

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kajian Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai agama Islam yang sifatnya persuasif. Dengan tujuan untuk mengajak umat manusia menuju ke jalan yang diridhai Allah SWT dengan cara-cara yang halus dan penuh kasih sayang. Secara holistik perlu dipahami bahwa dakwah merupakan tugas kerisalahan, yang menunjuk setiap pribadi muslim untuk menyampaikannya.¹ Pada dasarnya, dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'aa – yad'uu – da'watan* yang berarti memanggil atau mengajak.² Dakwah mendorong manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti perintah Allah SWT. Serta menjauhi hal-hal yang sifatnya mungkar yang dibenci oleh Allah SWT agar mendapatkan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Jika dipahami secara terminologis, dakwah juga dimaknai sebagai aspek positif berupa ajakan, yaitu ajakan untuk menuju kesejahteraan di dunia dan keselamatan di akhirat *fi al-dunya hasanah*.³

Diantara para pakar dan para ulama, mendefinisikan makna dakwah sebagai berikut:

- 1) Menurut Abdullah, dakwah tidak serta merta hanya identik dengan kegiatan tabligh, ceramah dan khutbah saja. Tetapi mencakup komunikasi dakwah dengan pesan agama melalui lisan (*bil-lisan*), tulisan (*bil-kitabah*), dan dengan perbuatan keteladanan dan aksi sosial (*bil-hal*).⁴
- 2) Yasril Yazid menjelaskan bahwa dakwah dapat dimaknai sebagai upaya untuk merubah kondisi menjadi lebih kondusif dengan tujuan untuk terjadinya perubahan

¹ Abdullah, “*Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*”, (Bandung: Citapustaka Media, 2015). 12.

² M. Rosyid Ridla, dkk, “*Pengantar Ilmu Dakwah*”, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), 4-5.

³ Abdul Piroil, “*Komunikasi dan Dakwah Islam*”, ed. Sulaeman Jajuli, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 12.

⁴ Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, 12.

pikiran, keyakinan, dan perilaku yang lebih Islami. Dengan adanya kegiatan dakwah seseorang atau sekelompok orang berupaya untuk merubah perilaku menjadi lebih positif.⁵ Kata positif disini merujuk pada melakukan kebajikan dan menjauhi kemungkaran yang dibenci oleh Allah SWT.

- 3) Abu Al-Fath Al-Bayanuni menjelaskan bahwa dakwah secara etimologi mengandung pengertian *ath-thalab* (permintaan). Apabila dikatakan “*Da’a Ila asy-syai*”, maka memiliki makna mendorong untuk melakukan tujuan. Tetapi untuk kata dakwah ketika diucapkan, maka biasanya dimaksudkan sebagai seruan kepada Islam.⁶
 - 4) Ahidul Asror merangkum pengertian dakwah sebagai suatu kegiatan mentransformasikan ajaran-ajaran Islam kedalam seluruh aspek kehidupan umat manusia secara berkelanjutan dengan menggunakan strategi dan memiliki tujuan-tujuan tertentu untuk menggapai kehidupan yang bahagia dunia dan akhirat.⁷ Transformasi ajaran Islam disini bermakna upaya untuk mewujudkan sistem Islam yang sesuai dengan kebutuhan dan masalah-masalah yang berkembang dengan kehidupan umat. Dengan kata lain mempergunakan nilai-nilai Islam dengan disesuaikan keadaan masyarakat di segala zaman.
- b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam suatu kegiatan dakwah. Unsur-unsur dakwah meliputi *da’i* (pelaku dakwah), *mad’u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

1) Da’i (Pelaku dakwah)

Da’i adalah orang yang menyampaikan pesan-pesan dakwah untuk seterusnya disalurkan kepada mad’u melalui berbagai metode dakwah. Da’i disebut juga sebagai mubaligh atau orang yang menyempurnakan ajaran Islam. Tetapi pengertian da’i secara luas diartikan sebagai seseorang yang melakukan kegiatan ceramah di

⁵ Yasril Yazid & Nur Alhidayatullah, “*Dakwah dan Perubahan Sosial*”, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 4.

⁶ Abu Al-Fath Al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, Terj. Masturi Irham & Muhammad Malik Supar (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021), 11-13.

⁷ Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu*, (Yogyakarta: LKiS, 2018), 14.

depan orang banyak dengan tujuan mad'u atau mitra dakwahnya terpengaruh dan mengikuti da'i.

Sebagai seorang muslim secara tidak langsung juga berperan untuk menjadi da'i, dengan tugas menyebarkan ajaran-ajaran Islam *rahmatan lil alamin* kepada orang-orang sekitar. Dalam bahasa komunikasi disebut juga sebagai komunikator.⁸ Da'i sendiri pada dasarnya merupakan unsur utama dalam terlaksakannya kegiatan dakwah, karena da'i menjadi ujung tombak tersampainya ajaran agama Islam kepada mad'u. Seorang da'i menyebarkan nilai-nilai ajaran agama Islam dengan berdasarkan pada Al-Qur'an. Sesuai dengan yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Dengan menyampaikan ajaran-ajaran berupa akidah, syari'ah dan juga akhlak.

2) Mad'u (Mitra/objek dakwah)

Mad'u adalah objek yang menerima pesan-pesan dakwah, atau dalam istilahnya adalah sebagai mitra dakwah. Sasaran dakwah dapat berupa individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.⁹ Dakwah dilakukan untuk mengajak mad'u menjadi lebih baik kualitas imannya, dengan tujuan meningkatkan kualitas ibadahnya pula. Mad'u yang berasal dari latar belakang yang bermacam-macam juga membuat metode dakwah yang digunakan berbeda-beda.

Bagi orang yang tidak beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam. Dan untuk orang-orang yang beragama Islam (muslim), dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, Islam dan ikhsan. Islam yang sifatnya bijaksana dan penuh kasih sayang mengajarkan untuk menyampaikan dakwah dengan cara yang lembut dan tanpa paksaan.

Seorang da'i perlu memperhatikan aspek kebutuhannya mad'unya. Kebutuhan mad'u secara umum meliputi *affiliative needs*, *status needs* dan *safety*

⁸ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah" *Jurnal Al-Munzir*, Vol. 9 No. 1, 2016, 37, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/775>

⁹ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah" *Jurnal Al-Munzir*, Vol. 9 No. 1, 2016, 30, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/775>

needs. *Affiliative needs* merupakan kebutuhan seseorang untuk diterima sebagai bagian dari suatu kelompok atau atau suatu masyarakat. *Status needs* merupakan kebutuhan seseorang untuk mendapatkan status, popularitas, pengakuan dan juga *prestige* dalam suatu komunitas atau masyarakat. Sedangkan *Safety needs* maksudnya adalah kebutuhan manusia untuk mendapatkan rasa aman dan tenang dalam menjalani aktifitas kehidupan.¹⁰

3) Maddah (Materi dakwah)

Menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u tentu membutuhkan materi yang harus dipersiapkan. materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri yaitu Al-Qur'an dan Hadist. Seorang da'i dituntut untuk menguasai materi-materi dakwah yang hendak disampaikan. Materi dakwah yang dipilih juga disesuaikan dengan kondisi mad'u yang ada. Hal ini penting untuk tersampainya materi dakwah dengan baik, dan dapat diserap baik pula oleh mad'u.¹¹ Seorang da'i juga harus mampu menunjukkan kehebatan ajaran Islam kepada masyarakat agar mudah dipahami dan dimengerti.

4) Wasilah (Media dakwah)

Wasilah atau media dakwah adalah faktor yang memepengaruhi kelancaran kegiatan dakwah. Media yang digunakan juga terbagi menjadi dua, yaitu media tradisional dan media modern. Media dakwah merupakan *defend variable* yang artinya dalam menggunakan media ini tingkat efektifitasnya tergantung pada faktor lain terutama manusia yang menggunakannya.¹² Pada dasarnya, dakwah menggunakan media yang tepat akan memudahkan mad'u untuk menangkap pesan-pesan yang

¹⁰ Anas Habibi Ritonga, "Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah Dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah", *Hikmah*, Vol. 14 No. 1, 2020, 92, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Hik/article/download/2033/2125>

¹¹ Nurwahidah Alimuddin, "Konsep Dakwah Dalam Islam", *Jurnal Hunafa*, Vol. 4 No. 1, Maret 2007, 76, <https://www.jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/195>

¹² Anas Habibi Ritonga, "Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah Dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah", *Hikmah*, Vol. 14 No. 1, 1 Juni 2020, 92, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Hik/article/download/2033/2125>

disampaikan. Semakin efektif wasilah atau media dakwah yang digunakan akan semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.¹³

5) Thariqah (Metode)

Metode dakwah adalah cara-cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah agar mencapai tujuan dakwah yang efektif dan efisien. Pedoman dasar penggunaan metode dakwah telah jelas tertulis dalam Al-Qur'an dan Hadist. Adapun beberapa metode dakwah yang perlu dikuasai seorang dai adalah sebagai berikut.¹⁴

a) Metode ceramah (retorika dakwah)

Ceramah merupakan suatu metode dakwah secara lisan yang wajib dikuasai oleh seorang dai'i. setiap da'i pasti memiliki ciri khas dalam menyampaikan dakwah dengan metode ceramah. Berbagai gaya bahasa dan gaya bicara da'i mampu menarik perhatian mad'u untuk mendengarkan isi ceramahnya. Metode ceramah memerlukan penguasaan kata dan mampu mempengaruhi pendengar dengan kalimat-kalimat persuasif.

b) Metode tanya jawab

Metode tanya jawab adalah penyampaian pesan dakwah yang membuat sasaran dakwahnya mengajukan permasalahan atas materi yang disajikan. Materi-materi yang disampaikan pun biasanya hanya berupa poin-poin penting saja untuk memantik pertanyaan dari mad'u. Metode dakwah ini memerlukan kecerdasan seorang da'i untuk menjawab pertanyaan mad'u yang beragam. Jawaban yang diberikan pun harus mampu meyakinkan mad'u dan berkualitas.

c) Metode menawarkan Islam kepada orang lain

Metode ini secara terang-terangan menawarkan Islam kepada umat manusia, dengan

¹³ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah" *Al-Munzir*, Vol. 9 No. 1, 2016, 39, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/view/775>

¹⁴ Pattaling, "Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah", *Jurnal Farabi*, Vol. 10 No. 2, Desember 2013, 143-156, <https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/view/772>

cara menjanjikan ketentraman dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

6) Atsar (Efek dakwah)

Setiap ada aksi pasti akan menimbulkan reaksi. Begitu pula dengan dakwa, setelah dai menyampaikan dakwah dengan materi, media dan metode tertentu, maka akan menimbulkan efek pada diri mad'u. sukses atau tidaknya da'i dalam menyampaikan dakwah dilihat dari efek yang terjadi pada mad'u. apakah setelah mengikuti dakwah mad'u berubah meningkat kualitas keimanannya atau tidak. Atsar (efek) juga disebut dengan *feedback* atau timbal balik. Pada unsur dakwah ini seringkali dilupakan oleh da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah materi dakwah disampaikan maka selesailah kegiatan dakwah. Padahal, atsar atau efek dakwah sangat besar perannya dalam menentukan langkah dakwah selanjutnya.¹⁵

2. Kajian Tentang Radio

a. Program Dakwah di Radio

Radio sebagai media dakwah memiliki beberapa program acara untuk disiarkan. Berbagai program siaran radio diantaranya ada ceramah, *talk show* keagamaan, *insert* renungan, pemutaran lagu-lagu religi, penyiaran kumandang adzan, siaran langsung atau tunda khutbah salat jum'at, pengajian, berita keislaman, juga majalah udara atau *feature* bertema keislaman.¹⁶ Ceramah adalah jenis program siaran radio yang berisi penyampaian pesan-pesan dakwah kepada pendengar. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ceramah memiliki arti pidato yang dilakukan seseorang dihadapan banyak orang mengenai suatu hal atau pengetahuan. Ceramah yang dilakukan di radio biasanya disampaikan oleh seorang ustadz atau kyai secara langsung atau melalui rekaman audio untuk selanjutnya disiarkan sesuai dengan jam tayang.

Talk show atau perbincangan radio merupakan bentuk program acara radio selanjutnya yang banyak diminati pendengar. Perbincangan antara pemandu acara dengan satu atau lebih narasumber mengenai topik tertentu

¹⁵ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 83.

¹⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017), 155.

dikemas dengan konsep santai dan mengalir apa adanya.¹⁷ *Talk show* di masing-masing stasiun radio memiliki ciri khas dan gaya tertentu. Dengan materi dan bintang tamu yang disesuaikan dengan pendengarnya. Dalam *talk show* keagamaan di radio biasanya diisi oleh seorang atau beberapa pembawa acara dan narasumber yang berlatar belakang seorang ustadz atau kyai dan membahas seputar materi keagamaan.

Program acara dakwah radio yang ketiga adalah *insert* renungan. *Insert* renungan biasanya berisi kata-kata mutiara ataupun puisi yang diputar setiap pergantian program atau segmen acara. Pada *insert* renungan ini biasanya berdurasi 1-2 menit dengan ditambah *voice effect* dan *backsound* yang membalut suara narrator dalam siarannya.

Program acara yang selanjutnya adalah pemutaran lagu-lagu religi. Pemutaran lagu ini ada yang masuk dalam sebuah program acara, ada juga yang digunakan sebagai selingan saat pergantian program acara. Pada format program acara, biasanya dipandu oleh seorang penyiar dan pendengar dapat *request* lagu yang diinginkan. Pada acara ini biasanya juga diselengi nasihat-nasihat islami dan kata-kata mutiara dalam siarannya.

Program acara selanjutnya adalah siaran langsung atau tunda khutbah salat jum'at dan pengajian. Apabila dilakukan siaran langsung maka pada saat acara khutbah atau pengajian mulai langsung disiarkan dengan terhubung pada sistem di radio untuk kemudian disiarkan ke pendengar. Apabila tidak disiarkan secara langsung, maka harus melalui tahapan *record* terlebih dahulu untuk kemudian disiarkan sesuai dengan jadwal siarnya. Program acara radio yang terakhir adalah majalah udara atau *feature* yang bertemakan islam. Biasanya pada acara ini menyiarkan tentang aktivitas-aktivitas keagamaan, organisasi keislaman maupun lembaga-lembaga keislaman pada acara tertentu.

b. Tahapan Pelaksanaan Produksi Siaran Dakwah Radio

Sebuah acara radio sebelum disiarkan tentu melewati tahapan yang sesuai dengan *Standard Operational Procedure*

¹⁷ Taufiq R. Talalu, "Produksi Program Siaran Dakwah Radio", *FARABI*, Vol. 17 No. 2, Desember 2020, 154, <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/download/1858/1073>

(SOP), tahapan tersebut dimulai dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1) Pra-Produksi

Tahapan pra-produksi adalah tahap pertama yang harus dilakukan dalam membuat program siaran radio. Tahap ini sangat penting, karena akan berpengaruh pada kelancaran tahap-tahap selanjutnya. Apabila tahap ini dipersiapkan dan berjalan dengan baik, maka dapat dikatakan pada tahap produksi akan jadi sedikit ringan tahapannya. Pada tahap pra-produksi terdapat tiga tahapan.

Tahap pertama adalah penemuan ide. Seluruh jenis program yang akan disajikan kepada pendengar diawali dengan ide atau konsep. Menemukan ide atau konsep untuk selanjutnya diproses menjadi program yang menarik bukanlah suatu proses yang mudah. Ide-ide yang dikembangkan selanjutnya akan diproses menjadi suatu produk yang menarik untuk selanjutnya disiarkan kepada khalayak. Pada tahap penemuan ide ini muncul dari individu-individu untuk selanjutnya disalurkan pada kelompok melalui diskusi, rapat, ataupun bertukar pikiran (*brainstorming*).¹⁸ Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan format program yang tersusun rapi dan biasanya berupa naskah cerita, TOR maupun *rundown* yang dibuat sedemikian rupa.

Tahap kedua adalah tahap perencanaan. Pada tahap perencanaan ini meliputi penentuan nama program, segmentasi, perekrutan DJ atau penyiar beserta *crew* yang bertugas, biaya produksi, pemasaran, hingga waktu dan konsep acara yang akan dibuat. Dalam tahap perencanaan ini juga memproses pengelolaan program siaran agar dapat menarik dan mendapatkan tempat di hati pendengar. Sehingga tahap perencanaan ini harus dilaksanakan dengan baik.

Tahapan yang ketiga adalah tahap persiapan meliputi penyempurnaan dari tahap sebelumnya yaitu di

¹⁸Fachir Yusuf, "Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda", *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No. 3, 2016, 107, [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/jurnal%20Online%20\(08-06-16-06-50-27\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/jurnal%20Online%20(08-06-16-06-50-27).pdf)

perencanaan. Mengecek kembali dan melengkapi sumber daya maupun peralatan yang diperlukan pada tahap produksi. Sebaiknya diselesaikan sesuai dengan *time schedule* dan jangka waktu yang telah ditetapkan. Tahap perencanaan dan persiapan perlu disiapkan secara matang dan tuntas karena akan berpengaruh pada tahap selanjutnya. Pentingnya melaksanakan tahapan produksi program radio karena akan berpengaruh pada hasil yang nantinya akan disiarkan.

2) Produksi

Tahap Produksi radio adalah tahap kedua yang beirisi seluruh proses kegiatan siaran yang dapat dilakukan secara langsung (*live*) maupun tidak langsung (*recording*). Pada proses produksi biasanya berpegang pada naskah rundown acara. Hal ini agar program acara dapat terstruktur dan tepat waktu. Proses produksi merupakan tempat untuk menuangkan konsep-konsep yang telah dibuat pada kertas atau pikiran pada tahap pra-produksi.¹⁹ Tahap produksi siaran harus dipersiapkan dan dilaksanakan dengan baik, karena apabila terdapat kesalahan baik secara teknis maupun non-teknis maka akan membuat kualitas produk siaran kurang maksimal.

Pada produksi siaran radio, terdapat dua cara yang dapat digunakan, yaitu dengan sistem siaran langsung (*live*) dan juga dengan siaran rekaman (*tapping*). Pada metode siaran secara langsung atau *live*, bisa dilakukan baik di dalam studio ataupun di luar studio. Disebut siaran langsung karena dalam pelaksanaannya dilakukan tanpa adanya penundaan waktu. Siaran *live* biasanya telah ditetapkan waktu mulai dan selesainya suatu program. Hal ini digunakan agar waktu siaran dapat sesuai dengan jadwal dan tidak mengulur waktu.

Ditinjau dari teknis pelaksanaan produksi, siaran langsung dipersiapkan lebih detail daripada program rekaman. Hal ini karena apabila terjadi kesalahan tidak dapat disempurnakan lagi. Sehingga sebelum dimulainya

¹⁹ Yusuf, Fachir, “Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda”. eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 4 No. 3, 2016, 105, [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/jurnal%20Online%20\(08-06-16-06-50-27\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/jurnal%20Online%20(08-06-16-06-50-27).pdf)

produksi siaran langsung dilakukan *check and recheck* seluruh peralatan dan sumber daya produksi agar proses produksi dapat berjalan dengan baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa produksi siaran langsung adalah proses siaran radio dengan materi siaran yang langsung terhubung dengan pemancar pusat untuk selanjutnya disiarkan secara luas pada saat yang sama.

Cara yang kedua adalah dengan produksi siaran rekaman (*tapping*) adalah produksi radio dimana prosesnya dilakukan terlebih dahulu untuk disiarkan sesuai jadwal tayang yang telah ditentukan. Pada proses siaran rekaman biasanya lebih luwes dan santai, karena apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam siaran dapat diperbaiki pada proses editing. Siaran rekaman juga memberikan kesempatan bagi pengisi acara untuk membahas topik secara lebih mendalam dan intens.

Pada prosesnya, siaran rekaman tidak langsung dihubungkan ke pemancar pusat untuk disiarkan, tetapi disimpan sebagai rekaman di kaset, CD atau dalam bentuk naskah. Untuk siaran *off-air* editor biasanya menambahkan *backsound*, *special effect*, dan editing di beberapa bagian jeda kata seperti “eee”, “emm” dan sebagainya. Hal penting dari siaran rekaman salah satunya adalah proses editing. Proses ini menjadi proses terakhir sebelum akhirnya disiarkan ke khalayak.

3) Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap terakhir dari proses produksi siaran radio. Tahap ini berupa penyiaran hasil produksi dan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan adalah menyesuaikan hasil dari produksi siaran dengan rancangan yang dibuat pada tahap pra-produksi. Tahap evaluasi ini dilakukan diakhir baik untuk produksi *on-air* maupu *off-air*. Untuk *on-air* biasanya tahap pasca produksi hanya berupa evaluasi. Sedangkan untuk produksi siaran *off-air* dilakukan evaluasi dan editing. Evaluasi dilakukan untuk perbaikan di produksi selanjutnya.

Tahap pasca produksi membahas mengenai masalah dan hambatan yang muncul selama proses produksi, serta kekurangan dan kelemahan yang terjadi. Tahap ini juga membahas kualitas audio siar, juga kualitas siaran secara keseluruhan. Evaluasi dilakukan

untuk menemukan masalah-masalah yang dapat dicegah di produksi selanjutnya, juga untuk meningkatkan kualitas program secara keseluruhan di masa yang akan datang.²⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai salah satu acuan penulis dalam penelitian. Sekaligus sebagai referensi dan perbandingan dalam menyelesaikan penelitian. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Taufiq R. Talalu yaitu Jurnal FARABI Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo, ISSN 1907 – 0993, E ISSN 2442 – 8264, Volume 17, Nomor 2, Desember 2020 (147-162), dengan judul “Produksi Program Siaran Dakwah Radio”²¹ studi kasus Proses Produksi Siaran Dakwah Radio *Selebes* Gorontalo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja program siaran dakwah serta bagaimana program siaran dakwah radio diproduksi. Dengan tetap menggunakan *broadcast style* yang santai dan bersahabat, tetapi materi dakwah yang disampaikan penyiar mampu diterima dengan baik oleh pendengar dan mampu memuaskan rasa ingin tahu akan materi yang disiarkan. Hasil penelitian ini yaitu di radio *Selebes* terdapat dua jenis program siaran dakwah, yaitu *infotainment* dan perbincangan. Program siaran dakwah radio *Selebes* yaitu *Islamic Discovery*, *Khazanah Islam* dan *Opus*. Terdapat tahapan dalam memproduksi siaran dakwah radio, diantaranya adalah tahap perencanaan, produksi, eksekusi (penyiaran) dan evaluasi. Faktor pendukung program ini adalah audien radio *Selebes* adalah masyarakat Gorontalo yang tercatat sebesar 96,87% memeluk agama Islam, sehingga program dakwah dapat diterima baik oleh pendengar. Faktor penghambatnya adalah minimnya penggunaan gaya percakapan antara narasumber dan penyiar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti proses produksi siaran dakwah radio. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini meneliti produksi siaran dakwah radio secara keseluruhan, sedangkan

²⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, 52–53.

²¹ Taufiq R. Talalu, “Produksi Program Siaran Dakwah Radio”, *JURNAL FARABI*, Vol. 17 No. 2, Desember 2020, 147-162, <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/download/1858/1073>

penelitian yang dilakukan penulis hanya fokus pada satu program dakwah radio.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zaini, yaitu Jurnal AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus, Vol. 4, No. 1 Juni 2016 (71-94), yang berjudul “Dakwah Melalui Radio: Analisis terhadap Format Siaran Dakwah di Radio PAS FM Pati”²². Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui format siaran dakwah yang disiarkan dan juga kelebihan serta kekurangannya. Hasil penelitian yaitu format siaran dakwah yang disiarkan berupa dialog interaktif dan rekaman. Adapun kelebihan format dialog interaktif adalah tema-tema yang diangkat selalu aktual dan juga pendengar dapat bertanya secara langsung kepada narasumber sehingga mampu memahami materi yang disiarkan. Kekurangannya adalah narasumber yang hadir berasal dari latar belakang yang berbeda-beda sehingga terkadang membuat pendengar menjadi bingung mengenai penjelasannya. Dan juga kurangnya penguasaan materi yang terkadang membuat narasumber kurang maksimal dalam menyampaikan siaran dakwahnya. Sedangkan untuk kelebihan format rekaman adalah narasumber menyampaikan materi dapat secara sistematis dan terstruktur, sehingga pembahasan materinya lebih luas dan mendalam. Sedangkan untuk kekurangannya adalah pendengar tidak dapat bertanya secara langsung kepada pemateri saat itu. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti program siaran dakwah radio. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian ini meneliti format siaran dakwah dan juga kelebihan serta kekurangannya. Sedangkan penulis meneliti proses produksi program siaran dakwah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nia Andesta mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Produksi Siaran Dakwah Islamiyah Di Radio Republik Indonesia Bandar Lampung”²³. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui proses produksi program dakwah Hikmah Fajar beserta kelebihan dan kekurangannya. Hasil penelitian ini adalah dalam produksi program Hikmah Fajar melalui tiga

²² Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Radio: Analisis Terhadap Format Siaran Dakwah Di Radio PAS FM Pati”, *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4 no. 1, 2016, 71–94, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2907/2078>

²³ Nia Andesta, “Produksi Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Republik Indonesia Bandar Lampung”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), <http://repository.radenintan.ac.id/841/1/NIA.pdf>

tahapan yakni tahap pra produksi, produksi dan juga pasca produksi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama meneliti proses produksi program siaran dakwah di radio. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini fokus penelitiannya tidak hanya proses produksi program siaran dakwah saja, tetapi juga kelebihan dan kekurangannya. Sedangkan penulis hanya berfokus pada proses produksinya saja.

Keempat, Hanim Mufidah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Siaran Dakwah Radio Suara Akbar Surabaya (Analisis Produksi Berbasis *Streaming*)”²⁴. Tujuan mengetahui proses produksi berbasis *streaming* meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi di radio SAS FM. Hasil penelitian ini menjelaskan pada proses pra produksi dilakukan persiapan peralatan siar beserta alat-alat yang diperlukan untuk *streaming*, naskah siaran dan juga sumber daya manusia (SDM). Untuk proses produksi adalah eksekusi dari persiapan di tahap pra produksi, berupa siaran secara langsung yang juga terhubung melalui *streaming* di internet. Untuk tahap pasca produksi dilakukan evaluasi, baik mengenai proses produksi hingga penyiaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah meneliti proses produksi siaran radio dari tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini lebih ditekankan pada analisis produksi *streaming*, sedangkan penulis berfokus pada proses produksi secara keseluruhan.

Kelima, Khoirun Nisa’ mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus dengan judul “Proses Produksi Program Siaran Dakwah Quantum di Radio Suara Kudus”²⁵. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses produksi dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Hasil penelitian ini adalah di tahap pra produksi dilakukan persiapan peralatan yang dibutuhkan, sumber daya manusia, dan penentuan waktu rekaman. Untuk tahap produksi dilakukan proses *tapping* atau rekaman, dan dilanjutkan dengan proses *mixing*. Untuk tahap pasca produksinya dilakukan proses penyiaran program acara sesuai dengan

²⁴ Hanim Mufidah, “Siaran Dakwah Radio Suara Akbar Surabaya (Analisis Produksi Berbasis *Streaming*)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), http://digilib.uinsby.ac.id/22850/7/Hanim%20Mufidah_B71214042.pdf

²⁵ Khoirun Nisa’, “Proses Produksi Program Siaran Dakwah Quantum di Radio Suara Kudus”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2021), <http://repository.iainkudus.ac.id/5608/>

jadwal siar. Persamaan dengan penelitian penulis adalah meneliti proses produksi program siaran dakwah radio dan juga sama-sama menggunakan metode kualitatif dalam penelitian. Untuk perbedaannya selain dari lokasi penelitian yang berbeda, konsep acara yang diteliti juga berbeda. Penelitian ini meneliti program acara yang disiarkan melalui rekaman, sedangkan penulis meneliti program yang disiarkan secara *on air*.

Keenam, penelitian yang dilakukan Rafka Tiara mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Proses Produksi Siaran *Islamic Spirit* di Radio Robbani FM Pekanbaru”²⁶. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses produksi program siaran *Islamic Spirit* di Radio Robbani FM Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga tahapan produksi. Dimulai dari tahap pra produksi berupa *planning*, *collecting* dan *writing*. Kemudian tahap produksi dengan proses *vocal recording*, *mixing* dan *on-air*. Dan diakhiri tahap pasca produksi dengan proses evaluasi terhadap proses produksi. Penyiarannya secara *live* dari studio. Persamaan dengan penelitian penulis adalah objek penelitiannya yaitu proses produksi program siaran dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian dan juga format acara yang diteliti.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan gambaran untuk keseluruhan dari proses penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi siaran dakwah radio “Obrolan Santri” di Radio NUR FM Rembang. Program siaran dakwah ini disiarkan setiap hari Selasa malam secara langsung (*live*) dari studio Radio NUR FM Rembang. Pada penelitian peneliti ini akan mengkaji mengenai proses produksi program siaran dakwah “Obrolan Santri” di Radio NUR FM Rembang meliputi tahap pra produksi, tahap produksi, hingga tahap pasca produksi. Ketiga tahapan ini harus terpenuhi dalam proses produksinya untuk mendapatkan produk siaran dakwah Obrolan Santri yang berkualitas untuk disiarkan.

²⁶ Rafka Tiara, “Proses Produksi Siaran *Islamic Spirit* di Radio Robbani FM Pekanbaru”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), http://repository.uin-suska.ac.id/view/creators/Rafka_Tiara=3A=3A=3A.html

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

