

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tanggapan

1. Pengertian Tanggapan

Menurut Kartono (1998) tanggapan ialah gambaran ingatan dan pengamatan, dalam hal ini untuk mengetahui respon masyarakat dapat dilihat melalui persepsi, sikap dan partisipasi. Respon pada prosesnya didahului sikap seseorang, karena sikap merupakan kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku kalau seseorang menghadapi rangsangan tertentu. Respon juga diartikan suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penilaian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu.¹

Menurut Ahmadi, respon adalah gambaran ingatan dari pengamatan dan objek yang telah diamati dan tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan.² Melihat seseorang atau sekelompok orang terhadap sesuatu. Maka, akan diketahui bagaimana respon mereka terhadap kondisi tersebut. Menurut Louis Thurstone, respon merupakan jumlah kecenderungan dan perasaan, kecurigaan dan prasangka, prapemahaman yang mendetail, ide-ide, rasa takut, ancaman dan keyakinan tentang suatu hal yang khusus. Pengertian tersebut dapat diketahui bahwa cara pengungkapan sikap dapat melalui, *pertama*, Pengaruh atau

¹ Kartono Kartini. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Mandar Maju. 1990.,hal.,57-58.

² Abu Ahmadi. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.2003.,hal ,64.

penolakan. *Kedua*, Penilaian. *Ketiga*, Suka atau tidak suka. *Keempat*, Kepositifan atau kenegatifan suatu objek psikologi.

Perubahan sikap dapat menggambarkan bagaimana respon seseorang atau sekelompok orang terhadap objek-objek tertentu seperti perubahan lingkungan atau situasi lain. Sikap yang muncul dapat positif yakni cenderung menyenangkan, mendekati dan mengharapkan suatu objektif, seseorang disebut mempunyai respon positif dilihat dari tahap kognisi, afeksi, dan psikomotorik. Sebaliknya seseorang mempunyai respon negatif apabila informasi yang didengarkan atau perubahan suatu objek tidak mempengaruhi tindakan atau malah menghindar dan membenci objek tertentu. Ada dua jenis variabel yang dapat mempengaruhi respon, yaitu: (a) Variabel struktural, yaitu faktor-faktor yang terkandung dalam rangsangan fisik; b. Variabel fungsional, yaitu faktor-faktor yang terdapat pada diri sipengamat, misalnya kebutuhan suasana hati, pengalaman masa lalu.³

Respon digolongkan menjadi dua jenis yaitu respon yang tidak nampak dan respon yang nampak. Respon yang tidak nampak diwujudkan oleh seseorang dalam keadaan aspek kognisi (pengetahuan) dan afeksi (sikap). Respon yang nampak diwujudkan keadaan dalam psikomotorik (tingkah laku), antara respon yang nampak dan respon yang tidak nampak terdapat sesuatu keterkaitan, namun hubungan tersebut ada yang selaras dan ada yang tidak selaras. Selaras artinya sistem kognitif dan komponen afektif mempunyai sifat yang sama disemua seginya maka timbullah keadaan yang selaras dengan psikomotorik dan tidak ada dorongan untuk berubah, sedangkan tidak selaras artinya sistem kognitif dan

³ Sarlito Sarwono. *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang:1984. .hal.,47.

komponen afektif itu mempunyai segi-segi yang tidak bisa berjalan bersama-sama, maka terjadilah ketidak selarasan dan timbullah tekanan yang mendorong untuk mengubah sistem kognitif sedemikian rupa sehingga tercapai keadaan selaras.

2. Unsur-unsur Tanggapan

Sebagaimana dijelaskan oleh para psikolog, tanggapan memiliki beberapa unsur, yaitu:

a. Persepsi

Persepsi adalah pengamatan secara global, belum disertai kesadaran; sedang subyek dan obyeknya belum terbedakan satu dari lainnya (baru ada proses “memiliki” tanggapan).⁴ Dalam Sarwono (2012) persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman, pemahaman ini yang kurang lebih disebut persepsi.⁵ Namun perbedaan persepsi sering kita temui antara satu kelompok dengan kelompok lain, hal-hal yang dapat menyebabkan perbedaan persepsi antar individu dan antar kelompok sebagai berikut.

1) Perhatian.

Pada setiap saat ada ratusan, mungkin ribuan rangsangan yang tertangkap oleh semua indra kita. Tentunya, kita tidak mampu menyerap seluruh rangsangan yang ada disekitar kita sekaligus. Karena keterbatasan daya serap dari persepsi

⁴ Kartono Kartini., *op cit.*, hal.,61.

⁵ Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pers:2012.,hal.,86,

kita, maka kita terpaksa hanya bisa memusatkan perhatian kita pada satu atau dua objek saja.

2) Set

Set (*mental set*) adalah kesiapan mental seseorang untuk menghadapi sesuatu rangsangan yang akan timbul dengan cara tertentu.

3) Kebutuhan

Kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang, akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Dengan demikian, kebutuhan-kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi.

4) Sistem nilai

Sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi. Suatu eksperimen di Amerika Serikat (Bruner & Godman, 1947 dalam Baker, Rierdam & Wapner, 1974) menunjukkan bahwa anak-anak yang berasal dari keluarga miskin mempersepsi mata uang logam lebih besar dari pada ukuran sebenarnya. Gejala ini ternyata tidak terdapat pada anak-anak yang berasal dari keluarga kaya.

5) Tipe Kepribadian

Tipe kepribadian juga akan mempengaruhi persepsi. Misalnya firda dan linda bekerja di satu kantor yang sama di bawah pengawasan satu orang atasan yang sama. Firda bertipe tertutup (*introvert*) dan pemalu, sedangkan linda lebih terbuka (*extrovert*) dan percaya diri. Sangat mungkin Firda akan mempersepsi atasannya sebagai tokoh yang menakutkan dan perlu dijauhi, sementara buat

Linda bosnya itu orang biasa saja yang dapat diajak bergaul seperti orang biasa lainnya.

6) Gangguan Kejiwaan

Sebagai gejala normal, ilusi berbeda dengan halusinasi dan delusi, yaitu kesalahan persepsi penderita gangguan jiwa.⁶

b. Sikap

Sikap (*attitude*) adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang atau perasaan biasa-biasa saja (netral) dari seseorang terhadap sesuatu. “sesuatu” itu bisa benda, kejadian situasi, orang atau kelompok. Kalau yang timbul terhadap sesuatu itu adalah perasaan senang, maka disebut positif, sedangkan kalau perasaan tak senang, sikap negatif, kalau tidak ada perasaan apa-apa berarti sikapnya netral.

Sikap dinyatakan dalam tiga domain A,B,C yaitu *Affect, Behaviour dan Cognition*. *Affect* adalah perasaan yang timbul (senang, tak senang), *behaviour* adalah perilaku yang mengikuti perasaan itu (mendekati, menghindari), dan *cognition* adalah penilaian terhadap objek sikap (bagus, tidak bagu) (sarwono 1997).⁷

Dalam sikap selalu terdapat hubungan subjek-objek. Tidak ada sikap yang tanpa objek. Objek sikap bisa berupa benda, orang, kelompok orang, nilai-nilai sosial, pandangan hidup, hukum, lembaga masyarakat dan sebagainya. Sikap bukan bakat atau bawaan sejak lahir, melainkan dipelajari dan dibenuk melalui pengalaman-pengalaman.

⁶ Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi*.....,hal.,103-105.

⁷ Ibid., hal.,201

Karena sikap dipelajari, maka sikap dapat berubah-ubah sesuai dengan keadaan lingkungan dan sekitar individu yang bersangkutan pada saat-saat dan tempat yang berbeda-beda. Dalam sikap tersangkut juga faktor motivasi perasaan. Inilah yang membedakannya dari pengetahuan misalnya, sikap tidak hilang walaupun kebutuhan sudah dipenuhi. Jadi sikap berbeda dengan refleks atau dorongan. misalnya, seorang yang gemar nasi goreng akan tetap mempertahankan sikapnya terhadap nasi goreng meskipun ia baru saja makan nasi goreng sampai kenyang.

Pembentukan sikap tidak terjadi demikian saja, melainkan melalui proses tertentu, melalui kontak sosial terus menerus antara individu dengan individu-individu lain dan sekitarnya, dalam hubungan ini faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya sikap adalah:

- a) Faktor Internal: yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri orang yang bersangkutan, seperti faktor pilihan. Kita tidak dapat menangkap seluruh rangsangan dari luar melalui persepsi kita, oleh karena itu harus memilih rangsangan-rangsangan mana yang akan kita dekati dan mana yang harus di jauhi. Pilihan ini di tentukan oleh motif-motif dan kecenderungan-kecenderungan dalam diri kita. Karena harus memilih inilah kita menyusun sikap positif terhadap satu hal yang membentuk sikap negatif terhadap hal lainnya
- b) Faktor Eksternal: selain faktor-faktor yang terdapat dalam diri sendiri, maka pembentukan sikap ditentukan pula oleh faktor-faktor yang berada di luar yaitu:
 - Sifat objek, sikap itu sendiri, bagus, atau jelek dan sebagainya.

- Kewibawaan
- Sifat orang-orang atau kelompok yang mendukung sikap tersebut.
- Media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan sikap.
- Situasi pada saat sikap itu dibentuk.

Tentunya tidak semua faktor harus dipenuhi untuk membentuk suatu sikap. Kadang-kadang satu atau dua faktor sudah cukup. Yang menarik adalah makin banyak faktor yang ikut memengaruhi, semakin cepat terbentuk sikap.⁸

c. Partisipasi

Menurut Canter (Arimbi:1993) mendefinisikan partisipasi sebagai feed-forward information and feedback information. Dengan definisi ini, partisipasi masyarakat sebagai proses komunikasi dua arah yang terus menerus diartikan bahwa partisipasi masyarakat merupakan komunikasi antara pihak pemerintah sebagai pemegang kebijakan dan masyarakat di pihak lain sebagai pihak yang merasakan langsung dampak dari kebijakan tersebut. Dari pendapat Canter juga tersirat bahwa masyarakat dapat memberikan respon positif dalam artian mendukung atau memberikan respon positif dalam artian mendukung atau memberikan masukan terhadap program atau kebijakan yang diambil oleh pemerintah, namun dapat juga menolak kebijakan.⁹

Nelson, Bryant dan White (1982) menyebutkan bahwa keterlibatan kelompok atau masyarakat sebagai kesatuan, dapat disebut partisipasi kolektif, sedangkan keterlibatan individual dalam kegiatan kelompok dapat disebut partisipasi individual. Partisipasi yang dimaksud adalah partisipasi

⁸ Ibid.,hal.,203-206.

⁹Arimbi heroeputri, Achmad Santosa. *Peran Serta Masyarakat dalam Pembangunan lingkungan*. Jakarta:Wahana Lingkungan hidup Manusia (WALHI).1993., hal.,1.

vertikal dan horizontal masyarakat. Disebut partisipasi vertikal karena bisa terjadi dalam kondisi menentu masyarakat terlibat atau mengambil bagian dalam suatu program pihak lain, dalam hubungan dimana masyarakat berada pada posisi sebagai bawahan, pengikut atau klien. Disebut partisipasi horizontal, karena pada suatu saat tidak mustahil masyarakat mempunyai kemampuan untuk berprakerasa, dimana setiap anggota/ kelompok masyarakat berpartisipasi horizontal satu dengan yang lain, baik dalam melakukan usaha bersama, maupun dalam rangka melakukan kegiatan dengan pihak lain. Tentu saja partisipasi seperti itu merupakan suatu tanda permulaan tumbuhnya masyarakat yang mampu berkembang secara mandiri.¹⁰

B. Masyarakat Desa

Persekutuan hidup yang paling kecil dimulai saat manusia primitif mencari makan, yaitu dengan berburu, sebagai migrator, nomad berjumlah 10-300 orang. Kenyataan ini disesuaikan dengan persediaan makanannya, berkembangnya cara bertani menyebabkan lahirnya suatu persekutuan hidup permanen pada suatu tempat, kampung, babakan, dengan sifat yang khas yaitu: kekeluargaan, adanya kolektivitas dalam pembagian tanah dan pengerjaannya, ada kesatuan ekonomis yang memenuhi kebutuhan sendiri. Persekutuan hidup ini akan berubah dengan berkembangnya sistem kapitalisme dan masyarakat industri, artinya dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Menurut Koentjaraningrat, suatu masyarakat desa menjadi suatu persekutuan hidup dan kesatuan sosial didasarkan atas dua macam prinsip: *pertama*, prinsip hubungan kekerabatan (geneologis), *Kedua*, prinsip hubungan tinggal dekat/teritorial. Prinsip ini tidak lengkap apabila yang mengikat adanya aktivitas tidak diikutsertakan, yaitu: *pertama*,

¹⁰ Nelson, Bryant dan White. *Pembangunan ekonomi di Negara Berkembang (Edisi Terjemahan)*. Yogyakarta: Andi Offset. 1982., hal. 206

tujuan khusus yang ditentukan oleh faktor ekologis, *kedua*, prinsip yang datang dari “atas” oleh aturan dan undang-undang.

Lingkungan hubungan yang ditentukan oleh berbagai prinsip tersebut hubungannya saling terjaring, yang batas-batasnya berbeda-beda: mungkin dengan pola konsentris, artinya hubungan tiap individu dimulai dengan lingkungan kecil mencakup kerabat dan tetangga dekat, atau dengan hubungan terjaring dengan pola terkupas, dimana orang bergau; untuk suatu lapangan kehidupan dalam batas lingkungan tadi. Dalam pola ini mungkin terjadi prinsip hubungan tempat tinggal dekat, kebutuhan khusus, ekologi, atau kekerabatan.¹¹

1. Pengertian Masyarakat Desa

Orang-orang memberikan pengertian tentang desa didasarkan pada sudut pandang masing-masing. Ditinjau dari sudut pandang administrasi, desa adalah suatu daerah yang di tempati oleh sejumlah penduduk sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintah terendah dibawah kepemimpinan seorang kepala desa dan berhak menyelenggarakan rumah tangga sendiri dalam ikatan suatu negara.

Secara geografis, desa adalah hasil perpaduan antara kegiatan kelompok manusia dengan lingkungannya. Hasil dari perpaduan itulah suatu wujud atau penampakan di muka bumi yang di timbulkan oleh unsur-unsur fisiografis, sosial, ekonomi, politik, dan kultural yang saling berinteraksi dalam hubungannya dengan daerah lain. Philips Ruop mengemukakan bahwa secara sosiologi, desa meruoakan sebagai berikut:

Pertama, daerah yang sama dilihat dan segi geografis dan administratif.

¹¹ Munandar Soelaeman. *Ilmu Sosial Dasar*. Bandung: PT Eresco. 1993. Hal.72

Kedua, nilai sosial yang sama, artinya seluruh anggota masyarakat menganut nilai-nilai sosial yang sama.

Ketiga, kegiatan yang sama terutama dalam sistem mata pencaharian. Masyarakat desa pada umumnya dibidang pertanian yang tidak lepas dari pengaruh lingkungan alam seperti, tanah, iklim dan morfologi (dataran, pegunungan dan pantai); dan tata kelakuan.

Corak kehidupan di desa didasarkan pada kekeluargaan yang erat dan termasuk pada masyarakat paguyuban.¹²

Masyarakat pedesaan kehidupannya berbeda dengan masyarakat perkotaan. Perbedaan-perbedaan ini berasal dari adanya perbedaan yang menjadi dasar dari keadaan lingkungan, yang mengakibatkan adanya dampak terhadap personalitas dan segi-segi kehidupan. Kesan populer masyarakat perkotaan terhadap masyarakat pedesaan adalah bodo, lambat dalam berpikir dan bertindak, serta mudah “tertipu”, dan sebagainya. Kesan ini disebabkan masyarakat perkotaan mengamatinya hanya sepintas, tidak banyak tahu, dan kurang pengalaman dengan keadaan lingkungan pedesaan. Masyarakat pedesaan dan masyarakat perkotaan memiliki ciri sendiri-sendiri. Mengenal ciri-ciri masyarakat pedesaan akan lebih mudah dan lebih baik membandingkannya dengan kehidupan masyarakat perkotaan.

¹² Bagja Waluya. *Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung:PT Setia Purna Inves. 2007.hal. 101

2. Ciri-ciri Masyarakat Desa

Dalam memahami masyarakat pedesaan dan masyarakat perkotaan, tentu tidak akan mendefinisikannya secara universal dan objektif, tetapi berpatokan pada ciri-ciri masyarakat. Ciri-ciri itu adalah adanya sejumlah orang, tinggal dalam suatu daerah tertentu, adanya sistem hubungan, ikatan atas dasar kepentingan bersama, tujuan dan bekerja bersama, ikatan atas dasar unsur-unsur sebelumnya, rasa solidaritas, sadar akan adanya interdependensi, adanya norma-norma dan kebudayaan. Kesemua ciri-ciri masyarakat ini dicoba ditransformasikan pada realitas desa dan kota, dengan menitik beratkan pada kehidupannya. Ciri masyarakat desa juga belum tentu benar, sebab desa sedang mengalami perkembangan struktural yang tersusun dan terarah kepeningkatan integritas masyarakat yang lebih luas sebagai akibat intensifnya hubungan kota dengan desa dan derasnya program pembangunan, sehingga dapat menimbulkan perubahan-perubahan.¹³

C. Radio Siaran

1. Pengertian Radio Siaran

Radio merupakan salah satu alat media elektronik yang relatif murah dan gampang didapat. Radio mendapat julukan sebagai kekuasaan kelima atau “*the fifth estate*”.¹⁴ Radio siaran (*broadcast radio*) adalah salah satu aspek dari komunikasi.¹⁵ Berbagai pengertian radio secara umum meliputi:

¹³ Munandar Soelaeman. *Op cit.*, hal.73

¹⁴ Onong Uchjana Effendy. *Radio Siaran teori & praktek*, Bandung; Penerbit Mandar Maju/1990. Hal., 74.

¹⁵ Komunasi berasal dari bahasa Inggris “*Communication*” yang menurut Wilbur Schram bersumber dari bahasa latin “*Communis*” yang dalam bahasa indonesia berarti “sama” dan menurut Sir Gerald Barry :

- a. Radio, tepatnya radio siaran (*boardcast radio*) merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi.¹⁶
- b. Radio adalah keseluruhan seistem gelombang suara yang dipancarkan dari sesuatu stasiun yang dapat diterima oleh pesawat-pesawat penerima dirumah, mobil, dan sebagainya.¹⁷
- c. Radio adalah bukan bendanya, bukan bentuk fisiknya, akan tetapi antara bentuk fisik dan kegiatan radio adalah saling menjalin, tidak dapat dipisahkan satu sama lain, persis seperti antara jiwa dan raga kita, lahiriah dan batiniah.¹⁸
- d. Radio adalah salah satu bentuk media massa, yang berpotensi untuk berkomunikasi sangat besar jangkauan siarannya.¹⁹
- e. Radio adalah suatu efek benturan molekul yang didorong oleh transmisi elastik.²⁰

2. Sejarah Radio

Radio merupakan media massa paling luas dimuka bumi. Tidak ada sejenkal tanah dan permukaan laut pun yang tidak terjamah oleh signal elektro magnetik yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiu radio dis

“*communicare*” yang berarti “bercakap-cakap”. Jika kita berkomunikasi, berarti kita mengadakan” kesamaan”, dalam hal ini kesamaan pengertian atau makna. Lihat Onong Uchjana Effeni, *Radio Siaran...*, hal.,1.

¹⁶ Asep syamsul M. Romii, *Broadcat Journalism*, Bandung: Nuansa,2004,.hal., 19.

¹⁷ M. O. Palapah dan Atang Syamsudin, *Studi Ilmu Komunikasi*, Bandung: Universitas Padjajaran, 1983,.hal.,74.

¹⁸ Ibid.,

¹⁹ Ibid.,

²⁰ Masduki, *Menjadi Broadcast profesional*, Yogyakarta: Pustaka Populer, 2004,.hal., 16.

eluruh dunia. Total jangkauan radio melebihi media televisi, apalagi surat kabar atau media cetak. Radio menarik bagi siapa saja, tersedia bagi siapa saja, tersedia bagi semua orang. Kepraktisan dan keaneka ragaman tawaran program siarannya menjadi radio media paling populer dalam sejarah.²¹

Radio pertama kali dimulai pada tahun 1895 dengan munculnya *The Wireless Telegraph Company* yang didirikan oleh seorang insyur elektronika dari Italia. Dia menemukan suatu alternatif untuk mengirim pesan tanpa menggunakan kabel melewati jarak yang cukup jauh. Raangkaian siaran yang pertama dimulai pada tahun 1919 oleh seorang Belanda. Dia adalah orang pertama yang mengudarakan siaran yang sudah dia umumkan sebelumnya sehingga orang-orang memang menunggu program siaran tersebut tidak hanya didengar secara kebetulan saja.²²

Dalam bidang radio, Indonesia pun ketinggalan meskipun pada kenyataan saat itu berada dalam masa penjajahan Belanda. Radio siaran yang pertama di Indonesia dalam masa penjajahan bernama Netherland Indie-Hindia Belanda atau Batavise Radio Vereniging (BRV) di Batavia (Jakarta tempo dulu), yang resminya didirikan pada tanggal 16 Juni 1925.²³ Radio siaran di Indonesia semasa penjajahan Belanda dulu mempunyai status swasta. Pada zaman Belanda, radio berfungsi sebagai media hiburan, dan radio juga dijadikan sebagai alat penyebaran dan kontrol publik pemerintah,

²¹ Asep Syamsul M. Romii, *Op Cit.*, hal. 7-8

²² Theo Stokkink, *The Profesional RadionPresenter*, Yogyakarta: Kansius, 1997. ha., 12.

²³ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT Atra Aditya Bakti, 1993, hal., 156.

salah satunya adalah stasiun NIROM (*Nederland Indische Radio Omroep Maatscappi*).²⁴

Massa penjajahan Jepang, radio siaran yang tadinya berstatus perkumpulan swasta dimatikan dan diurus oleh jawatan khusus bernama Hosokanri Kyoku, yang merupakan pusat radio siaran dan berkedudukan di Jakarta. Dalam pemerintahan Jepang fungsi radio siaran memberikan informasi untuk kepentingan militer Jepang semata-mata. Satu hal yang penting dicatat, ialah bahwa selama penduduk Jepang itu, kebudayaan dan kecerdasan mendapat kemajuan pesat. Pada saat itu rakyat mendapatkan kesempatan banyak untuk mengembangkan kebudayaan dan kesenian, jauh sekali dibandingkan dengan zaman penjajahan Belanda. Kesempatan ini menyebabkan pulamunculnya seniman-seniman pencipta lagu-lagu Indonesia baru.²⁵

Pada tanggal 16 Agustus 1945 terdengar berita bahwa pemerintah Jepang menyerah tsnps dysrst terhadapsekutu setelah Jepang mengalami serangan bom di Nagasaki dan Hiroshima. Saat yang penting itu tidak disia-siakan oleh para pemuda-pemuda Indonesia. Mereka mengadakan suatu gerakan memproklamasikan negara Inodnesia merdeka. Tanggal 17 Agustus 1945 Indonesia merdeka diproklamasikan oleh Bung Karno dan Bung Hatta. Pada malam hari yakni pukul 19:00 WIB teks proklamasi itu disiarkan dalam

²⁴ Masduki. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.2004.,hal, 5.

²⁵ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori.....*, hal., 160

bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.²⁶ Pada tanggal 11 September 1945 NHK (*Nippon Hoso Kyoko*) direbut oleh para aktivis dan dirubah menjadi RRI.²⁷

Pada tahun yang sama banyak sekali perubahan dalam masyarakat akibat perubahan politik, yakni beralihnya masa orde lama ke masa orde baru. Situasi peralihan itu merupakan kesempatan yang baik bagi mereka yang mempunyai hobi radio amatir untuk mengadakan siaran, radio amatir adalah seperangkat pemancar radio yang dipergunakan oleh seorang penggemar untuk berhubungan dengan penggemar yang lainnya.²⁸ Sepanjang masa orde baru, radio kembali dikediri, didukan hanya sebagai siaran hiburan, alat propaganda, dan kontrol negara.²⁹

Sejak bergulirnya reformasi pada tahun 1998, wajah media berubah total, dalam konteks pemberitaan dan hiburan setiap stasion radio menajdi lebih vulgar, lebih terbuka, lebih informative dibandingkan dengan sejarah dan perkembangan radio pada masa pra dan awal kemerdekaan yang sarat hiburan.³⁰ Citra radio sebagai panutan media informasi di masa krisis pasca kemerdekaan berubah menjadi sekunder, di masa reformasi ini sudah cukup banyak acara-acara seperti diskusi, baik itu dalam hal politik, sosial dan agama.

3. Program Radio

Program radio adalah sikap memberdayakan pendengar dengan memberikan mereka suguhan informasi yang bersifat aktual dan yang dapat

²⁶ Onong Uchjana Effendi, *Radio Siaran.....*, hal., 58.

²⁷ Masduki. *Jurnalistik.....*,hal.,v.

²⁸ Onong Uchjana Effendi, *Radio Siaran.....*, hal., 65-66.

²⁹ Masduki. *Jurnalistik.....*,hal.,vi.

³⁰ Ibid., hal., 1.

mencerdaskan intelektual pendengarnya.³¹ Pemrograman siaran atau perencanaan siaran merupakan pengaturan penayangan program di stasiun televisi atau radio. Pada umumnya, pihak programming mengatur jadwal penayangan satu program TV atau radio berdasarkan perkiraan kecenderungan menonton/ mendengar peminat program tersebut. Misalnya, pengaturan jadwal tayang siaran berita di pagi hari disesuaikan dengan kecenderungan peminat penonton/pendengar siaran berita.³²

4. Interaktif

Siaran interaktif adalah keterampilan memadukan dua atau lebih pengisi siaran dari lokasi berbeda dalam kesempatan siaran bersama. Siaran interaktif merupakan siaran yang melibatkan pendengar sebagai “penyiar” melalui telfon kabel secara langsung (live). Tujuan siaran interaktif adalah: *pertama*, memperkaya kreativitas teknik pelayanan pendengar. *Kedua*, memperkaya kreativitas penyajian materi siaran. *Ketiga*, memperkaya kreativitas teknologi audio siaran.

Siaran interaktif bisa dilakukan seorang diri atau berdua dengan penyiar lain. Untuk siaran berdua: *pertama*, kedua penyiar harus berbicara sejak acara dimulai. *Kedua*, proporsi bicara sama, seimbang, dan bergantian, tidak duplikasi atau tumpang-tindih. *Ketiga*, saling memberi tekanan atas pernyataan, komentar, atau melanjutkan ucapan secara kronologis.

³¹ Masduki. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta. 2001., hal.3-4

³² id.wikipedia.org/wiki/Pemrograman_siaran/50413/010216/14.25

Di dalam radio dikenal empat model siaran interaktif. *Pertama*, interaksi dua atau lebih penyiar di studio siaran berbeda (berbeda ruang dalam satu kantor, antar radio dalam satu kota atau antar kota/ wilayah jika berbentuk radi berjaringan). *Kedua*, interaksi penyiar di studio dengan reporter di lapangan, misalnya pada acara laporan langsung peristiwa tertentu. *Ketiga*, interaksi penyiar dengan pendengar daam acara permintaan lagu atau laporan peristiwa, pendengar bertindak sebagai reporter. *Keempat*, interaksi antara penyiar, narasumber, dan pendengar, misalnya pada acara *talk show*/ obrolan interaktif.

Fasilitas yang dibutuhkan untuk pelaksanaan siaran interaktif adalah telepon, telepon seluler, dan komputer berbasis internet *e-mail* dan *chat room*. Perlu pula studi siaran ganda atau studio di lapangan. Kelebihan siaran interkatif adalah anrasumber dan pendengar tak perlu datang ke studio; informasi aktua tersiarkan lebih cepat; peluang partisipasi individu lebih leluasa. Kendalanya adalah kulaitas sarana telepon/ telepon seluler yang tidak stabil setiap saat, tidak semua narasumber bisa tidak fokus, dan tidak semua pendengar akrab dengan interaktif.

Acara yang dianjurkan untuk diproduksi secara interaktif adalah *talk show* atau obrolan, liputan peristiwa harian dan luptan khusus, kuis atau permainan untuk pelayanan pendengar termasuk memutar lagu. Prinsip-prinsip dasar memproduksi dan mengelola siaran interaktif antara lain: *pertama*, penyiar studio berfungsi sebagai moderator, membuka, melemparkan gagasan, dan menutup acara. *Kedua*, penyiar mengutamakan

pendengar yang menelepon karena mereka sudah mengeluarkan energi dan biaya. *Ketiga*, urutan perkenalan dan ucapan terimakasih diawali dari tamu di studio kemudian menelepon dan seterusnya. *Keempat*, menerima setiap telepon dengan “tersenyum” ramah. *Kelima*, berkomentar imbang kepada setiap tiap peserta. *Keenam*, lebih baik menyesali jumlah peserta ineteraktif sebelum *on air* dari pada memotong pernyataan atau menghentikan telepon saat *on air*.³³

5. Peranan Radio Sebagai Media Dakwah

Media masa adalah media yang mampu menjangkau khalayak yang jumlahnya relatif banyak, serta bagi komunikator yang menyebarkan pesannya bersifat abstrak. Media tersebut meliputi pers, radio, televisi, dan film dengan ciri utama menimbulkan keserempakan dan keserentakan khalayak tatkala di terpa pesan-pesan yang disebarkan kepadanya.³⁴ Media massa pada dasarnya adalah media yang dipergunakan dalam suatu komunikasi dimana pesan disalurkan untuk kepentingan umu. Sesuai dengan kemjmajuan teknolog, maka orang-orang berkomunikasi tidak hanya dengan menggunakan media tradisional saja. Mereka telah mengenal dan memanfaatkan keampuhan radio, surat kabar, televisi, film dan media massa lainnya. Para da'i dapat menyampaikan pesan atau dakwahnya dalam bentuk ceramah, drama suara, sandiwara radio, atau musik berirama padang pasir ataupun lagu-lagu nasyid, pop yang bersyi'arkan agama Islam. Melalui siaran radio pula para da'i dapat berdakwah dalam bentuk siaran tanya jawab atau

³³ Masduki, *Op Cit.*, hal. 93-94.

³⁴ Onong Uchjana Effendi, *Spectrum Komunikasi*, Bandung: CV Mandar Maju, 1992. Hal., 62.

sering disebut juga dialog interaktif tentang norma-norma agama, siaran pengajian, siaran pendidikan agama (Islam), dan lain sebagainya.³⁵

D. Siaran keagamaan (Dakwah Islam)

1. Pengertian Dakwah

Kegiatan berdakwah sudah ada sejak adanya tugas dan fungsi yang harus diemban oleh manusia di belantara kehidupan ini. Hal itu dilakukan dalam rangka penyelamatan seluruh alam, termasuk didalamnya manusia itu sendiri. kegiatan dakwah seringkali dipahami oleh masyarakat awam ataupun sebagai masyarakat terdidik sebagai sebuah kegiatan yang sangat praktis, sama dengan *tabligh* (ceramah), yaitu suatu kegiatan penyampaian ajaran Islam secara lisan yang dilakukan oleh para kiyai di atas mimbar. Kegiatan dakwah itu dilakukan terbatas hanya di majelis-majelis taklim, masjid-masjid dan mimbar-mimbar keagamaan. Meski hal itu tidak sepenuhnya keliru, namun sangat penting diluruskan.

Sebagaimana semarak dakwah (dalam dimensi *tabligh*) yang terjadi dewasa ini, di satu sisi merupakan perkembangan yang cukup mengembirakan, sebagai indikator *giron* keagamaan masyarakat tumbuh kembali, tapi di sisi lain, secara kualitatif, kegiatan *tabligh* seperti di atas kurang sepenuhnya mengenai pada tujuan akhir (*ultimate goal*) dari kegiatan dakwah itu sendiri, dan tidak membuat banyak perubahan khalayak (*mad'u*). pasalnya para pelaku dakwah nampaknya masih banyak yang belum memahami strategi, metode, bahkan mengenai hakikat dakwah itu sendiri,

³⁵ Ahmad Subandi, *Ilmu Dakwah (Pengantar ke Arah Metodologis)*, Bandung: Penerbit Yayasan Syahida, 199, hal., 12-13.

sehingga aktivitas dakwahnya terkadang hanya menekankan pada aspek mobilitas saja dan tidak sampai pada peningkatan pemahaman mengenai ajaran Islam yang menyentuh dimensi hidup dari kehidupan manusia. Wajarlah bila Nurcholis Majid mengatakan bahwa dakwah sekarang harus ada perubahan dan bila tidak maka dakwah akan kehilangan makna dan substansinya.³⁶

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berasal dari bahasa arab yang diambil dari kata **دَعَا** **دَعْوَةً** yang berarti panggilan, ajakan dan seruan. Pemakaian kata dakwah dalam masyarakat Islam, terutama di Indonesia adalah sesuatu yang tidak asing artinya sudah baku. Apabila dakwah diberi arti ajakan, maka yang dimaksud adalah ajakan kepada Islam atau ajakan Islam. Kecuali itu, Islam sebagai agama disebut agama dakwah, maksudnya adalah agama yang disebarluaskan dengan cara damai, tidak menggunakan cara kekerasan.³⁷

Dalam Al-Qur'an dakwah dalam arti mengajak disebutkan sebanyak 46 kali, dengan rinci 39 kali dalam arti mengajak kepada Islam dan kebaikan serta 7 kali mengajak ke nereka atau kejahatan.³⁸

Secara istilah dakwah itu dapat diartikan sebagai sisi positif dari ajakan untuk menuju keselamatan dunia dan akhirat. Definisi dakwah menurut istilah para ulama bermacam-macam, antara lain:

³⁶ Aep Kusnawan, *Ilmu Dakwah (Kajian Berbagai Aspek)*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004, hal., 7.

³⁷ Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2004, hal., 3

³⁸ Ibid., hal, 4.

- a. HSM. Nasrudin Latif mendefinisikan dakwah adalah: “Setiap usaha aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia dan lainnya untuk beriman dan mencintai Allah SWT, sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariat serta akhlak al-Islamiyah”.³⁹
- b. Muhammad Natsir mendefinisikan dakwah sebagai: “Usaha menyeru dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat, konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini meliputi *amal ma'ruf nahyi munkar*, dengan berbagai macam media yang diperbolehkan aklaq, dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan berumah tangga (usrah), kehidupan masyarakat dan kehidupan bernegara”.⁴⁰
- c. Ali Mahfuz dalam bukunya “*Hidayatul Mursyidin*”, menulis: “mendorong (memotivasikan) manusia untuk melakukan kebaikan untuk mengikuti petunjuk, memerintahkan mereka berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.”⁴¹

Pengertian dakwah menurut QS. Al-A'raf ayat 199

خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ الْجَبِينَ {١٩٩}

³⁹ HSM. Nasrudin Latif, *Teori dan Praktek Dakwah*, Jakarta: Rajawali, 1986, hal., 11

⁴⁰ Muhammad Natsir, *Fiqh Dakwah*, Jakarta: Dewan Islam Indonesia, 1997, hal., 8.

⁴¹ Ahmad Subandi, *Ilmu Dak.....*, hal., 12-13.

“Jadilah pemaaf dan serulah orang mengerjakan yang ma’ruf serta berpalinglah dari pada orang-orang yang bodoh.”⁴²

Setelah mengetahui berbagai makna dari kata dakwah (dari sekian banyak definisi tentang dakwah) secara etimologi dan terminologi, dapat dipahami bahwa dakwah secara makro berarti upaya pembebasan umat manusia secara fundamental, yakni aktualisasi teologi (iman dan dimanifestasikan dalam system kegiatan dalam bidang sosial kemasyarakatan). Kondisi ini dilakukan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir dan bertindak pada tatanan yang nyata individual dan *socio cultural* dalam rangka mewujudkan ajaran Islam dalam semua segi kehidupan.

Dengan begitu esensi dari dakwah itu sendiri adalah aktivitas dakwah upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun kolektif, dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik. Hal ini sebagai manifestasi dari Islam adalah agama yang memandang setiap penganutnya sebagai da'i bagi dirinya sendiri atau orang lain, karena Islam tidak menganut hirarki religius, setiap muslim bertanggung jawab atas perbuatannya sendiri dihadapan Allah. Dalam bahasa Islam dakwah adalah tindakan mengkomunikasikan pesan-pesan Islam.⁴³

⁴² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Gema Risalah Press, 1993, hal., 255.

⁴³ Alwi Shihab, *Islam Inklusif Menuju Sikap Terbuka dala Beragama*, Bandung: Mizan, 1999, hal.,252

Walaupun beberapa pengertian dakwah diatasberbeda-beda redaksinya, akan tetapi setiap redaksinya memiliki tiga unsur pengertian pokok, yaitu:

- a. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran agama Islam dari seseorang kepada orang lain.
- b. Dakwah adalah penyampaian agama Islam tersebut dapat berupa ajakan kepada kebaikan (*amal ma'ruf*) dan ajakan mencegah kemunkaran (nahyi munkar).
- c. Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.⁴⁴

Dari berbagai penegertian dakwah diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah itu sendiri mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan mengajak kepada kebaikan, baik secara lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok, agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran sebagai suatu pesan yang disampaikan padanya dengan tanpa ada unsur paksaan. Dengan demikian, maka esensi dakwah terletak pada ajakn, dorongan, motivasi, rangasangan, serta bimbighnan

⁴⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu...*, hal., 10.

terhadap orang lain untuk menerima jajaran agama dengan penuh kesadaran demi untuk kepentingan pribadinya sendiri.⁴⁵

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Jika dalam komunikasi memiliki unsur-unsurkomunikator sebagai penyampai pesan, maka dalam dakwah disebut sebagai da'i yaitu penyampai atau pelaku dakwah.

a. Da'i (Pelaku Dakwah/ Komunikator)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah secara lisan, tulisan ataupun perbuatan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.⁴⁶ Da'i berasal dari bahasa Arab yang merupakan isim *fi'il* dari kata da'a – yad'u- da'watan. Setiap muslim dan muslimah wajib mendakwahkan Islam sesuai dengan kemampuan dan kesanggupannya masing-masing kepada orang lain, baik orang Islam itu sendiri ataupun orang-orang yang tidak tahu atau belum beragama Islam. Setiap muslim adalah d'i, menjadi seorang muslim otomatis menjadi da'i, kapan dan dimana saja, disegala bidang dan ruang. Kedudukan kudrat yang diberikan Islam kepada pemeluknya ialah menjadi seorang muslim merangkap menjadi da'i atau mubaligh.

Da'i dapat di kategorikan sebagai komunikator yang bertugas menyebarkan, menyampaikan informasi-informasi dari sumber melalui

⁴⁵ Arifin H. M, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar*, Jakarta: Studi Bumi Aksara, 2004, hal.,6

⁴⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilm.....*, hal., 75.

saluran pada komunikasi⁴⁷. Oleh karenanya seorang da'i yang baik dan mempunyai tujuan yang ingin tercapai, maka ia harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Disamping itu pula sebagai seorang da'i dapat dengan mudah mengkomunikasikan pesan-pesannya kepada komunikan, dan memiliki retorika yang baik dan dapat menguasai massa, maka diperlukan kepribadian yang mantap, peka terhadap masyarakat, percaya pada dirinya, stabil emosinya, berani bersemangat tinggi, kreatif dan berbudi luhur.

Oleh karena itu pula diantara yang menjadi faktor keberhasilan dakwah adalah syarat-syarat yang harus dimiliki bagi seorang juru dakwah.

Ahmad Subandi menerangkan ada tiga hal yang dimiliki oleh seorang da'i diantaranya: *pertama*, Seorang da'i harus mempunyai pemahaman yang mendalam. *Kedua*, Seorang da'i harus mempunyai keimanan yang teguh. *Ketiga*, Dan seorang da'i juga harus memiliki nilai vertikal, dalam arti mempunyai hubungan yang erat dengan Allah SWT.⁴⁸

Ketiga kriteria ini harus diperhatikan untuk menjadi persyaratan seorang da'i serta akan menjadi perlengkapan dan rukun baginya.

Menurut Asmuni Syukir beliau menjelaskan diantara sifat dan kepribadian seorang juru dakwah, yaitu:

1. Iman dan taqwa kepada Allah SWT,
2. Tulus dan Ikhlas, tidak mementingkan kepentingan diri pribadi,
3. Ramah dan penuh perhatian,

⁴⁷ Slamet Muhaemin, *Prinsip-prinsip Metodologi*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1994, hal., 68.

⁴⁸ Ibid, hal., 67

4. Tawadhu (rendah hati)
5. Sederhana dan jujur,
6. Tidak memiliki sifat egois,
7. Sifat antusias,
8. Sabar dan tawakal
9. Memiliki jiwa toleran,
10. Memiliki sifat terbuka, dan
11. Tidak memiliki sifat penyakit hati.⁴⁹

Adapun kemampuan –kemampuan yang harus dimiliki seorang da'i

diantaranya:

1. Kemampuan berkomunikasi
2. Kemampuan menguasai diri
3. Kemampuan pengetahuan psikologi
4. Kemampuan pengetahuan pendidikan
5. Kemampuan di bidang ilmu Al-Qur'an
6. Kemampuan membaca AL-Qur'an dengan fasih
7. Kemampuan pengetahuan di bidang ilmu hadits⁵⁰.

Dari penjelasan diatas kita dapat mengambil hikmahnya bahwa setiap muslim dan muslimah yang bertindak sebagai da'i dalam bentuk melaksanakan suatu proses dakwah diwajibkan terlebih dahulu memiliki dan memenuhi persyaratan sebagaimana mestinya, walaupun kewajiban dakwah itu ditujukan kepada semua muslim dan beriman juga bertaqwa. Apabila di dalam melaksanakan suatu proses dakwah tidak dibarengi dan dilengkapi oleh ilmu pengetahuan dan kepribadian yang baik untuk memperoleh tujuan yang

⁴⁹ Ibid., hal., 15-43

⁵⁰ Ibid., hal., 75.

tinggi maka akan sulit. Oleh karena itu, pelaksanaan dakwah hendaknya memperhatikan hal-hal berikut ini: *Pertama*, Sumber informasi atau subjek dakwah harus dapat dipercaya oleh objek. *Kedua*, Memperhatikan kondisi ekonomi dan psikologi objek. *Ketiga*, Sesuai tingkat budaya dan motivasi objek.

b. Mad'u (Objek Dakwah)

Mad'u juga seperti da'i berasal dari satu kata dasar yang sama, yaitu da'a- yad'u, akan tetapi kata mad'u adalah kata predikat objek (maf'ul). Mad'u dalam bahasa komunikasi, yaitu manusia menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.⁵¹

Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah juga bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam bertujuan untuk mengingatkan kualitas, Islam dan Ihsan, mereka yang menerima dakwah ini lebih tepat disebut mitra dakwah daripada dengan istilah objek dakwah. Padahal dakwah adalah suatu tindakan menjadikan orang lain sebagai kawan berfikir tentang keimanan, syari'ah dan akhlak kemudian untuk diupayakan dihayati dan diamalkan bersama-sama.

Mad'u (mitra dakwah/komunikasi) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan

⁵¹ Moh. Ali Aziz, Ilmu..., hal.,90.

menggolongkan manusia itu sendiri, profesi, ekonomi dan seterusnya.

Penggolongan mad'u tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal dari kota besar.
2. Dari struktur kelembagaan, ada golongan priyai, santri, terutama pada masyarakat Jawa.
3. Dari segi tingkat usia. Ada golongan anak-anak, remaja, dewasa, dan golongan orang tua.
4. Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri dan sebagainya.
5. Dari segi sosial ekonomi, ada golongan kaya, menengah dan golongan miskin.
6. Dari segi khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana dan sebagainya.⁵²

Berbagai ragam penerimaan dakwah juga terpancar atau terkumpul pada bentuk-bentuk kelompok manusia yang disebut dengan:

1. *Crowd* (kerumunan) Istilah istilah kelompok orang yang sedang berkumpul pada suatu tempat atau ruang tertentu yang sedang terlibat faham suatu persoalan atau kepentingan bersama secara tatap muka.

⁵² H. M Arifin, *sikologi Dakwah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2000, hal., 13-14.

Keanggotaannya mungkin bersifat permanent atau temporer. Audiens dalam suatu pertemuan pengajian dapat merupakan contoh dari “*crowd*”.

2. Publik, Publik ialah kelompok yang abstrak dari orang-orang menaruh perhatian dan minat pada suatu persoalan atau kepentingan yang sama dimana mereka terlibat dalam suatu pertukaran pikiran melalui komunikasi tidak langsung untuk mencari penyelesaian atau kepuasan atas persoalan atau kepentingan mereka.

3. Massa, Massa Adalah orang banyak yang sangat heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang, demikian persoalan yang mereka hadapi masing-masing terpecah-pecah. Massa lebih luas dari publik, *audience*, atau *crowd* hubungan ikatannya lebih longgar, belum ada keastuan persoalan atau stimulus nyata dan sama. Ada perhatian tapi masih samar-samar dan individual.⁵³

Demikian heterogenitas manusia penerima dakwah dalam segi latar belakang sosio-ekonomi, agama, budaya, tingkat pengetahuan, kualitas keilmuan serta heterogen dalam bentuk komunikasi kelompoknya. Kesemuanya ini harus dicermati oleh setiap da'i (komunikator) agar ia tidak salah dalam memilih pendekatan metode, teknik serta media dakwah. Da'i yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masyarakat yang akan menjadi mitra dakwahnya adalah calon-calon da'i yang mengalami kegagalan dalam dakwahnya.

⁵³ Moh. Ali Aziz, Ilmu..., hal.,93-94.

c. Maddah (Materi Dakwah/ Pesan Dakwah)

Maddah (materi dakwah) atau pesan dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.⁵⁴ Ajaran Islam bukanlah produk dari suatu lingkungan hidup tertentu dan bukan pula reaksi terhadap suatu tradisi yang kurang baik di suatu daerah, karena produk yang demikian itu merupakan ajaran dan peraturan buatan manusia. Islam adalah peraturan *Illahi* yang dimaksud untuk dijadikan peraturan hidup bagi seluruh manusia dalam berbagai macam kultur dan daerah. Oleh sebab itu Islam dapat mengitari wilayah yang luas maupun untuk membentuk kehidupan yang baik.

Keseluruhan ajaran agama Islam yang menjadi materi dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits. Oleh karena itu panggilan terhadap materi dakwah berarti panggilan terhadap Al-Qur'an dan Al-Hadits, karena luasnya ajaran Islam tersebut, maka setiap da'i (komunikator) tidak bosan menggali kedua sumber tersebut disamping mempelajari keadaan sosial dimana berada sehingga materi dakwah segar dan pesan yang disampaikan menjadi menarik untuk disampaikan kepada mad'unya. Materi-materi Al-Qur'an dan Al-Hadits dapat dibuktikan kebenarannya dengan argumentasi yang dipaparkan atau dibuktikan manusia melalui penalaran akalnua yang dianjurkan untuk dilakukan manusia pada saat ia menyamoaikan materi tersebut.

Secara global, materi dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Masalah keimanan (*aqidah*)

⁵⁴ Ibid., hal., 944

2. Masalah keimanan (*syari'ah*)
3. Masalah budi pekerti (*akhlaqul karimah*).⁵⁵

Sedangkan menurut Barnawie Umary, materi dakwah dibagi menjadi beberapa acuan pokok:

1. Aqidah, yaitu mentebarkan dan menanamkan pengertian, penjelasan aqidah Islamiyah yang berpangkal kepada rukun yang sangat prinsipil dengan segala bentuk penjelasan yang rinci.
2. Akhlaq, yang menerangkan *akhlaqul karimah* dengan segala dasar hasil dan akibatnya diikuti contoh yang pernah berlaku dalam sejarah yang telah lalu.
3. Ahkam, yaitu menerangkan anela hukum, meliputi macam-macam ibadah *al-ahwalussy*, muamalah yang wajib diamalkan setiap muslim.
4. Ukhuwah, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh umat Islam diantaranya oenganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap golongan lain.
5. Pendididkan, yaitu melukiskan sistem pendidikan menurut Islam yang telah dipraktekan di masa lalu dan peranan pendidik Islam dimasa sekarang.
6. Sosial, yaitu yang mengemukakan solidaritas menurut ajaran Islam.
7. Kebudayaan, yaitu memupuk skill kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, meningkatkan perubahan dan pertumbuhan dengan sifat simulasi, sesuaid engan ruang dan waktu.

⁵⁵ Hamzah Ya'kub, *Publistik Islam tehnik Dawkah dan Leadership*. Bandung: CV. Dipenogoro, 1973, hal., 33

8. Kemasyarakatan, yaitu menguraikan konstruksi masyarakat yang penuh berisi Islam, dengan tujuan keadilan.
9. *Amar ma'ruf nahyi munkar* , yaitu mengajak untuk berbuat baik dan melarang manusia dari berbuat jahat, agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa di dunia dan di akhirat.⁵⁶

Dengan demikian seorang pelaku dakwah apabila akan memilih materi, maka bisa menggunakan materi yang alau tertera dan sudah tersedia di dalam Al-Qur'an dan Hadits, dan untuk mengefektifkan dan menghasilkan buah dari tujuan dakwah itu, hal itu tertuju kepada bagaimana kejelian pelaku dakwah serta kearifan menyesuaikan materi dakwah tersebut dengan keadaan, kondisi dan situasi yang terjadi pada objek dakwah.

d. Metode Dakwah

Menurut ilmu komunikasi, metode dakwah ini lebih dikenal dengan *approach* yaitu cara-cara yang dilakukan oleh seorang da'i atau komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang.⁵⁷ Metode dakwah adalah cara-cara penyampaian ajaran Islam, baik kepada perorangan maupun kelompok masyarakat tertentu dan umum, agar ajaran Islam yang akan disampaikan itu dengan mudah dapat diterima, dipahami dan diamalkan oleh penerima dakwah, sehingga menjadi muslim yang baik dan taat kepada ajaran Islam. Sesuai dengan yang terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yaitu:

⁵⁶Ibid, hal., 47-56

⁵⁷ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997, hal.,43

بِطَّلَحِ أَكْبَرِي يَتْلُو بِلَّيْلِهِمْ وَ عَضَّةُ الْحَسَنِ نَوَّةٌ جَاهِلٌ بِمَا تَعْبَى أَحْسَنُ أَنْ رَبِّكَ
هُوَ أَعْمَدٌ وَمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْمَدٌ بِهِ لَهْتَدِينَ {١٢٥}

“Serulah (manusia) kejalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahio tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya, dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.⁵⁸

Dari ayat diatas, maka metode dakwah yang dilakukan oleh mubaligh atau da'i adalah:

1. Metode *AL-Hikmah*: yaitu segala sikap, ucapan dan tindakan yang dilakukan berdasarkan ilmu yang namar karena didorong oleh rasa keadilan serta pertimbangan yang seksama sambil memperhatikan situasi dan kondisi serta sasaran di dalam mencapai tujuan .
2. Metode *almaidzati hasanah*: yaitu menggunakan tutur kata, pendidikan dan nasehat-nasehat yang baik.
3. Metode *Mujaddalah Billati Hia Ahsan* : yaitu agar sasaran dakwah dapat menaruh perhatian dan kepercayaan pada juru dakwah, karena ia dapat diskusi dengan baik tanpa menekankandan menghina ppihak-pihak yang menentang.

⁵⁸ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan.....*, hal., 421

e. Wasillah (Media Dakwah)

Wasillah (media) dakwah adalah bahasa komunikasi adalah channel yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada Mad'u untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasillah*. Pada dasarnya, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasillah* yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam kepada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Media (Terutama media Massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya. Bahkan dapat dikatakan alat-alat tersebut melekat tapi terpisahkan dengan kehidupan manusia abad ini.

dari segi penyampaian dakwah dibagi menjadi golongan yaitu:

- 1) *The spoken words* (yang berbentuk ucapan), yang termasuk kategori ini adalah alat yang dapat mengeluarkan bunyi, karena hanya dapat ditangkap oleh telinga, disebut juga dengan *the audial media* yang biasa dipergunakan sehari-hari seperti telepon, radio dan sejenisnya termasuk kedalam jenis ini.
- 2) *The printed writing* (yang berbentuk tulisan), yang termasuk didalamnya adalah barang-barang tercetak, gambar-gambar tercetak, lukisan-lukisan, buku, surat kabar, majalah brosur, pamflet dan sebagainya.

- 3) *The audio visual* (yang ebrbentuk gambar hidup), yaitu merupakan penggabungan dari golongan diatas, yang termasuk ini adalah film, televisi, video dan sebagainya.⁵⁹

Disamping penggolongan *wasillah* di atas, *wasilah* (media) dakwah dari segi sifatnya juga dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

1. Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukkan yang secara tradisional dipenaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang, drama dan lan sebagainya.
2. Media modern, yang diistilahkan dengan “media elektronika” yaitu media yang lahir dari teknologi, yang termasuk media modern ini antara lain: televisi, radio, surat kabar dan sebagainya.⁶⁰

⁵⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu.....*, hal., 121.

⁶⁰ Ibid, hal., 149

