oleh Allah SWT.

M. Natsir dalam buku yang ditulis oleh Luth memberikan beberapa ulasan tentang dakwah, terutama tujuannya.

a. Memanggil kita kepada syari'at, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perseorangan atau persoalan berumah tangga, berjamaah- bermasyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, berantarnegara.
b. Memanggil kita kepada fungsi hidup kita sebagai hamba Allah di atas dunia yang terbentang luas ini, berisikan manusia berbagai jenis, bermacam pola pendirian dan kepercayaan, yakni fungsi sebagai syuhada'ala an-nas, menjadi pelopor dan pengawas bagi umat manusia.
c. Memanggil kita kepada tujuan hidup kita yang hakiki, yakni menyembah Allah. Demikianlah, kita hidup mempunyai fungsi tujuan yang tertentu. [26]

B. Radio Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian Radio

Radio adalah media auditif, yang hanya bisa dinikmati dengan alat pendengaran. Radio menjadi media penyampai gagasan, ide, dan pesan melalui gelombang elektromagnetik berupa sinyal-sinyal audio.[27] Radio adalah siaran atau pengiriman suara atau bunyi melalui udara. Radio juga

[26] Izrum Farihah, Pengembangan Karier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah. *Libraria: Jurnal Perpustakaan*, Vol.2 No. 1, 2014, 123.http://dx.doi.org/10.21043/libraria.v2i1.1193

[27] Lina Budiarti, *Asiknya Jadi Penyiar Radio*, (Guepedia, 2021), 7.

dikenal dalam bahasa inggris broadcasting (*broad = luas)* yang dipahami sebagai penyiaraan. Oleh sebab itu segala sesuatu dapat disiarkan melalui radio, seperti berita, music, pidato, puisi, drama dan dakwah yang dapat di dengar oleh masyarakat luas. Dengan isi siaran yang bersifat terbuka itu dan menyentuh khalayak yang luas (*massa*), maka radio dinamakan media komunikasi massa atau media massa selain itu radio juga berarti pesawat penerima siaran radio.

Selain itu, siaran radio dapat diterima atau di dengar bukan hanya oleh orang yang berpendidikan tinggi, tetapi juga oleh orang yang berpendidikan rendah. Radio mendapat banyak khalayak, terutama karena radio lebih banyak menghidangkan hiburan dan infrmasi yang aktual. Radio mampu melaporkan kepada khalayak mengenai peristiwa yang sedang berlangsung, yang disebut laporan pandangan mata. Bahkan banyak orang dalam fase pertama mendengar atau memperoleh berita melalui radio. Para dai atau mubaliq dapat menyiarkan secara lengkap ceramah agama.[28]

Sebagai media komunikasi, radio dapat digunakan sebagai media dakwah dalam arti menyalurkan pesan-pesan dakwah dalam arti yang luas. Radio memiliki keunggulan terutama karena radio tidak mengenal rintangan geografis, seperti pada surat kabar atau film. Itulah sebabnya berita atau informasi melalui radio dapat di terima dimana saja, sehingga khalayaknya jauh lebih besar dari surat kabar dan film hal ini juga di sebabkan karena pesawat penerima radio lebih murah, sehingga banyak orang dapat memilikinya.

2. Karateristik Radio

Mengingat kekuatan radio adalah pada aspek pendengaran, maka metode dakwah yang digunakan lewat

---

[28] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu,2011), 108.

radio adalah dengan lisan. Untuk itu seorang penyiar yang profesional harus mampu mengemas materi dengan baik agar tidak menjenuhkan pendengar.

Menyampaikan ajaran-ajaran Islam melalui radio sangat berisiko mengingat objek atau sasaran berjumlah banyak dan heterogen. Kerena itu, bagi para penyiar dan dai menggunakan radio sebagai media dakwah hendak memperhatikankarakteristik radio siaran yaitu :

1. Sifat siaran hanya bersifat untuk didengar.
2. Bahasa yang digunakan haruslah bahasa tutur.
3. Orang mendengar radio dalam keadaan santai, bisa sambil dimobil, tiduran, kerja dikantor, dan sebagainya.
4. Siaran radio mampu mengembangkan daya reka.
5. Siaran radio hanya bersifat komunikasi satu arah.[29]

3. Kelebihan dan Kekurangan Radio

1) Kekuatan Radio adalah sebagai berikut :
   a. Radio dapat mendidik khalayak yang spesifik. Artinya Radio memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki.
   b. Radio bersifat mobile dan portable. Orang bisa menjijing Radio ke mana saja sumber energinya kecil dan sama portable- nya. Radio bisa menyatu dengan fungsi alat penunjang kehidupan lainya, mulai dari senter, mobil, hingga handpone. Harga radio relatif jauh lebih murah dibandingkan media lain.
   c. Radio bersifat intrusif, memiliki daya tembus yang tinggi. Sulit sekali menghindar dari siaran radio, begitu radio di nyalakan, radio bisa menembus ruang-ruang di mana media lain tidak bisa masuk, misalnya di dalam mobil.

[29] Moeryanto Ginting Munth, *Media Komunikasi Radio* (Cet. I; Jakarta: Pustaka Sinar Harapan 1996), 97.

d. Radio bersifat fleksibel, dalam arti dapat menciptakan program dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera , dapat secepatnya membuat perubahan.
e. Radio itu sederhana, sederhana mengoprasikannya, sederhana mengelolanya (tak serumit media lain), dan sederhana isinya. Untuk mendengarkan radio hanya dibutuhkan pendengaran, mendengar radio tidak diperlukan kemampuan baca dan abstraksi tingkat tinggi.

2) Kelemahan Radio Sedangkan menurut Meeske tentang kekurangan Radio adalah :
   a. Radio is aural only. Satu-satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi (sound). Radio tidak dilengkapi dengan kemapuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar.
   b. Radio message are short lived. Yang namanya pesan radio hidupnya hanya sebentar – short lived. Pesan radio bersifat satu arah, sekilas dan tidak dapat ditarik lagi begitu diudarakan. Karena itu menyampaikan pesan melalui radio bukan pekerjaan main-main. Tetapi harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh bertanggung jawab.
   c. Radio listening is prone to distraction. Mendengarkan radio itu rentan gangguan. Radio hanya berurusan dengan satu indra saja yaitu pendengaran.[30]

4. Radio Sebagai Media Dakwah

Kewajiban dakwah didasarkan pada suatu ajaran Islam yaitu agama sebagai risalah umat seluruhnya. Umat Islam adalah pendukung amanah untuk meneruskan risalah itu

[30] Ibid, 40.

kepada umat yang lain ataupun perseorangan dimanapun mereka berada, menurut kemampuan masing-masing.

Salah satu penyampaian dakwah adalah melalui media-media elektronik yaitu radio siaran. Radio adalah sebuah media komunikasi penyiaran yang bersifat dengan ciri utama yaitu audio. Secara umum radio merupakan salah satu jenis media komunikasi masa yang berupa audio yang didengarkan, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka melalui program yang teratur dan berkesinambungan. Radio sendiri merupakan teknologi yang dapat digunakan sebagai pengirim sinyal melalui modulasi gelombang elektromagnetik. Jadi dapat dikatakan bahwa radio adalah hasil perkembangan teknologi yang memungkinkan penyampaian informasi melalui suara yang telah ditransmisikan secara seempak melalui gelombang elektromagnetik di udara. Oleh karena itu, radio dapat digunakan sebagi media dalam komunikasi massa.[31]

Dakwah melalui radio adalah sebuah urutan metode dari salah satu kategori dakwah yaitu *bil lisan*. Penyampaian materi-materi dakwah melalui radio siaran di era globalisasi merupakan tuntunan dari kedua institusi yaitu radio siaran dan Islam, dalam melengkapi program acaranya demi penyesuaian tujuan adil, radio siaran menyiarkan program-program keagamaan meski dalam waktu yang terbatas dan bukan dalam waktu tayang utama (*prime time*).[32]

Dalam hal ini media massa difungsikan sebagai media dakwah. Dimana melihat fungsi komunikasionalnya. Maka jelaslah bahwa media seperti halnya radio menduduki peran yang sangat penting dan menentukan dalam kehidupan

---

[31] Umul Faidah, Uus Uswatusolihah, Radio Publik Suara Banjarnegara: Karakter Program Siaran Keagamaan,*Jurnal Interaksi Peradaban.* Vol. 1, No. 2, 2021. http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi

[32] M. Muis, *Islam dan Arus Globalisasi Dalam Komunikasi Islam* (Bandung: Rosda, 2001), 161.

masyarakat, menyajikan informasi, edukasi dan hiburan. Radio sebagai media dakwah merupakan suatu terobosan yang baik, terlebih setelah para mubalig memiliki semangat yang gigih untuk menyiarkan misi dakwahnya, maka radiopun dilirik sebagai alat komunikasi untuk keperluan dakwahnya.

Dakwah melalui radio merupakan salah satu pemanfaatan media di dunia sebagai sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Maka para dai dari lembaga-lembaga harus mampu memanfaatkan radio untuk menebarkan risalah Islam dengan dai harus dibekali beberapa ilmu dasar dan teknik siaran.[33]

1. Segmen Pendengar

Dalam perkembangan awalnya media radio ditujukan untuk melayani semua pendengar dari berbagai kalangan. Ketika pertumbuhan radio swasta semakin marak, sebuah media harus menentukan pendengar seperti apa yang akan dilayaninya, sehingga media tersebut tidak menyasar pendengar yang sama. Karena itulah segmentasi pendengar diperlukan untuk menentukan dan memilih pendengar yang akan disasar. [34]

Karena itu sebelum menghasilkan sebuah jasa dalam bidang hiburan dan informasi, media radio harus mengidentifikasi pasar yang akan dituju dengan jelas sehingga akan diterima baik oleh pendengar atau konsumennya. diperlukan pula strategi untuk membidik pendengar dengan lebih spesifik, yaitu dengan menempatkan program acara sesuai dengan segmen pendengar yang telah dibedakan, diseleksi, kemudian terpilih segmen pendengar yang menarik. Segmentasi

[33] Asep Syamsul M.Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 160

[34] Andy fachruddin, *Journalism Today*, (Jakarta: Kencana,2019), 192.

merupakan penilaian khalayak pendengar, meliputi demografi, geografi, psikografi dan behavior.

Dasar-dasar dalam menentukan segmentasi:

1) Segmentasi demografi, ialah memisahkan khalayak ke dalam kelompok berdasarkan variable demografis, misalnya: umur, jenis kelamin, pendapatan, siklus hidup keluarga, pekerjaan, pendidikan, agama, kebangsaan, kelas sosial, dan ras.
2) Segmentasi geografis, dilakukan dengan cara membagi khalayak dalam unit geografis, yaitu: wilayah, ukuran daerah, ukuran kota, kepadatan, dan iklim.
3) Segmentasi psikografis, berdasarkan pada pengelompokan khalayak dari nilai-nilai yang dianut, gaya hidup, dan ciri kepribadian.
4) Segmentasi behaviouristik, merupakan pengelompokan khalayak berdasarkan tingkat pengetahuan, sikap, dan penggunaan terhadap suatu media tertentu.[35]

2. Penggunaan Bahasa

Saat berdakwah dai memerlukan bahasa yang baik dan benar agar materi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh pendengar. Pesan dakwah tidak sampai apabila bahasa yang digunakan dalam berdakwah tidak jelas, tidak ada keteraturan, dan kurang komunikatif. Jika seorang dai baik penggunaan bahasa dalam berdakwah maka dipastikan materi dakwah akan sampai dan diterima dengan senang hati oleh pendengar.[36]

---

[35] Ibid, 193.

[36] Abdurrahman, *Methodologi Dakwah Membangun Peradaban*, (Medan: CV.Pusdikra MJ, 2020), 124

Dakwah memerlukan bahasa dalam penyampaian materi agar lancar dan mengenai sasaran, jika bahasa yang digunakan tidak tepat maka dakwah tidak sampai pada sasarannya, dapat penulis simpulkan bahwa salah satu kunci dalam berdakwah adalah dengan menggunakan bahasa yang komunikatif, jelas, tepat, baik dan benar.

3. Memilih Materi Aktual

Seorang dai harus memilih materi dakwah untuk disampaikan kepada *mad'u* (pendengar). Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara ideal materi dakwah yang dikemukakan oleh Al-Qur'an berkisar pada tiga hal yaitu menyangkut masalah aqidah, akhlak, dan hukum.

Dalam memilih materi dakwah harus memperhatikan hal-hal diantaranya:

1) Dalam pemilihan materi dakwah para dai harus berupaya memilih materi yang bersifat "*konsumtif*", yakni materi dakwah yang disampaikan harus betul-betul dirasakan sebagai kebutuhan objek yang mendesak.
2) Materi dakwah harus "*up to date*" yakni sesuai dengan perkembangan zaman. Meskipun demikian dakwah tidak harus hanyut oleh zaman yang terkadang bersifat destruktif, tetapi harus mampu memberikan landasan moral dan etika terhadap tingkah laku masyarakat.
3) Materi dakwah harus bersifat "*sensitive matter*" yaitu materi dakwah yang disajikan hendaknya mampu membangkitkan gairah pendengarnya untuk melaksanakan apa yang disampaikan.

4) Materi dakwah harus mempunyai nilai tambah atau sekurang-kurangnya bersifat penyegaran dari apa yang telah diketahui atau dimiliki objeknya.[37]

4. Menghindari Konflik

Islam adalah agama rahmat bagi semesta (*rahmatan lil'alamin*). Kepada yang berbeda agama pun kita harus berkasih sayang, apalagi kepada yang berbeda dalam pandangan di tubuh umat Islam. Perbedaan harus dipahami dalam kacamata rahmat sehingga kekayaan khazanah islam dan menjadi pemersatu umat. Namun pada realitanya perbedaan bukan hanya bermuara pada persatuan, tapi juga bisa membawa umat pada perpecahan. Perbedaan lebih sering menjadi alasan untuk berpecah-belah, berkonflik, bahkan saling menyerang.[38]

Umat beragama harusnya berupaya menghindari konflik perbedaan penafsiran, perbedaan pendapat dan perbedaan keyakinan. Apabila terjadi penyimpangan akidah, maka arif dalam menyikapinya, menerima, menolak, membiarkannya serta mempunyai sifat toleran yang tinggi.[39]

Dari penjelasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam perbedaan pandangan dapat memicu perpecahan, maka sebaiknya menghindari membahas hal-hal yang dapat menyulut terjadinya konflik.

---

[37] Erwin Jusuf Thaib, *Dakwah dan Pluralitas Menggagas Strategi Dakwah Melalui Analisis SWOT*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020), 34.

[38] Umar Shihab, *Beda Mazhab Satu Islam*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017), 3.

[39] Muhammad Julianto, *Agama Agenda Demokrasi dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), 2.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdurrahman, *Methodologi Dakwah Membangun Peradaban*, Medan: CV.Pusdikra MJ, 2020

Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta : Rineka Cipta, 2011

Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, Sleman: Deepublish, 2018

Akhyar Abdullah, dkk, *Membangun Loyalitas Sumber Daya Manusia*, Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021

Andy fachruddin, *Journalism Today*, Jakarta: Kencana, 2019

Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat,2016

Asep Syamsul M.Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*, Bandung: Nuansa Cendekia, 2017

Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* , Jakarta: Prenada Media, 2005.

David,Thomas L.Wheleen, *Manajemen Strategis* ,Yogyakarta:Andi, 2003

Djaman Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta cv, 2014

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta : Pusat Bahasa. 2008.

Eddy Sanusi Silitonga, *Strategi Komunikasi dalam Bisnis*, Cipta Media Nusantara, 2020

Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi* , Bandung PT Remaja Rosdakarya, 2018

Erwin Jusuf Thaib, *Dakwah dan Pluralitas Menggagas Strategi Dakwah Melalui Analisis SWOT*, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2020

Fred R.David, *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta : Salemba Empat, 2002

Hafied Cangara, *Perancanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo,2013

Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2014

Ismail Nurdin, Sri hartati, *Metode Penelitian Sosial*, Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019

Lina Budiarti, *Asiknya Jadi Penyiar Radio*, Guepedia, 2021

M. Muis, *Islam dan Arus Globalisasi Dalam Komunikasi Islam*, Bandung: Rosda, 2001

Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta:Prenamedia Group, 2004

M.Munir, *Manajemen Dakwah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009.

Moeryanto Ginting Munth, *Media Komunikasi Radio* Cet. I; Jakarta: Pustaka Sinar Harapan 1996

Morissan,Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid, *Teori Komunikai Massa Bogor* : Ghalia Indonesia, 2010

Marisson, *Manajemen media penyiaran strategi mengolah Radio dan Televisi*, Jakarta:Kencana Perdana Media Group, 2008.

Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kecana, 2013

Muhammad Julianto, *Agama Agenda Demokrasi dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015

Musa Hubesis, dkk, *Komunikasi Profesional Perangkat Pengembanan Diri*, Bogor: PT.Penerbit IPB Press, 2012

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi Bandung*, PT Remaja Rosdakarya, 2004

Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015

Umar Shihab, *Beda Mazhab Satu Islam*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017

Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010

Skripsi

Siti Fathonah "Persepsi Mahasiswa KPI Terhadap Media Radio Sebagai Media Siaran Dakwah (Studi Radio Bunda Kandung 104,3 FM Bandar Lampung)". (Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, 2021)

Ulya Afifah, "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar", (Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah Institut Agama Islam (IAIN) Salatiga,2019)

Woro Purdiningtiyas "strategi komunikasi penyiaran dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah di Radio Lampung".(Skripsi Program Sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. 2018)

Jurnal

Arifin Zain, Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis, *Jurnal At-Taujih Bimbingan dan Konseling Islam* Vol. 2 No. 1, 2019 https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Taujih/article/view/7209/4180

Bustanol Arifin, Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi.* Vol. 2, N o. 2, 2018. http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik.

Imron Mustofa, Jendela Logika dalam Berfikir: Deduksi dan Induksi sebagai Dasar Penalaran Ilmiah. *El-Banat Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam* Volume 6, No 2, 2016. https://doi.org/10.54180/elbanat.2016.6.2.1-21

Izrum Farihah, Pengembangan Karier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah. *Libraria: Jurnal Perpustakaan*, Vol.2 No. 1, 2014 http://dx.doi.org/10.21043/libraria.v2i1.1193

Umul Faidah, Uus Uswatusolihah, Radio Publik Suara Banjarnegara: Karakter Program Siaran Keagamaan, *Jurnal Interaksi Peradaban*, Vol. 1, No. 2, 2021. http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi

Internet

Naifu, "Dakwah Media Massa"(On-Line), tersedia di : http://naifu.wordpress.com. dakwah-media masa. (10 Febuari 2022)

Wawancara

Abdul Qodir Zaelani, Wawancara dengan Dai Kamtibmas, Rekaman Handphone, Lampung, 03 Juli 2022.

Agus Hermanto, Wawancara dengan Sekertaris Dai Kamtibmas, Chatting WhatsApp, 08 Juni 2022

Faizil Kusuma, Wawancara dengan Penyiar Radio Bunda Kandung 104,3 FM, Rekaman Handphone, Lampung, 1 Juni 2022

Rusdi, Wawancara dengan Dai Kamtibmas, Chatting WhatsApp, 04 Juli 2022

Sulaiman Bardan, Wawancara dengan Ketua Dai Kamtibmas, Rekaman Handphone, Lampung, 09 Juni 2022