

**STRATEGI KOMUNIKASI YES RADIO 104.2 FM CILACAP
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR
TENTANG DAKWAH ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh :

NURFIANINGSIH
NIM. 214110102172

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurfianingsih
NIM : 214110102172
Jenjang : Strata 1
Fakultas : Dakwah
Prodi / Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 19 Maret 2025



Nurfianingsih
214110102172



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani No, 40 A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624, Faksimili (02810) 636553, www.dakwah.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI YES RADIO 104.2 FM CILACAP DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR
TENTANG DAKWAH ISLAM**

Yang disusun oleh **Nurfianingsih** (214110102172), Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto telah diujikan pada hari Senin, 21 April 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang / Pembimbing,

Sekretaris Sidang / Penguji II,

Nurul Khotimah, M.Sos
NIP. 199408152023212041

Anas Azhimi Qalban, M.Kom
NIDN. 2012049202

Penguji Utama,

Arsam, M.S.I
NIP. 197808122009011011

Mengetahui,

Purwokerto, 23 April 2025

Dekan



Dr. Muskinul Fuad, M. Ag
NIP. 197112262000031 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

**STRATEGI KOMUNIKASI YES RADIO 104.2 FM CILACAP
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR
TENTANG DAKWAH ISLAM**

Yang ditulis oleh :

Nama : Nurfianingsih
NIM : 214110102172
Jenjang : Sarjana Strata Satu
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana pada bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (S.Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 19 Maret 2025
Pembimbing,



Nurul Khotimah, M.Sos.
NIP. 199408152023212041

MOTTO

"Sesungguhnya pertolongan itu datang bersama kesabaran, kelapangan datang bersama kesempitan, dan sesudah kesulitan pasti ada kemudahan."

(HR. Ahmad No. 2804)



**STRATEGI KOMUNIKASI YES RADIO 104.2 FM CILACAP
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR
TENTANG DAKWAH ISLAM**

**NURFIANINGSIH
NIM. 214110102172
214110102172@mhs.uinsaizu.ac.id**

ABSTRAK

Dengan menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan media online yang berkembang pesat seiring kemajuan teknologi modern, Yes Radio 104.2 FM dituntut untuk mengubah persepsi masyarakat tentang radio sebagai sarana dakwah, bukan sekadar penyedia informasi dan hiburan belaka. Oleh karena itu, Yes Radio harus mengembangkan strategi komunikasi yang dapat diterima dengan mudah oleh pendengarnya tentang penyebaran siaran dakwah islam agar dapat meningkatkan minat pendengar. Yes Radio 104.2 FM Cilacap adalah salah satu stasiun radio lokal di Cilacap, Jawa Tengah, yang cukup populer di kalangan pendengarnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian lapangan (Field Research) dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yes Radio menerapkan strategi dengan teori agenda setting dengan menyusun tema dakwah yang sesuai dengan isu-isu terkini, menghadirkan narasumber yang kredibel yaitu ustaz-ustazah lokal yang memiliki ciri khas sendiri dan rekaman dari ustaz terkenal di Indonesia seperti Aa Gym, Ustaz Zaenudin, serta mengoptimalkan berbagai platform komunikasi, seperti siaran interaktif dan media sosial. Selain itu, pemilihan waktu siaran yang strategis serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami turut berkontribusi dalam menarik perhatian pendengar.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penerapan teori agenda setting dalam strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap mampu meningkatkan minat pendengar terhadap dakwah Islam. Salah satu kunci utama dari keberhasilan strategi komunikasi ini adalah ustaz-ustaz lokal yang memiliki cara penyampaian yang dekat dengan masyarakat Cilacap. Dengan adanya program siaran dakwah Yes Radio 104.2 FM, berharap dapat memotivasi masyarakat dan pendengar radio untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat. Sehingga pesan dakwah yang disiarkan tidak hanya sebagai pengetahuan saja, tetapi dapat diterapkan serta diamalkan dalam kehidupan sehari-hari yang efektif dan tetap relevan di era digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Dakwah Islam, Radio, minat pendengar, Yes Radio 104.2 FM

**COMMUNICATION STRATEGY OF YES RADIO 104.2 FM CILACAP IN
INCREASING LISTENERS' INTEREST IN ISLAMIC DAKWAH**

NURFIANINGSIH
NIM. 214110102172
214110102172@mhs.uinsaizu.ac.id

ABSTRACT

Facing increasingly tight competition with online media that is growing rapidly along with the advancement of modern technology, Yes Radio 104.2 FM is required to change the public's perception of radio as a means of preaching, not just a provider of information and entertainment. Therefore, Yes Radio must develop a communication strategy that can be easily accepted by its listeners about the spread of Islamic preaching broadcasts in order to increase listener interest. Yes Radio 104.2 FM Cilacap is one of the local radio stations in Cilacap, Central Java, which is quite popular among its listeners.

This study uses a qualitative approach and field research methods with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The results of the study show that Yes Radio applies a strategy with agenda setting theory by compiling da'wah themes that are in accordance with current issues, presenting credible sources, namely local ustaz-ustazah who have their own characteristics and recordings from famous ustaz in Indonesia such as Aa Gym, Ustaz Zaenudin, and optimizing various communication platforms, such as interactive broadcasts and social media. In addition, the strategic selection of broadcast times and the use of easy-to-understand language also contribute to attracting the attention of listeners.

The conclusion of this study is that the application of agenda setting theory in the communication strategy of Yes Radio 104.2 FM Cilacap is able to increase listeners' interest in Islamic preaching. One of the main keys to the success of this communication strategy is local ustaz who have a way of delivering messages that are close to the Cilacap community. With the presence of the Yes Radio 104.2 FM preaching broadcast program, it is hoped that it can motivate the community and radio listeners to carry out useful activities. So that the preaching message that is broadcast is not only as knowledge, but can be applied and practiced in everyday life that is effective and remains relevant in the digital era.

Keywords: *Communication Strategy, Islamic Dakwah, Radio, Listener Interest, Yes Radio 104.2 FM*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan semua rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan hati yang tulus dan ikhlas, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Solikhudin Solikhun dan Ibu Solikhatus yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, kasih sayang tiada henti dan selalu mendoakan setiap waktu agar kelak sukses dunia akhirat dan dipermudahkan segala urusan, Amiin.
2. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat agar segera menyelesaikan skripsi dan wisuda.
3. Teman-teman dekat penulis, Ata Shofiya, Fatma Vianda Aulia, Hurrin Kamila, Dewi Levvy Yanti, mba Syafiiattun Nahdah, S.E. dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, dan arahan untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi walaupun banyak keluh kesah, drama, banyak merepotkan selama menyelesaikan skripsi.
4. Amanulohasan yang telah memberikan banyak dukungan, mendengarkan keluh kesah, drama, tangis yang selalu menguatkan dikala menyelesaikan skripsi ini.
5. Anak terakhir dari enam saudara, Nurfianingsih yang selalu semangat mengejar apa yang sudah dimulai, perempuan kecil yang menjadi harapan orang tua, berani menyelesaikan walau banyak rintangan dan tantangan setiap perjalanannya.
6. Almamater penulis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga proses penulisan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam” dapat diselesaikan dengan baik tanpa halangan apapun. Tidak lupa sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita semua yaitu Baginda Rasulullah SAW yang kita nanti-nantikan syafa’atnya kelak di hari kiamat.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam berlangsungnya proses penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M. Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Alief Budiyo, M. Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., Pembimbing Akademik peneliti.
9. Nurul Khotimah, M. Sos., Dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, arahan dengan penuh kesabaran dan ketulusan serta motivasi

yang dapat membangun saya agar lebih baik lagi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

10. Segenap Dosen, karyawan, dan seluruh civitas akademik Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, ketrampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Bapak Arnanto Imani, Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, serta segenap karyawan Yes Radio 104.2 FM Cilacap yang telah memberikan izin serta membantu dalam pelaksanaan penelitian.
13. Bapak Solikhudin Solikhun dan Ibu Solikhatun selaku orang tua penulis yang senantiasa selalu memberikan dukungan dan motivasi serta mendoakan penulis setiap waktu pada saat proses yang dilalui penulis.
14. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan do'a agar segera menyelesaikan skripsi.
15. Teman seperjuangan, KPI BEST' 21, Kelompok PPL tahap 1 FAKDA, dan Kelompok 65 KKN angkatan 55 Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
16. Teman-teman dekat penulis, yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan arahan untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi terkhusus Ata Shofiya, Hurrin Kamila, Fatma Vianda Aulia, Dewi Levvy yanti, mba Syafiiattun Nahdah, S.E., Tri Septi Utami, mba Istiqomah Nurul Laeli, S.Sos. dan teruntuk Amanulohasan yang sudah kebersamai dan menguatkan perempuan kecil ini serta untuk diri sendiri yang sudah bertahan sampai titik ini untuk menyelesaikan skripsi.
17. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam proses penyusunan skripsi yang tidak mungkin saya sebutkan satu per satu.
18. Semua orang yang menanyakan kapan sidang dan kapan wisuda tapi tidak ada kontribusi apapun kepada penulis. Alhamdulillah saya dapat menyelesaikannya.

Hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan dan permintaan

maaf atas segala kesalahan selama ini. Semoga amal dan kebaikan kalian semua akan dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan pula. Adapun penulis sadar akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu peneliti sangat mengharap kritik dan saran agar penulis skripsi ini kedepannya bisa lebih baik.

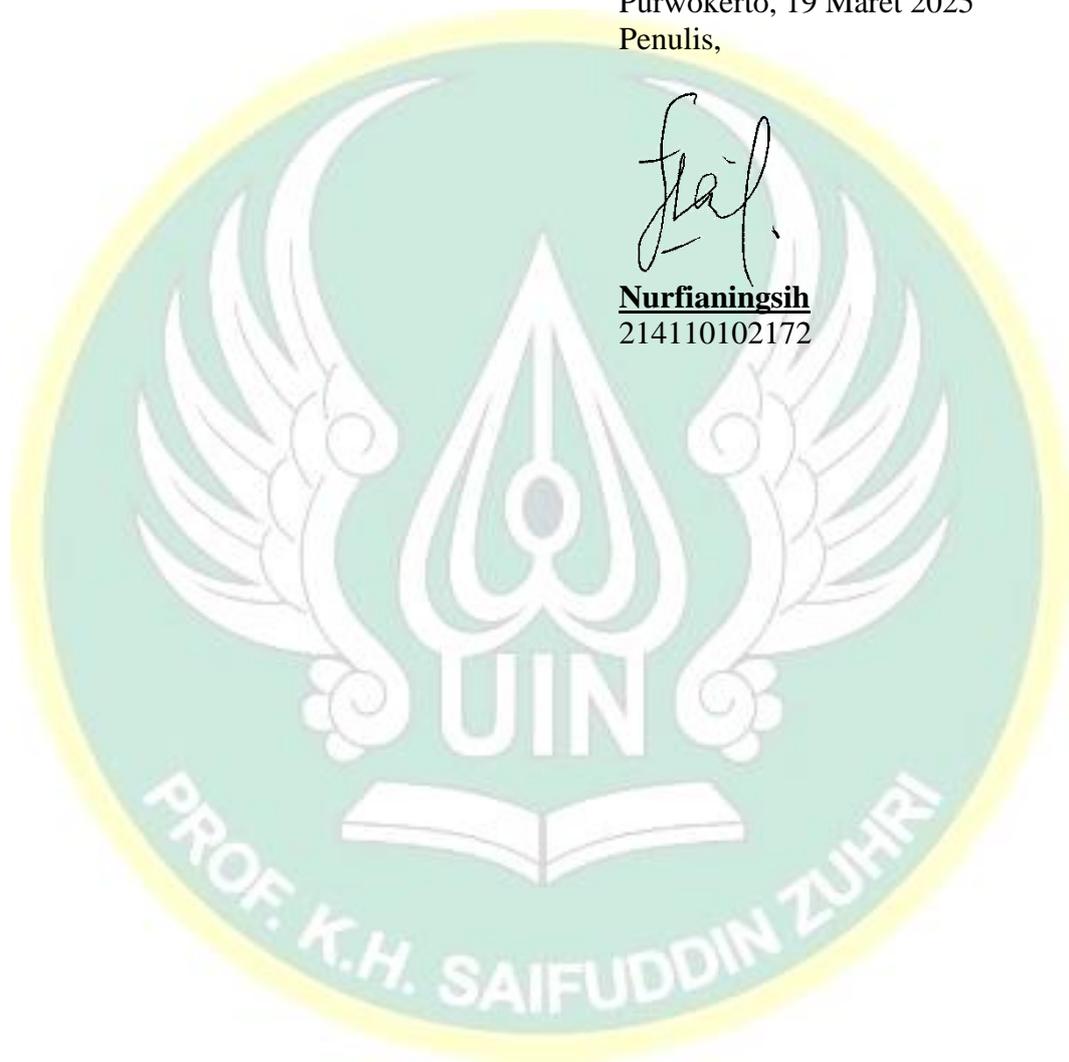
Purwokerto, 19 Maret 2025

Penulis,



Nurfianingsih

214110102172



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Kajian Pustaka.....	8
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB II Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam.....	18
A. Strategi Komunikasi	18
B. Radio	24
C. Minat Pendengar	30
D. Dakwah.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42

C. Subjek dan Objek Penelitian	43
D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Analisis Data.....	45
BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI YES RADIO 104.2 FM CILACAP DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR TENTANG DAKWAH ISLAM.....	47
A. Gambaran Umum Yes Radio 104.2 FM Cilacap	47
1. Sejarah Yes Radio 104.2 FM Cilacap	47
2. Maksud dan Tujuan Penelitian di Yes Radio 104.2 FM Cilacap	48
3. Visi dan Misi Yes Radio 104.2 FM Cilacap	48
4. Profil Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	49
5. Struktur Organisasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	49
6. Format Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap	52
7. Analisis Program Siaran Dakwah Yes Radio 104.2 FM Cilacap	54
B. Strategi Komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam	64
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Panduan Wawancara dan Hasil Wawancara

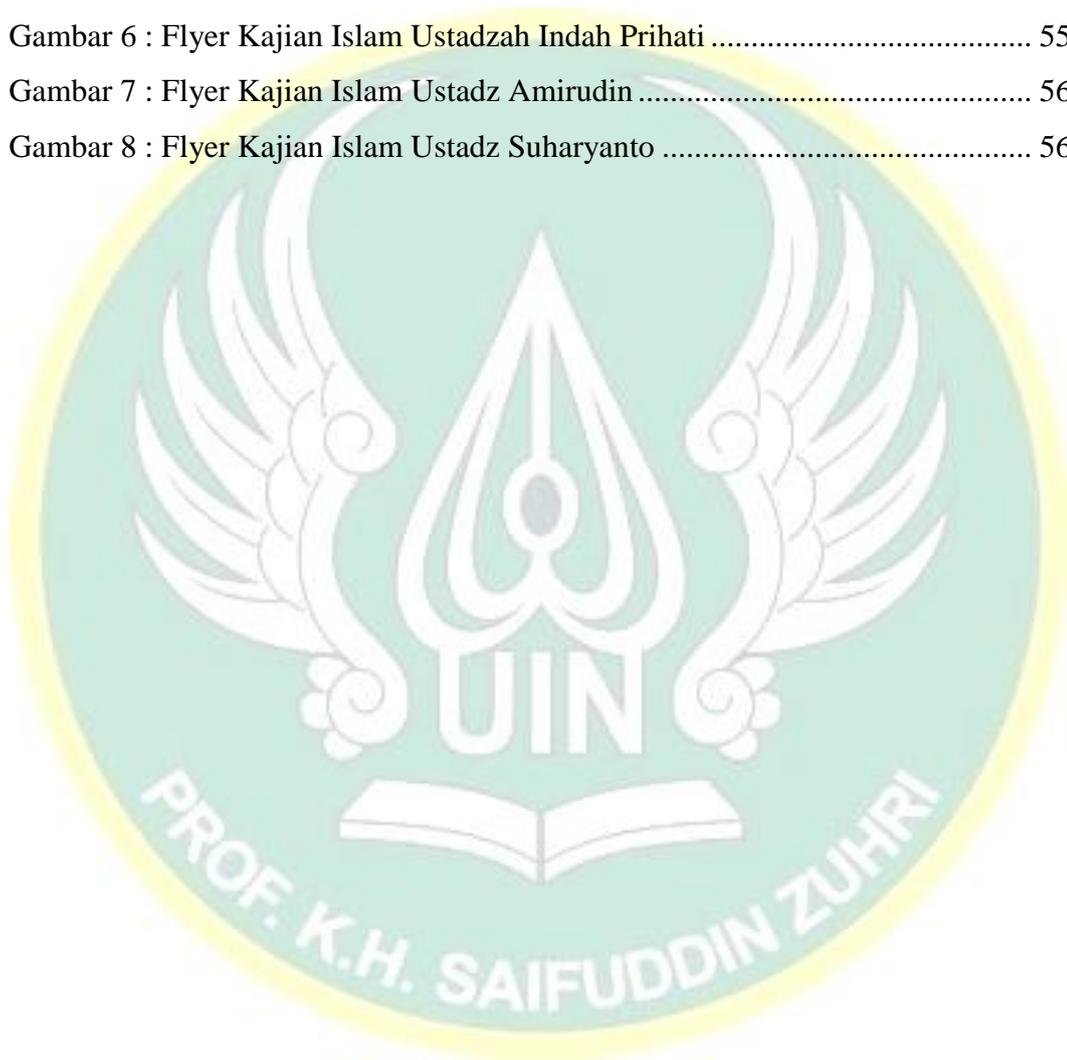
Lampiran 2, Dokumentasi

Lampiran 3. Data-data



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	49
Gambar 2 : Jadwal Program Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	53
Gambar 3 : Flyer Kajian Islam Ustadz Agus Darwanto	55
Gambar 4 : Flyer Kajian Islam Ustadz Afif	55
Gambar 5 : Flyer Kajian Islam Ustadz Fajarrudin	55
Gambar 6 : Flyer Kajian Islam Ustadzah Indah Prihati	55
Gambar 7 : Flyer Kajian Islam Ustadz Amirudin	56
Gambar 8 : Flyer Kajian Islam Ustadz Suharyanto	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	52
Tabel 2. Program Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	85
Tabel 3. Struktur Organisasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap.....	85



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah dinamika media massa modern, radio tetap menjadi media yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi opini masyarakat. Dalam konteks Indonesia khususnya, radio tidak hanya menjadi sumber hiburan tetapi juga merupakan media penting dalam menyebarkan dakwah Islam. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku pendengar telah mempengaruhi cara masyarakat mengonsumsi konten media. Hal ini menuntut stasiun radio untuk terus menyesuaikan dan mengembangkan strategi komunikasi yang efektif agar tetap relevan dan menarik pendengar.¹

Dengan hal tersebut, bahwasanya pendengar mulai berkurang setelah adanya media digital yang cukup berkembang pesat di era zaman sekarang. Adapun kendala teknis yang menjadi suatu hambatan juga seperti adanya pemancar rusak dan penyiar yang sudah resign dari Yes Radio menyebabkan menurunnya pendengar dan berbagai macam kendala dalam menyiarkan program siarannya. Sesuai dengan hasil penelitian dari Riani yang menyimpulkan bahwa strategi mempertahankan siaran dakwah dalam ruang radio yang dikaitkan dengan teori Lasswell yaitu efek yang diperoleh dari siaran dakwah adalah komunikator mengajak komunikator bergerak ke arah yang positif melalui pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Oleh karena itu, ini menjadi suatu tindakan perubahan ke arah yang lebih positif dan lebih baik sesuai dengan ajaran agama Islam dengan menyampaikan dakwah melalui media radio dengan menggunakan teknik informasi, teknik persuasif dan teknik edukatif.²

Perkembangan media yang terus berlanjut menawarkan lebih banyak

¹ Sampurna, A., Fathurrahman, A., Pohan, D. S., Zaki, M. F., Lubis, H. A., Wulandari, S., & Putri, S. S. (2024). *Eksistensi Radio dalam Program Podcast di Era Digital Konten*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 4815-4820.

² Riani, R. (2023). *Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Program Siaran Dakwah (Studi Pada Program Siaran "Siraman Rohani Angkasa" di Radio Swara Angkasa Pandeglang)* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

cara untuk menampilkan informasi dan hiburan secara visual yang menarik. Hal ini menyebabkan minat masyarakat terhadap media online semakin meningkat, tidak lagi terbatas pada radio sebagai satu-satunya sumber informasi. Di era modern ini, persaingan dalam era digital tidak hanya terjadi di televisi, tetapi juga pada radio yang harus bersaing dengan alat komunikasi seperti ponsel pintar yang terus mengalami perkembangan fitur baru yang menarik perhatian masyarakat. Kehadiran berbagai platform media sosial seperti Youtube, Instagram, Twitter, dan bahkan TikTok yang terhubung dengan ponsel pintar semakin mempermudah akses masyarakat terhadap informasi secara cepat dan komprehensif.

Oleh karena itu, dengan banyaknya program, siaran langsung, dan wawancara, radio mempunyai potensi besar dalam menyampaikan pesan dakwah Islam kepada pendengar dari berbagai latar belakang. Dakwah Islam merupakan aspek penting dalam kehidupan umat Islam. Dakwah berperan penting dalam menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat luas dan memperkuat identitas keagamaan umat Islam. Persaingan dengan media lain, perubahan perilaku pendengar, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini merupakan beberapa tantangan besar yang dihadapi stasiun radio dalam melaksanakan dakwah.³

Dengan menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan media online yang berkembang pesat seiring kemajuan teknologi modern, Yes Radio 104.2 FM dituntut untuk mengubah persepsi masyarakat tentang radio sebagai sarana dakwah, bukan sekadar penyedia informasi dan hiburan belaka. Oleh karena itu, Yes Radio harus mengembangkan strategi komunikasi yang dapat diterima dengan mudah oleh pendengarnya tentang penyebaran siaran dakwah islam agar dapat meningkatkan minat pendengar.

Di Cilacap ada 11 radio yang mengudara yaitu terdiri dari radio jaringan dan 1 dari PEMDA yaitu Bercahaya FM. Peneliti memilih Yes Radio 104.2 FM Cilacap karena ini merupakan stasiun radio swasta tertua yang beroperasi di wilayah Cilacap, Jawa Tengah. Yes Radio 104.2 FM

³ Hasan, A. (2019). "Peran Radio dalam Menyebarkan Dakwah Islam di Era Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(2), 89-104.

Cilacap mengudara sejak 1978 yang dulu terkenal dengan nama Radio Yasfi dan berubah menjadi Yes Radio pada tahun 2004 dibawah naungan PT Radio Swara Yasfi Indah. Dulu mengudara masih di AM karena masih terbatas dan sekarang sudah beralih ke FM.⁴ AM adalah metode pertama yang digunakan untuk siaran radio komersial. AM adalah singkatan dari modulasi amplitudo (menggunkan konsep perubahan amplitudo), artinya gelombang suara akan mengubah amplitudo gelombang pembawa.

Amplitudo sendiri merupakan jarak antara nilai maksimum dan nilai minimum gelombang, atau bisa juga disebut dengan tinggi gelombang. Sedangkan FM adalah singkatan dari modulasi frekuensi (menggunkan konsep frekuensi variabel), artinya gelombang suara akan mengubah frekuensi gelombang pembawa. Oleh karena itu, stasiun radio ini juga mempunyai peran penting dalam menyebarkan dakwah Islam kepada pendengarnya melalui kontennya yang memiliki ciri khas tertentu dengan menyajikan program-program dengan tema yang bernuansa keluarga yang dimana itu relate dengan kehidupan sehari-hari yang dimana semua kalangan bisa mengakses ataupun mendengarkan radio ini.

Salah seorang penggiat Yes Radio 104.2 FM Cilacap bernama Arnanto Imani yang menjabat sebagai Direktur Utama dari Yes Radio 104.2 FM Cilacap mengajak masyarakat bagaimana menjadikan radio tidak lagi sebagai sarana hiburan semata tetapi bisa juga dengan penyebarluasan informasi yang aktual dan terpercaya bagi masyarakat dan penyebaran tentang dakwah islam dengan mengundang ustaz-ustazah lokal.⁵ Salah satu contohnya dengan mengundang ustaz lokal yang kekinian yaitu Ustaz Agus yang dimana termasuk ustaz dengan materi pembahasan yang sesuai dengan konteks kondisi anak millenial sekarang dengan kehidupan sehari-hari mereka dan itu menjadi suatu trik dalam meningkatkan minat pendengarnya.

Melalui berbagai program, diskusi, dan siaran langsung, Yes Radio

⁴ Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 04 Mei 2024 pukul 16.30 WIB.

⁵ Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 04 Mei 2024 pukul 16.50 WIB.

berupaya menyajikan konten yang informatif, mendidik, dan inspiratif kepada para pendengarnya. Dengan berkembangnya radio ke kelompok sosial yang lebih luas, maka penyelenggara radio wajib menjalankan fungsi radio yang memberi manfaat bagi pendengarnya. Hal ini merupakan bagian paling penting, karena menunjang berkembangnya dan eksistensi stasiun radio untuk menarik khalayak dan memajukan eksistensi stasiun radio.⁶

Yes Radio memiliki program siaran dakwah, diantaranya program MQ Pagi yaitu program yang menyiarkan tentang pemutaran ayat suci Al-Qur'an setiap hari pada pukul 05.00 – 06.00 WIB , Kajian Islam dan Interlude Rohani dan Pesan Sang Dai setiap pukul 17.00 - 18.00 WIB dan menyajikan program program yang menarik lainnya. Namun, pada awal pelaksanaannya, program dakwah di Yes Radio belum menunjukkan dampak yang signifikan dalam hal minat dan partisipasi pendengar. Berdasarkan data internal Yes Radio pada tahun 2023, partisipasi pendengar terhadap program dakwah hanya mencapai 12% dari total interaksi siaran harian, dengan rata-rata 30 pesan masuk per minggu dan keterlibatan pendengar hanya durasi 5 menit per sesi. Program dakwah juga belum termasuk dalam lima besar program unggulan Yes Radio.

Menyadari perlunya pendekatan baru, Yes Radio menerapkan strategi komunikasi dakwah yang lebih modern dan komunikatif sejak awal tahun 2024. Strategi ini mencakup seperti penempatan program dakwah di waktu strategis (pagi dan menjelang maghrib), pemilihan topik dakwah yang relevan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari, gaya bahasa penyiar dan ustaz yang lebih ringan dan akrab di telinga anak muda, interaksi langsung melalui tanya jawab selama siaran berlangsung, dan aktivasi media sosial dengan konten dakwah nya. Setelah strategi tersebut dijalankan, pada tahun 2024, terjadi peningkatan signifikan. Program dakwah naik menjadi peringkat ke-5 dari seluruh program unggulan Yes Radio dengan berdasarkan data rating

⁶ Frayuda Ukivia Rozaq, *Strategi Komunikasi 92. 9 FM Solo Radio Dalam Mendapatkan Perhatian Pendengar*, Ilmu Komunikasi fakultas Komunikasi Dan Informatika universitas MuhammadiyahSurakarta, <http://eprints.ums.ac.id/52221/1/FRAYUDA%20UKIVIA%20ROZAQ%201100100121%20ILKOM.pdf#page=8&zoom=auto,-107,645>, diakses pada tanggal 19 Februari pukul 05 : 28 WIB.

internal.

Rata-rata interaksi pendengar naik menjadi 100 pesan per minggu, dan durasi keterlibatan pendengar dalam siaran dakwah meningkat hingga 10 menit per sesi. Jumlah pengikut di akun Instagram Yes Radio juga meningkat dari 800 followers pada 2023 menjadi 2.000 followers pada tahun 2024, yang menandakan peningkatan minat serta keterlibatan audiens secara digital. Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang tepat dapat meningkatkan minat pendengar terhadap siaran dakwah, sekaligus menjadikan media radio sebagai sarana dakwah yang relevan di era modern. Yes Radio berhasil membuktikan bahwa dakwah tidak harus dikemas kaku, tetapi bisa disampaikan secara menarik, dialogis, dan sesuai dengan kebutuhan pendengar masa kini.

Dari segi pendengar di Yes Radio dibagi menjadi dua bagian yaitu pendengar aktif yang dimana mereka mendengarkan radio dengan mengirimkan sms, memiliki akun grup fanbase nya, sedangkan pendengar pasif merupakan mereka yang hanya mendengarkan radio saja. Adapun data format pendengar Yes Radio sebagai berikut :

Tabel : Data Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

DATA PENDENGAR	
Target Pendengar	USIA
	<20 tahun : 25%
	20-40 tahun : 55%
	>40 tahun : 20%
Gender	Male : 45% , Female : 55%

Berdasarkan data tersebut, bisa disimpulkan bahwa target pendengar lebih banyak di usia 20-40 tahun yang dimana mereka masih setia menikmati siaran dari Yes Radio yang masih menggunakan radio manual dengan jangkauan baik dari Cilacap maupun luar Cilacap (Kebumen, Pangandaran, Ajibarang) dan tidak hanya lingkup lokal dan non lokal tetapi sudah sampai di luar negeri (seorang TKW yang ada di Hongkong, Taiwan, Malaysia, Jepang dan China) itu adalah pendengar setia dari Yes Radio yang

mendengarkan melalui live streaming.⁷ Dengan itu, sebelumnya Yes Radio ini melakukan penyiaran dengan melalui siaran analog, dan sekarang sudah berinovasi menjadi radio digital yang berbasis live streaming melalui website resminya untuk menjangkau pendengar lebih luas lagi. Maka dari itu Yes Radio terus berkembang untuk tetap eksis sampai saat ini.

B. Penegasan Istilah

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁸ Yes Radio 104.2 FM Cilacap juga menerapkan berbagai cara dan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap kajian dakwah Islam yang disajikan melalui program siaran radio. Melalui Yes Radio 104.2 FM, peneliti akan berupaya mengumpulkan informasi mengenai metode komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah serta apakah terdapat ciri khas tertentu.

2. Radio

Radio merupakan salah satu teknologi yang sudah ada sejak dahulu kala dan hingga saat ini hanya dapat didengar pada saat mencari topik terkini, karena tidak menampilkan gambar dan digunakan dengan bantuan sinyal dan juga dapat menggunakan radiasi gelombang elektromagnetik untuk didengarkan secara langsung tanpa menggunakan telepon genggam, televisi dan alat elektronik lainnya.⁹ Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji salah satu stasiun radio di Cilacap yang bernama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, yang bertempat di *JL. MT. Haryono No. 13B, Cilacap*.

3. Minat Pendengar

Menurut Bimo Walgito, minat adalah suatu keadaan dalam diri individu yang memberikan arah kepada perbuatan atau perilaku yang

⁷ Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 04 Mei 2024 pukul 17.15 WIB.

⁸ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.

⁹ Bahri, A. N. (2019). *Diktat Broadcasting Radio*.

berorientasi kepada objek tertentu.¹⁰ Minat menunjukkan sejauh mana seseorang merasa tertarik dan terdorong untuk berpartisipasi atau memperhatikan sesuatu secara mendalam.¹¹ Meningkatnya minat pendengar merupakan suatu keuntungan besar bagi lembaga penyiaran dan grup radionya, karena siaran juga harus mempunyai ciri khusus atau unik agar pendengar tertarik pada programnya akan mempengaruhi dan meningkatkan minat pendengar. Yes Radio 104.2 FM Cilacap melakukan upaya untuk meningkatkan minat pendengar dengan bentuk ciri khas dan daya tarik tersendiri dalam program siarannya.

4. Dakwah

Dakwah merupakan mengajak dan menggerakkan umat untuk mengikuti ajaran Allah SWT (Islam), termasuk melakukan amar makruf nahi munkar agar tercapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah disini diartikan pada saat program dakwah yang dilaksanakan Yes Radio 104.2 FM Cilacap pada saat penyampaian informasi kepada pendengar terutama terkait keislaman.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian ialah bagaimana Strategi Komunikasi Yes Radio dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dalam berkomunikasi di Yes Radio dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam di Cilacap.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan kontribusi terhadap perkembangan di bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi media dan bidang komunikasi radio dengan

¹⁰ Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.

¹¹ Crow, L. D., & Crow, A. *Educational Psychology*. New York: American Book Company, 1956.

meningkatkan minat pendengar. Komunikasi adalah informasi yang ditransmisikan dari satu tempat ke tempat lain dengan cara mentransfer informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain menggunakan simbol-simbol seperti kata, angka, grafik dan cara menyajikan, berbicara dan menulis secara persuasif.¹²

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi komunikasi untuk meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam.

F. Kajian Pustaka

Penelitian terkait seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini berhubungan dengan strategi komunikasi. Oleh karena itu, penulis menyertakan beberapa penelitian yang memiliki permasalahan serupa sebagai referensi dalam penyusunan penelitian ini. tersebut antara lain:

Pertama, hasil penelitian dari Riani dalam skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Program Siaran Dakwah (Studi Pada Program Siaran “Siraman Rohani Angkasa” di Radio Swara Angkasa Pandeglang, Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Penelitian ini bertujuan untuk strategi mempertahankan siaran dakwah dalam ruang radio jika dikaitkan dengan teori Lasswell adalah efek yang diperoleh dari siaran dakwah adalah komunikator mengajak komunikator bergerak ke arah yang positif melalui pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Pengetahuan menjadi suatu tindakan perubahan ke arah yang lebih positif dan lebih baik sesuai dengan ajaran agama Islam dengan menyampaikan dakwah melalui media radio dengan menggunakan teknik informasi, teknik persuasif dan teknik edukatif.¹³

Kedua, hasil penelitian dari Rahmani Ngayuwanti dalam skripsinya yang berjudul Strategi Siaran Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah

¹² Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana,2005), hlm., 1-2.

¹³ Riani, R. (2023). *Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Program Siaran Dakwah (Studi Pada Program Siaran “Siraman Rohani Angkasa” di Radio Swara Angkasa Pandeglang)* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 FM Jogja), Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, menyimpulkan bahwa Strategi yang diterapkan oleh Radio Saka bukanlah strategi asal-asalan melainkan menggunakan kriteria Susan Tyler Eastman, seperti strategi kompatibilitas, yaitu memprogram program untuk disiarkan pada waktu yang sesuai dengan kegiatan, pergerakan, dan kebutuhan masyarakat.

Strategi pembentukan kebiasaan untuk mengembangkan kebiasaan dengan membuat iklan atau promosi online dan membuat ringkasan yang relevan. Pengarsipan sumber program ini dimaksudkan agar siaran dapat disimpan dengan aman dan suatu saat dapat digunakan kembali dengan penyajian yang berbeda. Hal ini juga melibatkan sumber daya manusia, peralatan penyiaran, dan materi program. Strategi banding massal adalah hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh setiap stasiun radio.¹⁴

Ketiga, hasil penelitian dari Puput Dwi Lestari, dalam skripsinya yang berjudul Strategi Komunikasi Radio Binamas Fm Purworejo Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah, Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan komunikasi Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, menyimpulkan bahwa Stasiun Radio Binamas FM Purworejo telah berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat pendengar sebagai suatu wadah kajian agama dengan menyajikan siaran-siaran yang positif. Fakta tersebut terlihat jelas melalui model program siaran yang telah dan sedang diselenggarakan.

Mulai dari talkshow seputar politik, kesehatan, ekonomi, pendidikan dan agama, berupa dialog interaktif, serta spin-off yang ditayangkan secara berkala pada waktu-waktu tertentu. Melalui ini, siaran dirancang untuk memberi manfaat bagi pendengarnya. Selain menghibur, juga menjadi wadah

¹⁴ Ngayuwanti, R. (2021). *Strategi Siaran Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 Fm Jogja)* (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).

informasi, edukasi, sekaligus membimbing masyarakat ke arah yang lebih baik. Setiap program siaran akan dipersiapkan lebih detail dan matang, terutama tahap pemilihan bahasa stasiun serta mengidentifikasi sumber siaran setiap program berdasarkan nama domainnya.¹⁵

Keempat, hasil penelitian dari Woro Purdiningtyas, dalam skripsinya yang berjudul Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di Radio Lampung, Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dapat disimpulkan bahwa Radio Lampung telah berperan penting atau setidaknya memenuhi harapan masyarakat pendengar di Lampung mengenai perilaku dan aktivitas yang sesuai dengan agama. Hal ini terlihat dalam beberapa program radio, dalam cara informasi disajikan dan dalam kemampuan lembaga penyiaran untuk menyusun pesan-pesan menjadi pesan-pesan berharga yang dapat didengar dan didengarkan oleh generasi muda.¹⁶

Kelima, hasil penelitian dari Alep Arselan, dalam skripsinya yang berjudul Strategi Pengelolaan Program Radio Hidayah 103,4 Fm Sebagai Media Dakwah Di Kota Pekanbaru, Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, menyimpulkan bahwa perencanaan penyiaran acara Dakwah di Radio Hidayah 103.4 FM Pekanbaru dilakukan berdasarkan salah satu strategi pengelolaan Radio Hidayah 103,4 FM . Hal tersebut adalah *planning/perencanaan*.¹⁷

Keenam, hasil penelitian dari Vini Reza, dalam skripsinya yang berjudul Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 Fm), Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas

¹⁵ Puput, D. L. (2023). *Strategi Komunikasi Radio Binamas Fm Purworejo Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).

¹⁶ Purdiningtyas, W. (2018). *Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di D! Radio Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

¹⁷ Arselan, Alep. "Strategi Pengelolaan Program Radio Hidayah 103, 4 Fm Sebagai Media Dakwah Di Kota Pekabaru." Phd Diss., Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.hlm. 57 diakses tanggal 19 Maret 2024, pukul 14:35 WIB.

Islam Negeri Sumatera Utara, menyimpulkan bahwa Radio Al-Fatih fokus membentuk kebiasaan berbeda bagi pendengarnya melalui program Dakwah Islam dan brand value: program berkualitas dengan menayangkan berbagai musik religi dan beberapa program Tausiah singkat berdurasi lima menit serta menghindari pembicara atau program yang terkesan menghasut karena bersifat menghasut di lokasi umum.

Strategi daya tarik massa khususnya Radio Al-Fatih mempertimbangkan daya tarik pendengar untuk memaksimalkan keuntungan melalui lembaga penyiaran yang andal, memperluas jangkauan frekuensi dan jejaring sosial media sosial, serta mengoptimalkan media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube dan khusus radio situs web sebagai media periklanan. Strategi pengendalian aliran penonton khususnya Radio Al-Fatih menaruh perhatian pada pengendalian aliran pendengar melalui aliran keluar, masuk, terus menerus, penyesuaian inersia dan demografi melalui upaya kapasitas penyimpanan, metode efisiensi produksi serta monitoring dan evaluasi program.¹⁸

Ketujuh, hasil penelitian dari Ali Abdurrahman, Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja Fm Dalam Menyebarkan Islam Nusantara, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo, menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi dakwah di radio Aswaja FM Ponorogo dalam menyebarkan Islam Nusantara adalah dengan melalui program acara seperti pengajian tabligh akbar, kajian bathsul masail, kajian kitab kuning, kegiatan sosial dan tradisional, menggunakan metode redundancy, isi pesan bersifat informatif persuasif dan menggunakan jenis dakwah bil lisan.¹⁹

Kedelapan, hasil penelitian dari Imelda Nailits Tsuroya, Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94.3 Fm

¹⁸ Reza, V. (2021). *Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).

¹⁹ Abdurrahman, A. (2019). *Strategi komunikasi dakwah di radio aswaja fm dalam menyebarkan islam nusantara* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar, Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Syaifuddin Zuhri (Saizu) Purwokerto, menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi Radio 94.3 FM Cilacap bertujuan untuk meningkatkan minat pendengar atau cara manajemen stasiun radio harus memperhatikan letak dan lokasi stasiun radio sebagai salah satu media yang digemari masyarakat atau dimanfaatkan masyarakat luas. Signifikansi penelitian ini adalah stasiun radio Cahaya 94.3 FM Cilacap tetap konsisten dalam memberikan informasi yang update dan edukatif, memberikan informasi yang dibutuhkan pendengar, beberapa faktor yang mendukung dan menghambat strategi yang direncanakan radio, faktor pendukung yang berhubungan dengan Keterampilan SDM Penyiaran Radio di Radio Cahaya 94.3 FM Cilacap. Bercahaya 94.3 FM Cilacap seperti sikap, pengetahuan bahkan keterampilan. Pemirsa dari segala usia bertujuan untuk membangkitkan minat dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan.

Kesembilan, hasil penelitian dari Masayu Siti Azalia Andien, Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Remaja Pada Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Bandar Lampung, Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang digunakan RRI Pro 2 Bandar Lampung cukup efektif, terbukti pada bulan Agustus 2019 jumlah pendengarnya hanya 458 pendengar namun tahun ini meningkat menjadi 1.685 pendengar.

Menurut Arifin (1994) ada beberapa langkah yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi yaitu memahami audiens, mengidentifikasi tujuan, mengembangkan pesan, menentukan metode, dan memberikan dukungan. Menurut Wilbur Schram, dalam teori pengaruh minat AIDDA, terdapat proses-proses yang dapat digunakan untuk meningkatkan minat pendengar remaja, yaitu perhatian, minat, keinginan, serta keputusan dan tindakan. Hasil

pemanfaatan media sosial juga sangat berpengaruh terhadap strategi komunikasi untuk meningkatkan minat pendengar remaja di Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Bandar Lampung.²⁰

Kesepuluh, hasil penelitian dari M. Fadilah Hamdi, Ismail, Indah Dina Pratiwi, Dalam Jurnalnya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Acara Melayu Di Radio Dis Fm Kota Tebing Tinggi, Sekolah Tinggi Agama Islam Tebingtinggi, Deli menyimpulkan bahwa Presenter Radio DIS FM Stasiun Kota Tebing Tinggi menerapkan beberapa strategi komunikasi yang efektif, seperti menggunakan bahasa sehari-hari yang sesuai dengan budaya Melayu, menyampaikan informasi yang menarik dan relevan, serta berinteraksi langsung dengan pendengar melalui telepon dan media sosial. Selain itu, stasiun TV juga menggunakan unsur hiburan dan kompetitif untuk meningkatkan keterlibatan pendengar. Studi ini memberikan wawasan tentang pentingnya memahami budaya lokal dan mengadaptasi teknik komunikasi dalam meningkatkan daya tarik program radio. Kami berharap hasil ini dapat menjadi referensi bagi stasiun radio lain untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menarik perhatian pendengar.²¹

Kesebelas, hasil penelitian dari Yasriana Febriani, Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Hamzanwadi Dalam Meningkatkan Minat Pendengar, Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Mataram, menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang digunakan Radio Hamzanwadi untuk berdakwah adalah strategi komunikasi persuasif, strategi komunikasi informatif dan strategi komunikasi koersif. Strategi komunikasi persuasif termasuk menggunakan bahasa yang menarik saat menyiarkan khotbah di radio. Strategi komunikasi

²⁰ Masayu, S. A. A. (2024). *Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Remaja Pada Radio Republik Indonesia (Rri) Pro 2 Bandar Lampung* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).

²¹ Hamdi, M. F., & Pratiwi, I. D. (2024). *Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Acara Melayu Di Radio Dis Fm Kota Tebing Tinggi*. *At-Tadzkir: Jurnal Penelitian dan Ilmu Komunikasi*, 1(2), 45-49.

informatif melibatkan penyediaan informasi yang berisi fakta. Strategi komunikasi koersif adalah penyampaian pesan atau informasi yang bersifat memaksa dengan cara memberikan sanksi sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam Al Quran dan Hadits.²²

Kedua belas, hasil penelitian dari Wildan Mukhlisah Syaifa'ah, Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Radio Mutiara Fm Dalam Program Dakwah Ngaji Bareng Untuk Meningkatkan Jumlah Pendengar, Mahasiswa Fakultas Dakwah Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Syaifuddin Zuhri (Saizu) Purwokerto, menyimpulkan bahwa Dalam proses penyusunan strategi komunikasi program ceramah Ngaji Bareng untuk meningkatkan jumlah pendengar, Radio Mutiara FM benar-benar memperhatikan seluruh unsur komunikasi, mulai dari komunikator, penerima, pesan, media dan efek. Menurut model komunikasi yang dijelaskan oleh Harold D. Lasswell. Radio Mutiara FM juga melakukan beberapa langkah sebelum menerapkan strategi komunikasinya, antara lain memahami audiens, menyusun pesan, menentukan metode dan memilih media.

Respon pendengar terhadap acara ceramah Ngaji Bareng sangat beragam, hal ini dikarenakan adanya perbedaan asal usul, kebutuhan dan kepuasan pendengar sendiri sebagaimana yang telah dijelaskan pada teori teori Uses and Gratification. Strategi Radio Mutiara FM dalam program dakwah Ngaji Bareng untuk meningkatkan jumlah pendengar telah memperhatikan banyak faktor yang memegang peranan penting seperti komunikator, pesan, media dan efek. Kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi tersebut adalah beberapa kekurangan dari Radio Mutiara FM, seperti kualitas suara dan terputusnya saluran secara tiba-tiba. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan dalam program dakwah Ngaji Bareng untuk meningkatkan jumlah pendengar berjalan dengan baik dan sejalan dengan tujuan yang diinginkan Radio Mutiara FM.²³

²² Febriani, Y. (2023). *Strategi komunikasi penyiar radio dakwah hamzanwadi dalam meningkatkan minat pendengar* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).

²³<http://digilib.uinkhas.ac.id/11875/1/WILDAN%20MUKHLISHAH%20SYAFA%E2%80>

Ketiga belas, hasil penelitian dari M. Rizki Majistra Abdi Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Kita 94,3 Fm Cirebon) Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Jurusan Studi Ilmu Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, menyimpulkan bahwa Strategi kompatibilitas adalah kelengkapan program, pilihan jenis program dan tergantung pada kebutuhan audiens. Itulah sebabnya radio KITA memberikan perhatian khusus pada setiap detail programnya. Mampu membuat program yang relevan dengan aktivitas sehari-hari pendengar dan berubah seiring waktu. Dengan demikian, agar sesuai dengan kondisi dan kebiasaan pendengar, diperlukan pemilihan dan pemrograman yang tepat.²⁴

Keempat belas, hasil penelitian dari Mariyatul Qibtiyah, Dalam Jurnalnya Yang Berjudul Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru), Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, menyimpulkan bahwa Strategi Radio Mempertahankan Minat Pendengar di Radio RDI Banjarbaru dalam Acara Kopi Dangdut Pagi menggunakan strategi relevansi, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengendalian arus pendengar, strategi retensi, serta strategi stok sumber daya program dan strategi untuk menarik khalayak dalam jumlah besar. Faktor-faktor yang menghambat strategi radio untuk mempertahankan minat pendengar meliputi lima strategi, yaitu strategi penuh, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengendalian arus pendengar, dan strategi penyimpanan, strategi sumber daya program dan strategi daya tarik massa yaitu pertama, operasi radio. Yang kedua adalah hujan dan guntur. Ketiga, lampunya mati. Keempat pemancar radio rusak. Kelima, waktu penyajian program. Keenam,

jika listrik padam, daftar putar akan hilang dan akan terjadi ketidakcocokan antara pasang pemancar.²⁵

Kelima belas, hasil penelitian dari Yasriana Febriyani, Dalam Skripsinya Yang Berjudul Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Hamzanwadi Dalam Meningkatkan Minat Pendengar, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Mataram, menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang digunakan Radio Hamzanwadi untuk berdakwah adalah strategi komunikasi persuasif, strategi komunikasi informatif dan strategi komunikasi koersif. Strategi komunikasi persuasif termasuk menggunakan bahasa yang menarik saat menyiarkan khotbah di radio. Strategi komunikasi informatif melibatkan penyediaan informasi yang berisi fakta. Strategi komunikasi koersif adalah penyampaian pesan atau informasi yang bersifat memaksa dengan cara memberikan sanksi sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam Al Quran dan Hadis.²⁶

Sedangkan skripsi penulis dengan judul **“Strategi Komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap Dalam meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam”**, peneliti fokus pada bagaimana mengelola stasiun radio untuk menyiarkan dakwah guna meningkatkan jumlah pendengarnya. Meningkatkan minat di Yes Radio 104.2 FM ini dengan impor media digital untuk siaran jaringan steaming. Di Yes Radio 104.2 FM Cilacap ini mempunyai keunggulan penting dibandingkan radio lain adalah dalam pelaporan berita, radio menggunakan teknik dialog interaktif karena tidak semua stasiun menyediakan laporan interaktif. Sebagai aktor utama dalam proses komunikasi, sumber atau komunikator memegang peran yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh

²⁵ Qibtiyah, M. (2020). *Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar* (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

²⁶ Febriani, Y. (2023). *Strategi komunikasi penyiar radio dakwah hamzanwadi dalam meningkatkan minat pendengar* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).

karena itu, komunikator harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, kaya akan ide, dan penuh kreativitas.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika bab per bab guna untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh terhadap adanya proposal penelitian ini. Maka dengan itu diperlukan penjelasan terkait proposal ini yang terdiri dari lima bab sebagai berikut :

Bab *pertama*, berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menjadi masalah dalam penelitian, tujuan adanya penelitian dan adanya manfaat yang akan diperoleh dari penelitian, kerangka teori, metode penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab *kedua*, berisi tentang kerangka teori yang berkaitan dengan apa yang sudah diteliti oleh penulis, yaitu tentang strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam.

Bab *ketiga*, metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab *keempat*, berisi tentang penyajian data pembahasan penelitian yang mengenai laporan hasil penelitian yang diteliti tentang strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam.

Bab *kelima*, merupakan bab penutup yang berisi mengenai kesimpulan dari peneliti dan saran-saran yang membangun dan merujuk penelitian agar lebih baik lagi dan penutup. Bagian akhir meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat penulis.

BAB II

Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah bagaimana suatu organisasi melakukan aktivitas komunikasinya. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan ini, strategi harus berfungsi tidak hanya sebagai peta jalan yang menunjukkan arah tetapi juga sebagai ekspresi taktik operasional.²⁷ Beberapa definisi strategi komunikasi menurut para ahli yaitu menurut Philip Kotler, “strategi komunikasi adalah pengembangan dan implementasi program yang berkelanjutan untuk membujuk orang-orang tertentu.”

Menurut John Doorley dan Helio Fred Garcia menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah “rencana terperinci yang menggambarkan bagaimana suatu organisasi akan berkomunikasi dengan berbagai kelompok yang mempengaruhi kinerjanya.” Sedangkan menurut Clemmons, strategi komunikasi adalah “rencana terpadu yang mencakup penggunaan alat dan teknik komunikasi yang berbeda untuk mencapai tujuan tujuan tertentu dalam suatu organisasi.” Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi melibatkan perencanaan dan pelaksanaan program atau rencana yang terkoordinasi dengan baik untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu, baik dalam konteks pemasaran, reputasi perusahaan, atau hubungan masyarakat.

Strategi komunikasi merupakan langkah khusus dalam rangkaian kegiatan komunikasi berdasarkan unit-unit teknis untuk mencapai suatu tujuan komunikasi, sedangkan rekayasa adalah pemilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditentukan. Suatu

²⁷ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi* (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi) (Bandung: Pustaka Setia 2015), 155.

rencana mencakup metode, teknik, dan hubungan fungsional antar unsur dan komponen proses komunikasi agar kegiatan operasional mencapai tujuan dan sasaran.²⁸ Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Dimensi-dimensi Komunikasi”, strategi komunikasi adalah pedoman dalam merencanakan dan mengelola komunikasi untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus menunjukkan fungsi taktisnya, artinya pendekatannya dapat berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi.²⁹

Strategi komunikasi penyiaran radio mengacu pada rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks penyiaran. Ini termasuk memilih konten, format, jadwal rilis, dan saluran distribusi yang tepat untuk menjangkau audiens target secara efektif. Strategi ini juga melibatkan penggunaan teknik kreatif seperti iklan, wawancara, program khusus atau konten berita untuk menarik dan mempertahankan pendengar. Berbagai macam analisis mengenai strategi komunikasi penyiaran radio sebagai berikut:

- a. Pemilihan format: Format radio yang dipilih harus sesuai dengan preferensi dan tujuan komunikasi khalayak sasaran.
- b. Pemilihan konten: Konten siaran harus relevan dan menarik bagi khalayak sasaran. Ini dapat mencakup berita lokal, acara hiburan, atau diskusi tentang topik tertentu.
- c. Jadwal Siaran: Menentukan jadwal siaran yang optimal berdasarkan kebiasaan mendengarkan target audiens, misalnya pada siang hari, siang atau malam hari.
- d. Saluran Distribusi: Pilih saluran distribusi yang tepat untuk menjangkau audiens target Anda, baik melalui siaran radio FM tradisional, streaming online, atau podcast.

Strategi penyiaran radio tersebut penting untuk melakukan

²⁸ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi* (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi) (Bandung: Pustaka Setia 2015), 240.

²⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi – dimensi Komunikasi* (Bandung : Alumni, 1981),hlm.84

pemantauan dan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang dipilih efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Saat merancang strategi komunikasi radio, adapun teori yang dapat diterapkan untuk memahami perilaku audiens, menciptakan pesan yang efektif, dan merencanakan strategi yang tepat seperti teori agenda setting yang berpendapat bahwa media massa, termasuk radio, mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi agenda publik dengan menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat.

Dalam strategi komunikasi radio, penting untuk memahami bagaimana media membentuk persepsi dan prioritas publik terhadap berbagai isu. Hal ini memungkinkan lembaga penyiaran untuk memilih dan menyoroti topik yang relevan dan menarik perhatian penonton.

2. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan bagian penting dalam proses pembangunan, agar dapat berkembang dan berkelanjutan. Tujuan dari strategi komunikasi menurut Liliweri antara lain:

a. Memberitahu (*announcing*)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah untuk memberikan pengetahuan tentang kualitas dan kuantitas informasi (salah satu tujuan Tujuan pertama dari strategi komunikasi Anda adalah untuk mengkomunikasikan ketersediaan informasi yang berkualitas.) Jadi informasi yang akan dipromosikan akan dikaitkan dengan informasi utama dari semua informasi penting. Informasi ini dipublikasikan di media.

b. Motivasi (*motivating*)

Informasi disebarkan dan dipublikasikan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

c. Edukasi

Meningkatkan edukasi kepada masyarakat penggunaan media yang baik.

d. Penyebaran informasi (*informing*)

Penyebaran informasi merupakan bagian objektif dari strategi komunikasi dengan masyarakat sasaran. Informasi yang disebarluaskan harus akurat dan terkini.

e. Pendukung Pengambilan Keputusan

Informasi primer yang dihasilkan oleh seorang pengambil keputusan melalui tahapan, yaitu untuk mengambil keputusan, informasi yang dikumpulkan diklasifikasi dan kemudian dianalisis sedemikian rupa sehingga ada.

Salah satu unsur penting dalam organisasi atau manajemen adalah strategi atau rencana yang digunakan. Menurut Cangara, fungsi perencanaan digunakan untuk:

- 1) Mengidentifikasi dan menetapkan masalah.
- 2) Memberikan arahan (fokus) atau petunjuk terhadap tujuan yang ingin dicapai.
- 3) Meminimalkan pemborosan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif.
- 4) Perkirakan kendala yang mungkin timbul dan hasil yang mungkin dicapai.
- 5) Melaksanakan pemeriksaan agar pelaksanaannya selalu berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan.
- 6) Memberikan kemampuan memilih alternatif terbaik untuk mencapai hasil yang lebih baik.
- 7) Mengatasi komplikasi dengan mencari jalan keluar dari masalah.
- 8) Prioritaskan apa yang perlu dilakukan terlebih dahulu.
- 9) Identifikasi mekanisme pemantauan dan alat pengukuran untuk tujuan evaluasi.

Penulis menggunakan teori agenda setting untuk melakukan riset mendalam tentang strategi komunikasi radio dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam. Teori agenda setting adalah salah satu teori dalam ilmu komunikasi massa yang menyoroti peran penting media

dalam memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw melalui penelitian mereka pada pemilu presiden Amerika Serikat di Chapel Hill pada tahun 1972. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara isu-isu yang sering diangkat oleh media dan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat.

Secara garis besar, teori ini menyatakan bahwa media tidak secara langsung menentukan isi pikiran masyarakat (what to think), namun media menentukan topik apa yang perlu mendapat perhatian (what to think about). Melalui intensitas pemberitaan dan penekanan terhadap isu tertentu, media dapat membentuk fokus perhatian publik terhadap isu tersebut. Dalam konteks strategi komunikasi yang diterapkan oleh Yes Radio, teori ini sangat relevan karena media radio memainkan peran sebagai perantara dalam menyampaikan pesan dakwah Islam. Melalui pendekatan ini, radio memiliki potensi besar untuk membentuk cara pandang dan skala prioritas pendengarnya terhadap ajaran-ajaran Islam. Teori ini terdiri dari tiga unsur utama yang saling berkaitan antara lain:

a) Agenda Media

Agenda media merujuk pada proses penyaringan dan penentuan topik oleh media yang dianggap penting untuk disampaikan kepada khalayak. Dalam hal ini, Yes Radio berperan sebagai pengendali arus informasi dengan memilih dan mengatur konten dakwah apa saja yang layak dipublikasikan. Proses seleksi ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti nilai informasi, kebutuhan pendengar, kondisi sosial masyarakat, serta visi dan misi dari lembaga penyiaran itu sendiri.

Penjadwalan siaran juga disesuaikan, seperti menempatkan konten dakwah di jam-jam strategis agar jangkauan pendengarnya maksimal. Selain itu, penggunaan bahasa yang santai namun bermakna, serta keterlibatan tokoh agama yang komunikatif, menjadi bagian dari strategi penyusunan agenda media. Hal ini bertujuan agar pesan dakwah yang

disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menggugah dan menginspirasi pendengar. Dengan demikian, melalui agenda media, Yes Radio menentukan topik-topik dakwah yang akan dibahas serta bagaimana cara penyampaiannya agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak.

b) Agenda Publik

Agenda publik adalah respon yang muncul dari masyarakat sebagai akibat dari isu-isu yang diangkat secara konsisten oleh media. Dalam hal ini, pendengar radio akan membentuk pendapat, perhatian, serta minat terhadap suatu topik seiring dengan frekuensi dan cara penyampaian konten tersebut oleh media. Jika Yes Radio secara rutin dan konsisten menyajikan program dakwah Islam yang menarik, maka lama kelamaan pendengar akan mulai menaruh perhatian terhadap isi dakwah tersebut. Mereka mungkin akan membicarakan tema dakwah yang disampaikan, mengikuti siaran secara berkala, bahkan menjadikan nilai-nilai yang disampaikan sebagai pedoman dalam kehidupan. Inilah yang disebut sebagai pembentukan agenda publik di mana persepsi masyarakat mulai terbentuk berdasarkan isu-isu yang digariskan oleh media.

c) Efek Agenda Setting

Efek dari agenda setting merujuk pada dampak nyata yang terjadi ketika agenda media berhasil membentuk agenda publik. Efek ini muncul saat media mampu mengarahkan fokus perhatian masyarakat pada isu tertentu sehingga isu tersebut dianggap penting dan prioritas. Dalam kasus Yes Radio, efek ini dapat terlihat ketika konten dakwah yang disajikan berhasil membentuk kesadaran dan ketertarikan pendengar terhadap nilai-nilai keislaman. Beberapa indikator yang mencerminkan keberhasilan efek agenda setting antara lain terjadinya peningkatan jumlah pendengar program dakwah, munculnya interaksi aktif antara pendengar dan penyiar melalui berbagai kanal seperti media sosial atau telepon, tumbuhnya komunitas atau kegiatan dakwah yang terinspirasi

dari siaran radio dan adanya perubahan sikap atau perilaku religius yang lebih positif di kalangan pendengar.

Dengan kata lain, efek agenda setting membuktikan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai agen yang membentuk cara pandang serta perhatian publik terhadap realitas yang ada, termasuk dalam hal spiritualitas. Dalam konteks dakwah, teori ini menjelaskan bahwa media seperti Yes Radio memiliki kekuatan dalam membentuk prioritas isu keagamaan di benak pendengar. Dengan cara memilih topik, frekuensi tayang, dan cara penyajian yang menarik, Yes Radio bisa memposisikan dakwah sebagai konten penting dalam kehidupan sehari-hari pendengar.

Ketiga unsur dalam teori agenda setting yaitu agenda media, agenda publik, dan efek agenda setting saling mendukung dan membentuk proses komunikasi yang komprehensif. Dalam konteks dakwah Islam melalui Yes Radio, penerapan teori ini sangat signifikan untuk meningkatkan minat dan perhatian masyarakat terhadap konten keislaman. Dengan menyusun siaran dakwah secara sistematis, memilih materi yang kontekstual, serta menyampaikannya dengan metode yang komunikatif dan persuasif, Yes Radio mampu menjadikan dakwah sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari pendengarnya. Dengan demikian, teori agenda setting ini menjadi dasar utama untuk penulis melakukan observasi yang dibutuhkan dalam topik yang sedang dibahas.

B. Radio

1. Pengertian radio

Radio merupakan perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara bersamaan melalui gelombang radio melalui udara. Pada tahun 1896, Guglielmo Marconi menciptakan telegraf nirkabel yang menggunakan gelombang radio untuk mengirim pesan dalam kode Morse. Marconi kemudian mendirikan perusahaan yang mengirimkan pesan di kapal masuk dan keluar, memasang stasiun pemancar dan penerima, terutama di daerah yang tidak terjangkau kabel telegraf, bahkan membangun

pabrik untuk merakit dan menyediakan peralatan nirkabel.³⁰

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mentransmisikan sinyal dengan menggunakan modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini dapat merambat dan merambat di udara dan juga dapat merambat di ruang hampa karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pembawa (Asep Syamsul M.Romli, 2009). Radio adalah sarana komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk mengirimkan sinyal suara, dalam bentuk penyiaran berita, musik, berita terkini atau program hiburan lainnya. Dalam radio, suara ditransmisikan melalui gelombang radio dan kemudian diterima oleh penerima radio. Radio telah menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan di dunia, dengan AM (modulasi amplitudo), FM (modulasi frekuensi) dan siaran digital. Dalam lanskap media massa, radio berperan penting dalam memberikan informasi, hiburan, dan interaksi kepada pendengarnya.

Radio juga disebut sebagai sesuatu yang menghasilkan suara atau bunyi karena dipancarkan oleh gelombang atau frekuensi di udara (air wave).³¹ Radio adalah alat komunikasi massa, dalam arti saluran pernyataan manusia yang umum atau terbuka dan menyalurkan lambang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur, yang mempunyai muatan realistik dan mencakup aspek kognitif kehidupan manusia. Menurut H.A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh penerima di rumah dan di mobil serta disiarkan dimana saja.³² Dalam arti lain, radio merupakan alat komunikasi yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan, meskipun di sisi lain. Ada juga kelemahan.³³

Radio dapat menjadi media penting untuk menyampaikan informasi, pendapat, dan pemikiran kepada masyarakat luas. Selain itu, radio juga

³⁰ Marconi, Guglielmo. (1896). *"Wireless Telegraphy"*. United States Patent No. 586,193.

³¹ Didin Syaifuddin, *Radio Siaran*, (Sidoarjo: Selaras Dua Birdikari Entertain, 2005), h. 9

³² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung : Armico, 1984) h. 27

³³ H.A. Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h.36

digunakan untuk tujuan hiburan, seperti menyiarkan musik, talk show, acara interaktif dan program lainnya untuk membangkitkan minat pendengar. Selain perannya sebagai sarana hiburan dan informasi, radio sering digunakan dalam situasi darurat dan krisis sebagai sarana penyampaian peringatan dini atau informasi penting secara cepat dan efektif kepada masyarakat umum. Secara keseluruhan, radio adalah sarana komunikasi yang kuat dan andal yang tetap relevan di era digital saat ini meskipun terdapat teknologi modern seperti Internet dan jejaring sosial.

2. Karakteristik Radio

Karakteristik Radio Menurut Romli (2009: 16-17) sebagai berikut:

a. Auditory, Sound Only, Auditory.

Radio merupakan “Suara” yang wajib didengar oleh telinga atau pendengaran. Segala sesuatu yang ditransmisikan melalui gelombang radio pasti berupa suara, hanya suara saja, tidak ada yang lain.

b. Transmisi, proses penyiaran atau transmisi kepada pendengar melalui penyiaran (transmisi).

c. Mengandung faktor gangguan seperti perubahan warna dan masalah teknis.

d. Teater pikiran, Radio menciptakan gambaran dalam imajinasi pendengarnya, “bermain” dengan imajinasi pendengarnya, dengan kekuatan kata dan suara.³⁴ Secara harafiah teater pikiran berarti bioskop dalam pikiran. Radio mempunyai kemampuan untuk membangkitkan imajinasi pendengarnya dengan suara, musik, suara dan suara.

e. Identik dengan musik, orang sering mendengarkan radio untuk mendengarkan musik/lagu. Radio adalah sarana utama mendengarkan musik

3. Macam-Macam Siaran Radio

Adapun beberapa jenis siaran radio yang pada umumnya seperti :

a. Siaran Musik

Merupakan jenis siaran dengan memutar lagu-lagu dari berbagai

³⁴ Mahi M.Hikmat, *Jurnalistik Literary Journalism* (Jakarta: Prenadamedia, 2018), hlm 26-27.

genre seperti musik pop, jazz, hip-hop, rock dan lain-lain.

b. Siaran berita

Jenis siaran ini lebih ke arah memberikan suatu informasi terbaru tentang peristiwa atau isu-isu yang penting dari berbagai bidang seperti politik, sosial, ekonomi dan lain-lain.

c. Siaran Olahraga

Siaran ini terfokus pada peliputan aktivitas olahraga seperti pertandingan sepak bola, bulu tangkis dan lain-lain.

d. Siaran talkshow

Jenis siaran ini yang berisi tentang wawancara, diskusi tentang topik tertentu seperti politik, ekonomi, sosial dan lainnya.

e. Siaran edukatif

Merupakan bentuk siaran yang berisi tentang informasi dan pengetahuan seperti sejarah, sains, teknologi dan lain-lain.

f. Siaran religius

Jenis siaran yang meliputi tentang informasi keagamaan seperti ceramah agama, doa dan lainnya.

g. Siaran hiburan

Berisi tentang acara hiburan seperti komedi, drama, game show dan lain-lain.

h. Siaran komunitas

Terfokus pada suatu kegiatan dan informasi dari masyarakat setempat seperti acara kegiatan sosial dan lainnya.

i. Siaran komersial

Berisi tentang iklan-iklan dari berbagai produk dan jasa, seperti promosi dari berbagai acara dan kegiatan.

4. Kelebihan Radio

Radio memiliki keunggulan sebagai berikut:

- a. Sederhana Manajemen dan mendengarkan radio tidak rumit dan memiliki banyak fitur.
- b. Radio cepat dan langsung merupakan media massa yang bisa lebih cepat

dibandingkan televisi atau surat kabar tanpa harus melalui proses yang rumit. Dengan demikian, proses penyampaian pesan tidak memerlukan waktu sebanyak di televisi atau di surat kabar. Pendengar murahan tidak perlu mengeluarkan biaya sepeser pun untuk mendengarkan radio.

- c. Radio tanpa batas mengudara melintasi batas geografis, demografi, etnis, ras, dan sosial untuk menyampaikan pesan dan menghibur pendengar. Hanya orang tuli saja yang tidak bisa menikmati pertunjukan tersebut. Didekatnya suara penyiar hadir di dalam rumah, bahkan dekat dengan pendengar. Oleh karena itu, hangatnya suara pembawa acara membuat pendengarnya percaya bahwa mereka adalah sahabat.

d. Keakraban

Biasanya orang mendengarkan radio saat sendirian. Misalnya saat mengemudi, di dapur, di kamar tidur, dll. Dengan cara ini, penyiar merasa dekat dengan pendengarnya.

e. Fleksibilitas

Mendengarkan radio dapat dilakukan bersamaan dengan aktivitas lain tanpa mempengaruhi aktivitas tersebut. Radio Berulang memiliki kemampuan untuk mengulang informasi yang dikirimkan dengan cepat. Karena media ini secara alami bersifat sementara.³⁵

5. Kelemahan Radio

Selain kelebihan yang telah disebutkan, radio juga mempunyai kelemahan yaitu:

- a. Ringkasan Pendengar tidak dapat mengulang pesan yang dikirimkan melalui radio. Sehingga program tersebut cepat hilang dan mudah dilupakan.
- b. Global: Angka-angka yang disebutkan dalam siaran radio selalu dibulatkan. Misalnya, penyebutan “lebih dari seratus orang” menghasilkan angka 158 orang.
- c. Durasi: Waktu tayang media ini relatif terbatas, yaitu 24 jam per hari dan tidak dapat ditingkatkan menjadi 25 jam per hari atau lebih.

³⁵ McLeish, K. (2016). *Radio Production*. Routledge.

d. Aliran linier: Program yang disajikan di stasiun disusun secara berurutan agar dapat dinikmati oleh pendengar. Akibatnya pendengar tidak bisa langsung mengakses bagian tertentu, misalnya saat membaca koran, pembaca bisa langsung membaca bagian yang disukainya.³⁶

6. Radio sebagai Media Dakwah

Pada zaman modern saat ini, teknologi komunikasi di anggap penting sebagai sarana berkomunikasi. Dan saat ini perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tidak adanya lagi jarak yang tidak dapat dijangkau oleh manusia untuk berkomunikasi kapanpun dan dimana pun berada.

Dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media paling populer di dunia ini seperti : channel, sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis program dakwah di radio, selain cramah dan dialog Islam (talkshow), materinya terjemahan hadis, ayat Alquran, ungkapan sahabat Nabi Saw, Nasihat Ulama atau mutiara kata Islam. Jadi, di tengah keasyikan menikmati misalnya, lagulagu pop Indonsia, para pendengar “didakwahi” “secara tidak sadar” para dai dan lembaga-lembaga dakwah harus memanfaatkan radio untuk menebarkan risalah islam.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memeperoleh kebahagiaann hidup di dunia dan di akhirat. Mengajak ke jalan Allah wajib hukumnya. Keberhasilan ajakanya mencerminkan prospek dan pelestarian perkembangan islam dimasa mendatang . oleh karena itu sebagai sarana penyiaran agama radio juga dapat memberikan rangsangan terhadap persepsi atau tanggapan dan tingkah laku bagi masyarakat banyak. Masyarakat sensitif terhadap informasi bahkan menjadi salah satu kebutuhan pokok, selain kebutuhan sandang pangan dan papan. Semakin banyak orang berhubungan dengan informasi, maka akan semakin banyak pula pengetahuan bagi dirinya.

³⁶ Crisell, A. (2006). *"An Introductory History of British Broadcasting."* Routledge.

Di dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Dengan demikian radio dalam proses dakwahnya berbeda dengan keberadaan media dakwah lainnya. Misalnya dalam penyiaran-penyiaran yang berupa ceramah tentang keagamaan yang semuanya itu merupakan upaya penyebaran ajaran yang sudah diterima masyarakat sebagai pedoman hidup guna memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.

Dapat penulis simpulkan bahwa Dakwah melalui Radio itu cukup efektif karena yang sifatnya umum, serempak jumlah pendengarnya banyak tanpa membatasi didaerah perkotaan maupun pedesaan dapat menikmatinya, serta bentuk acaranya yang bersifat dialog, sehingga tidak hanya mendengarkan saja. Tetapi mampu berinteraksi dengan pendengar untuk mendiskusikan pesan dakwah yang disampaikan oleh Dai yang berperan sebagai komunikator.

C. Minat Pendengar

1. Pengertian Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia,³⁷ istilah "minat" diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, juga disertai dengan gairah dan keinginan. Dengan demikian, terdapat dorongan baik dari dalam diri maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Ini menjadi pondasi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan karena keberadaan minat mampu memotivasi dan menginspirasi seseorang untuk melakukan sesuatu. Ahli-ahli memiliki definisi berbeda, namun sama-sama menekankan pentingnya minat dalam memotivasi tindakan seseorang. Definisi minat menurut Shaleh adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan mengambil tindakan terhadap orang, aktivitas, atau situasi tertentu.³⁸ Noeng Muhajir mendefinisikan minat sebagai kecenderungan afektif (perasaan, emosi) seseorang yang mendorong aktivitas. Dari penjelasan tersebut, tampak bahwa minat melibatkan aspek

³⁷ Depdiknas, 2001:744

³⁸ Abdul Rahman Shaleh. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana), 262

psikologis individu.³⁹

Crow dan Crow menyatakan bahwa minat adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk memberikan perhatian pada orang atau objek lain. Hurlock mengemukakan bahwa minat merupakan sumber motivasi yang membuat orang tertarik pada apa yang mereka inginkan ketika mereka bebas memilih. Dalam konteks ini adalah minat pendengar masyarakat terhadap program siaran Yes Radio 104.2 FM. Ketika mereka melihat sesuatu yang memiliki arti bagi mereka, hal itu akan menimbulkan kepuasan.⁴⁰

Menurut Syaiful Bahri Djamarah, minat merujuk pada kecenderungan yang konsisten untuk memperhatikan dan mengingat beberapa aktivitas. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu aktivitas akan secara konsisten memberikan perhatian terhadap aktivitas tersebut dengan perasaan senang.⁴¹ Sedangkan menurut Slamet, minat dijelaskan sebagai rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya paksaan dari luar. Dengan demikian, seseorang yang memiliki minat terhadap suatu aktivitas akan memberikan perhatian secara konsisten dengan perasaan senang karena didorong oleh keinginan dari dalam diri mereka sendiri dan tanpa ada paksaan dari luar.⁴²

Pengertian minat menurut Sukirin berpendapat bahwa minat adalah kecenderungan individu untuk tertarik pada suatu objek. Seseorang yang sangat tertarik pada suatu pekerjaan tertentu akan senang melakukan sesuatu.⁴³ Pandangan ini didukung oleh As'ad yang berpendapat bahwa minat merupakan sumber motivasi yang akan memandu tindakan seseorang. Seseorang yang menyenangi suatu kegiatan biasanya akan termotivasi dan bersedia melakukannya.⁴⁴ Jadi dapat dikatakan bahwa

³⁹ Prasetyo, Dwi Sunar. 2008. *Rahasia Mengajarkan Gemar Membaca Pada Anak. Sejak Dini* (Yogyakarta: Think Jogjakarta), 54.

⁴⁰ Prasetyo, Dwi Sunar. 2008. *Rahasia Mengajarkan Gemar Membaca Pada Anak. Sejak Dini* (Yogyakarta: Think Jogjakarta), 54.

⁴¹ Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar* (Jakarta: Rineka Cipta), 132.

⁴² Slamet (2010:180)

⁴³ Sukirin. 1986. *Psikolog Pendidikan*. Yogyakarta: FIP IKIP Yogyakarta

⁴⁴ As'ad, 1995. *Psikologi Industri*. Yogyakarta : Liberty.

minat itu sendiri merupakan suatu kekuatan untuk melakukan sesuatu.

Setiap stasiun radio perlu menetapkan posisi pasar yang terdefinisi dengan jelas agar dapat menarik sebanyak mungkin pendengar melalui program-programnya. Program-program ini didesain untuk memenuhi minat dan keinginan dari target pendengar mereka. Semakin jelas dan fokus format, segmentasi, dan posisi pasar sebuah stasiun radio, semakin mudah bagi pengiklan untuk memasang iklan produk mereka di stasiun tersebut.⁴⁵ Minat selalu terkait dengan praktik bahwa apa yang menarik minat dapat memicu perhatian, dan apa yang memicu perhatian tentu disertai dengan minat dari pendengar. Penelitian ini khusus memfokuskan pada minat pendengar di Yes Radio tentang konten dakwah islamnya.

2. Faktor Timbulnya Minat

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat individu menurut Crow dan Crow⁴⁶ :

- a. Kebutuhan Kognitif : Kebutuhan yang berhubungan dengan pengetahuan, pemahaman, dan pengertian mengenai lingkungan.
- b. Kebutuhan Afektif : Kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman estetis, menyenangkan, dan emosional.
- c. Kebutuhan Konatif : Kombinasi dari kebutuhan kognitif dan afektif yang memunculkan tindakan individu.⁴⁷

3. Pengertian Pendengar

Awalnya, sebelum ada media massa, audiens terdiri dari sekelompok penonton drama, permainan, dan pertunjukan. Setelah komunikasi massa berkembang, audiens sering diartikan sebagai penerima pesan-pesan media massa. Audiens sering juga disebut dengan sejumlah istilah lain seperti khalayak, penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, atau komunikan. Mereka merupakan salah satu pihak yang aktif dalam proses komunikasi, yang menentukan seberapa berhasilnya atau seberapa tidak

⁴⁵ Ius, A., & Triartanto, Y. (2010). *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher), 172

⁴⁶ Crow, dan Crow, L. 1998. *Psikologi Belajar*. Surabaya: Bina Ilmu.

⁴⁷ Sarlito Wirawan Sarwono, *Psikologi Umum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), 73

berhasil suatu proses komunikasi berlangsung.⁴⁸

Audiens dalam konteks komunikasi massa sangatlah beragam, mulai dari jutaan penonton televisi hingga ribuan pembaca majalah, koran, atau jurnal ilmiah. Setiap individu dalam audiens memiliki perbedaan dalam hal cara berpakaian, berpikir, menanggapi pesan, pengalaman, dan orientasi hidup. Meskipun demikian, setiap individu dapat memberikan reaksi terhadap pesan yang diterimanya.⁴⁹ Sejarah penelitian mengenai audiens dimulai seiring dengan penelitian tentang efek komunikasi massa. Pada awalnya, audiens dianggap pasif (sesuai dengan teori peluru atau model jarum hipodermis). Namun, sejak tahun 1940, penelitian tentang audiens mulai meneliti aktivitas audiens, yang kemudian menghasilkan konsep audiens aktif dan kepuasan audiens.

Aktivitas audiens mencakup beberapa aspek:

- a. Sejauh mana audiens memilih pesan-pesan komunikasi,
- b. Kadar dan jenis motivasi audiens yang mempengaruhi penggunaan media,
- c. Penolakan terhadap pengaruh yang tidak diinginkan,
- d. Jenis dan jumlah tanggapan yang diajukan oleh audiens media.⁵⁰

4. Karakteristik Pendengar

Pendengar radio memiliki beberapa karakteristik khusus sebagai berikut:

- a. Heterogen: Pendengar radio berasal dari berbagai latar belakang usia, ras, suku, agama, strata sosial, serta latar belakang sosial, politik, budaya, dan kepentingan yang berbeda-beda.
- b. Pribadi: Radio adalah media yang bersifat personal. Pendengarnya adalah individu-individu, bukan kelompok atau organisasi. Oleh karena itu, komunikasi yang dilakukan bersifat interpersonal, dengan

⁴⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), 157

⁴⁹ Nuruddin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 105

⁵⁰ Denis McQuail. 1987. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.

penyiar menggunakan gaya "ngobrol". Penyiar harus membayangkan sedang berbicara dengan satu orang saat siaran.

- c. Aktif: Pendengar radio tidak pasif. Mereka berpikir, menginterpretasikan, dan menilai apa yang didengarnya.
- d. Selektif: Pendengar radio memiliki kemampuan untuk memilih gelombang frekuensi atau stasiun radio sesuai selera mereka. Penyiar tidak bisa memaksa pendengar untuk tetap setia pada satu gelombang setiap saat.

Seringkali, radio harus mengembangkan strategi program yang beragam untuk memenuhi kebutuhan beragam audiens. Audiens target merupakan sekelompok individu yang menjadi potensi target pemasaran. Audiens target dipilih dari segmen-segmen audiens yang menjadi fokus kegiatan pemasaran untuk menarik pendengar. Radio perlu memiliki keberanian untuk memusatkan kegiatan pada beberapa segmen audiens tertentu. Dalam konteks ini, Yes Radio memfokuskan kegiatan mereka agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, termasuk remaja dan orang dewasa.

5. Macam-macam perilaku pendengar⁵¹

Adapun berbagai macam perilaku pendengar sebagai berikut :

- a. Rentang perhatian mendengarkan yang pendek karena mendengarkan radio sambil melakukan banyak aktivitas lainnya.
- b. Perhatiannya dapat dengan cepat teralihkan oleh orang lain.
- c. Tidak dapat menyerap banyak informasi dalam sekali dengar karena keterbatasan memori karena aktivitas pendengaran sementara.
- d. Lebih memperhatikan hal-hal yang berdampak langsung pada kehidupannya, seperti tetangga dan teman.
- e. Mematikan radio secara mental dan harafiah itu mudah.
- f. Pada umumnya pendengar tidak terdeteksi terus-menerus, sehingga tidak diketahui apakah mereka cerdas, tidak konsisten, dan tidak fanatik.

⁵¹ Desty Prinda Zahra, "Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia," 39

Berdasarkan Interaksi/Partisipasi⁵² :

1) Pendengar Spontan

Orang yang mendengarkan radio secara tidak sengaja karena tidak berniat mendengarkan stasiun atau dengan cara lain dan perhatiannya mudah teralih ke sejumlah orang tertentu.

2) Pasif pendengar

Orang yang sering mendengarkan radio untuk mengisi waktu sebaiknya menghemat dan menghibur diri dengan menjadikan radio sebagai teman reguler (pedagang).

3) Pendengar yang selektif

Orang yang mendengarkan radio pada waktu dan program tertentu, adalah orang yang fanatik terhadap suatu program atau stasiun televisi tertentu dan menghabiskan waktunya untuk mendengarkan program tersebut.

4) Pendengar aktif

Orang yang selalu mendengarkan radio, acara apa saja, dimana saja, dan aktif berinteraksi melalui telepon, SMS, WhatsApp dan lain-lain. Pendengar tipe ini menjadikan Radio sebagai teman utamanya dan tidak hanya di waktu senggang saja.

D. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakan, seruan, himbauan atau panggilan.⁵³ Oleh karena itu, pengertian dakwah ilmiah secara umum adalah suatu ilmu yang memuat cara-cara dan petunjuk tentang cara menarik perhatian masyarakat untuk mematuhi, mendukung, dan melaksanakan suatu ideologi masyarakat dari sudut pandang kerja tertentu. Dalam surat An-Nahl ayat 125 dijelaskan dengan jelas teori atau metode dakwah, atau dengan kata lain pada ayat tersebut Allah SWT telah memberikan petunjuk atau ajaran pokok bagaimana cara menggunakannya

⁵² Ibid, hal. 40

⁵³ Sayyid Qutb. (1964). *"Social Justice in Islam"*. Jeddah: Holy Qur'an Publishing House.

sebagai acuan dan alat bantu pengajaran.⁵⁴

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Ajaklah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan hikmah yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan baik. Jalan, dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang diberi petunjuk.”⁵⁵

Kata *ud'u* yang berarti mengundang adalah kata kerja imperatif, menurut kaidah Ushul Fiqh, setiap kata kerja imperatif merupakan perintah wajib yang harus ditaati sepanjang tidak ada dalil lain yang menjadikannya aku berubah ke arah sunnah dan lain-lain. Oleh karena itu, berdakwah Islam adalah wajib karena dalam hal ini tidak ada dalil lain yang menyimpang dari Sunnah atau Ibadah (yang boleh dilakukan atau tidak). Pada sabda di atas Allah SWT mengajarkan kita proses berdakwah dengan kata *Bilhikmati* yang artinya “bijaksana”, Al-Hikmati menempatkan sesuatu pada tempatnya. Dalam surat Ali Imron ayat 104 juga dijelaskan tentang kewajiban dakwah, berikut penjelasannya:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah di antara kamu ada sekelompok orang yang menyerukan kebajikan, mengajak kebaikan dan melarang keburukan.”

Dalam ayat ini kita jumpai dua kata perintah yang berbeda, kata pertama adalah “*yad’una*” yang berarti mengajak dan “*ya’muruna*” yang berarti memerintahkan.

Sayyid Quthub mengatakan dalam tafsirnya bahwa penggunaan dua kata yang berbeda menunjukkan perlunya keberadaan dua kelompok dalam masyarakat Islam. Kelompok pertama bertugas mengajak dan kelompok kedua bertugas memerintahkan dan melarang.⁵⁶ Tentu saja kelompok kedua ini mempunyai kekuasaan di muka bumi. Ajaran Ilahi di muka bumi ini

⁵⁴ Surat An-Nahl, Ayat 125, Al-Qur'an.

⁵⁵ Surat Ali Imron, Ayat 104, Al-Qur'an.

⁵⁶ Sayyid Qutb. (1951). *"Fi Zilal al-Qur'an"* (Tafsir of the Quran). Jilid 5. Dar al-Shorouk.

lebih dari sekedar nasehat, petunjuk dan penjelasan. Itu adalah satu sisi, sedangkan sisi yang lain menjalankan kekuasaan perintah dan larangan, sehingga kebaikan dapat dicapai dan kejahatan dapat dimusnahkan.⁵⁷

Pengertian dakwah dari segi terminologinya bersifat saling melengkapi, karena walaupun susunan redaksionalnya berbeda, namun maksud dan makna hakikinya sama seperti yang dikutip di bawah ini:

- a. Prof. Toha Yahya Omar, MA mengatakan dakwah dari segi terminologinya mengajak manusia untuk bijak dalam menempuh jalan yang benar sesuai perintah Allah SWT, demi keselamatan dan kebahagiaannya di dunia dan kelak.⁵⁸
- b. Profesor A. Hasmy mengatakan, dakwah Islam mengajak orang lain untuk mengimani dan mengamalkan akidah Islam dan hukum syariat yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh dakwah itu sendiri.
- c. Syekh Ali Mahfudz mengatakan bahwa dakwah menggerakkan manusia untuk beramal shaleh, mengikuti petunjuk, memerintahkan beramal shaleh dan mencegah kemunkaran sehingga dapat mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.
- d. Hamzah Ya'kub menyebutkan bahwa dakwah mengajak orang-orang yang berakal budi untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.
- e. Abdul Kadir Munsyi menyebutkan bahwa dakwah membawa manusia dari satu situasi ke situasi yang lebih baik dalam kehidupannya.
- f. Arifin M.Ed. Sebutkan bahwa dakwah adalah ajakan secara lisan, tulisan, disebarluaskan melalui media dan melalui perilaku.⁵⁹
- g. Profesor. Dr Aboebakar Aceh mengatakan, dakwah yang berasal dari dakwah berarti perintah mengajak seluruh umat manusia untuk kembali dan hidup sesuai dengan ajaran Allah SWT yang hakiki, dilaksanakan dengan penuh hikmah dan bimbingan yang baik. Kata-kata tersebut mempunyai arti yang sangat luas namun tidak lebih dari

⁵⁷ Sayyid Qutb. (1951). *"Fi Zilal al-Qur'an"* (Tafsir of the Quran). Jilid 5. Dar al-Shorouk.

⁵⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Hamzah, 2009), hlm. 3.

⁵⁹ Ibid, hlm. 4.

tujuan mengajak manusia untuk hidup sesuai dengan agama dan hukum Allah SWT.

- h. Masdar Helmy mengatakan dakwah mengajak dan menggugah manusia untuk mengikuti ajaran Allah SWT (Islam), termasuk berbuat baik dan jahat agar bisa mendapatkan kebahagiaan dunia dan hari esok.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan komponen yang terkandung dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut antara lain dai (penyebarnya), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (bahan dakwah), *tariqah* (metode dakwah), *wasilah* (media dakwah) dan *atsar* (efek dakwah).⁶⁰

a. *Dai* (Orang yang Melakukan Dakwah)

Dai adalah orang yang melakukan dakwah secara lisan, tertulis, atau melalui perbuatan yang dilakukan secara perseorangan, kelompok, atau melalui organisasi/organ. Umumnya para dakwah juga dikenal sebagai mubalig (pembawa ajaran Islam), istilah tersebut memiliki makna yang terbatas karena masyarakat seringkali menganggapnya sebagai seseorang yang menyebarkan ajaran Islam secara lisan saja, seperti penceramah, khatib, dan sejenisnya.

Kepribadian spiritual dai meliputi sifat dan sikap yang harus dimiliki. Sifat-sifat tersebut adalah :

- 1) Iman dan ketaqwaan kepada Allah SWT
- 2) Ikhlas dan tidak mementingkan kepentingan pribadi.
- 3) Ramah dan pengertian
- 4) *Tawadhu* (rendah diri)
- 5) Sederhana dan jujur
- 6) Tidak egois
- 7) Antusias (bersemangat)
- 8) Sabar dan percaya diri
- 9) Memiliki jiwa toleransi

⁶⁰ Sayyid Sabiq. (2007). "*Fiqh As-Sunnah*". Dar al-Kutub al-Ilmiyyah. Halaman 229.

10) Terbuka (Demokrat)

11) Tidak mempunyai penyakit hati.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau yang menerima dakwah, baik perorangan maupun kelompok, baik itu manusia Muslim atau tidak, atau dengan kata lain manusia pada umumnya.⁶¹ Menurut Muhammad Abduh, *Mad'u* terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu:

- 1) Kelompok intelektual yang mencintai kebenaran dan mampu berpikir kritis dan dalam pahami masalahnya dengan cepat.
- 2) Golongan sekuler yaitu sebagian besar masyarakat yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pemahaman-pemahaman yang tinggi.
- 3) Kelompok selain kelompok di atas, suka membicarakan sesuatu tetapi hanya sampai batas tertentu, tidak boleh lebih dalam.

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi (*maddah*) dakwah adalah isi pesan atau dokumen yang disampaikan dai kepada *mad'u* atau apa saja yang disampaikan subjek kepada subjek dakwah yaitu seluruh ajaran Islam terkandung dalam Kitab Allah (Al-Qur'an) serta dalam Sunnah Rasul-Nya.

d. *Tariqah* (Metode Dakwah)

Untuk mencapai strategi yang telah diidentifikasi, diperlukan penggunaan metode atau strategi yang merujuk pada rencana untuk mencapai tujuan tertentu. Metode merupakan cara yang digunakan untuk melaksanakan implementasi strategi. Dengan memahami metode dakwah, penyampaian pesan dakwah dapat mencapai sasarannya dengan lebih efektif, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan lebih mudah oleh masyarakat karena penggunaan metode yang tepat dan sesuai sasaran.⁶²

⁶¹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 35-48

⁶² Endang Syaefudin Anshari, *Wawasan Islam*, (Jakarta: Rajawali, 1986) Ed. 2, Cet. Ke-1 hlm. 29

e. *Wasilah* (Media Dakwah)

Menurut para ahli, media dakwah sendiri ada banyak jenisnya, yaitu:

- 1) Asmuni Syukir juga mengelompokkan media dakwah ke dalam enam kategori, yaitu: lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi muslim, hari raya umat Islam, media massa dan seni budaya.
- 2) Mira Fauziyah juga terbagi pula. Media dakwah ada dua jenis, yaitu media dakwah eksternal sebanyak orang (media cetak, media pendengaran, media visual, dan media visual-auditori) dan media dakwah internal (surat, telepon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Menurut Jaludin Rahmat, dampak dapat terjadi pada tingkatan, yaitu :

- 1) Dampak persepsi, yaitu terjadi apabila terjadi perubahan terhadap apa yang diketahui, dipahami, dan dirasakan masyarakat. Efek ini melibatkan transmisi pengetahuan, keterampilan, keyakinan atau informasi.
- 2) Efek emosional, yang timbul jika ada perubahan perasaan, suka atau tidak suka penonton, ini mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan emosi, sikap dan nilai.
- 3) Dampak perilaku, yang mengacu pada perilaku aktual yang dapat diamati, termasuk pola tindakan, aktivitas, atau kebiasaan tindakan perilaku.⁶³

3. Metode Dakwah

Al-Bayayuni mengemukakan pengertian metode dakwah, secara spesifik adalah metode yang digunakan para khatib dalam berdakwah atau mengajar.⁶⁴ Said bin Ali al-Qathani mendefinisikan metode dakwah sebagai berikut. *Uslub* (metode) dakwah adalah ilmu komunikasi langsung dan mengatasi hambatan. Metode Dakwah adalah ilmu-ilmu yang berkaitan

⁶³ Muhammad Munir and Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm 16 - 17.

⁶⁴ Al-Bayayuni (1993: 47)

dengan cara menyampaikan pesan-pesan Dakwah dan mengatasi hambatan-hambatan.⁶⁵ Metode Dakwah juga bersifat sistematis yang berarti menjelaskan arah strategis dakwah yang telah ditentukan. Ini adalah bagian dari strategi dakwah. Karena masih bersifat strategi dakwah konseptual, maka metode dakwah lebih konkrit dan praktis.

Metode Dakwah meliputi tiga bidang, yaitu:

a. Metode *Al-Hikmah*

Sebagai metode dakwah, *al-Hikmah* diartikan sebagai hikmah, hikmah yang mulia, dada yang lebar, hati yang suci dan menarik perhatian semua orang kepada agama dan tuhan.⁶⁶ Ibnu Qoyim berpendapat bahwa pemahaman hikmah yang paling tepat adalah pemahaman Mujahid dan Malik yang mengartikan hikmah sebagai ilmu tentang kebenaran dan amalannya.

b. Metode *Al Mauidzatul Hasanah*

Menurut Imam Abdullah bin Ahmad an-Nasafi yang dikutip H. Hasanuddin sebagai berikut: “*Al-Mau’izhah al-Hasanah* adalah (perkataan) yang tidak tersembunyi dari mereka, bahwa kamu memberi mereka nasihat dan kamu ingin memberi manfaat kepada mereka darinya atau dengan Alquran”.⁶⁷

c. Metode *Al-Mujadalah*

Metode ini merupakan pertukaran pendapat yang dilakukan oleh kedua belah pihak dengan semangat sinergi, tanpa permusuhan, dengan tujuan agar pihak lawan menerima pendapat yang dikemukakan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Saling menghormati dan menghargai pendapat masing-masing. Keduanya berpegang teguh pada kebenaran, saling mengakui kebenaran, dan ikhlas menerima hukuman kebenaran.

⁶⁵ Said bin Ali al-Qathani (1994: 101)

⁶⁶ Muhammad Munir and Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm

⁶⁷ Ibid, hlm 15

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa lisan atau tertulis dari objek yang diamati. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data melalui observasi lapangan dengan mengunjungi lokasi objek yang akan diteliti, meneliti dan melalui proses pengamatan secara langsung Untuk memperoleh wawasan yang mendalam dari informan, data tersebut akan direkam secara rinci dan kemudian direpresentasikan sesuai dengan temuan di lapangan.⁶⁸

Sejalan dengan penelitian seperti ini, maka metode dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan atau dikenal sebagai *field research*. Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagaimana terjadi di lokasi tersebut.⁶⁹ Penelitian ini dilakukan secara langsung di Yes Radio 104.2 FM Cilacap, karena peneliti tertarik untuk mengetahui aktivitas Yes Radio 104.2 FM Cilacap sebagai salah satu media penyebar dakwah dengan penyajian program siarannya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yes Radio Cilacap beralamat di *Yes Radio 104.2 FM JL. MT. Haryono No. 13B, Cilacap*. Penulis memilih Yes Radio 104.2 FM Cilacap sebagai objek penelitian karena di bawah naungan PT Radio Swara Yasfi Indah.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2024 hingga Desember 2024.

⁶⁸ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

⁶⁹ Lexy J. Moelong, *Metode penelitian kualitatif Edisi revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini ialah Penyiar (Tim Produksi), Manajemen Yes Radio dan Pendengar Yes radio.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah Yes Radio 104.2 FM Cilacap. Dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana strategi komunikasi siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam.

D. Sumber Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Untuk memperoleh data yang akurat, penulis melakukan observasi atau peninjauan langsung ke lokasi penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara terhadap Penyiar (Tim Produksi), Pendengar, dan Manajemen Yes Radio yang terlibat dalam proses penyiaran radio.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber tulisan, termasuk dokumen-dokumen, internet, dan sumber lainnya. Cara pengumpulannya bisa dengan meminta kepada pihak Yes Radio 104.2 FM Cilacap yang relevan dengan pembahasan di dalam penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Prinsip dasar dari observasi adalah bahwa pengamat tidak melakukan campur tangan terhadap objek yang diamati, melainkan membiarkan objek tersebut berperilaku alami sesuai dengan kondisi sehari-hari. Tahapan observasi mencakup pemilihan lokasi dan waktu penelitian serta mencari cara untuk mendekati topik penelitian tanpa mengganggu situasi yang diamati. Observasi merupakan kegiatan yang

dilakukan manusia sehari-hari dengan menggunakan panca indera, terutama mata, namun juga melibatkan penggunaan indera lain seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dengan demikian, observasi adalah kemampuan seseorang dalam memanfaatkan pengamatannya melalui panca inderanya, didukung oleh indera lainnya.⁷⁰

Peneliti meneliti tentang strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam menggunakan observasi terstruktur yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan di mana tempatnya. Dengan kata lain, Observasi terstruktur merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti menggunakan instrumen yang telah disiapkan sebelumnya, seperti panduan observasi, daftar cek, atau skala penilaian. Metode ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan sistematis dari objek yang diamati. Dalam konteks penelitian, observasi terstruktur memfasilitasi peneliti untuk mencatat kejadian atau perilaku tertentu dengan rinci dan terorganisir.⁷¹

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, metode utama untuk mengumpulkan data adalah wawancara. Menurut Moleong, wawancara dapat dijelaskan sebagai dialog yang memiliki tujuan khusus, dilakukan oleh dua individu, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan individu yang diwawancarai memberikan tanggapan atas pertanyaan tersebut. Hal ini karena dalam wawancara terjadi interaksi antara dua individu, di mana salah satunya berusaha untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi untuk tujuan tertentu.⁷²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan menyusun pertanyaan sebelumnya berdasarkan pedoman wawancara. Wawancara dilakukan kepada Direktur Yes Radio 104.2 FM dan Penyiar Yes Radio 104.2 FM untuk memperoleh data tentang Strategi Komunikasi seperti apa, yang dilakukan Yes

⁷⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*, hlm., 118, diakses pada tanggal 20 Maret 2024 pukul 14 : 43 WIB.

⁷¹ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

⁷² Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm., 118, diakses pada tanggal 20 Maret 2024 pukul 14 : 44 WIB.

Radio 104.2 FM ketika menyampaikan dakwah islam kepada pendengar.

3. Dokumentasi

Metode dokumenter merupakan cara pengumpulan data kualitatif yang melibatkan pengamatan atau analisis dokumen yang dihasilkan oleh subjek atau pihak lain. Dokumentasi merupakan salah satu pendekatan metodologis yang diterapkan oleh peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perspektif subjek melalui media tertulis dan dokumen lain yang dihasilkan oleh subjek tersebut.

Dengan menggunakan metode ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai dokumen yang tersedia, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian seperti deskripsi umum tentang Radio Yes 104.2 FM Cilacap, struktur organisasi dan catatan, gambar, dan lain sebagainya. Metode dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data yang tidak dapat diperoleh melalui metode observasi dan wawancara.

F. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data adalah proses sistematis untuk mengorganisasikan, memahami, dan menafsirkan data kualitatif yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Analisis data kualitatif bertujuan untuk menggali makna, pola, dan temuan yang terkandung dalam data serta menciptakan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Untuk melakukan analisis data terhadap strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah Islam, kami perlu mengumpulkan dan mengevaluasi berbagai informasi yang relevan.

Menurut model Miles dan Huberman, terdapat tiga tahapan yang perlu dilalui dalam analisis data. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana peneliti secara berkelanjutan mengurangi data untuk mendapatkan detail yang lebih terperinci. Data yang tidak relevan akan dihilangkan, sementara data yang sesuai akan disusun untuk menyimpulkan temuan penelitian. Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan tujuan menyaring informasi yang relevan untuk memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh Yes Radio 104.2 Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah Islam berdasarkan wawancara dengan manajemen Yes Radio dan penyiar.

Dengan adanya elemen-elemen kunci seperti adanya program dakwah khusus yang menampilkan ulama lokal yang memberikan ceramah mendalam dan mudah dipahami, disajikan dengan cara yang menarik oleh penyiar, interaktif dan partisipatif yang menyediakan sesi tanya jawab langsung serta diskusi di radio analog maupun live streaming untuk meningkatkan keterlibatan pendengar, dan konten yang mengangkat topik-topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari pendengar, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menarik.

Tahap kedua adalah penyajian data, di mana informasi yang terkonsep disajikan dengan jelas dan singkat agar mudah dipahami. Tujuan penyajian data adalah untuk menangkap inti informasi secara lebih mudah. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan menggunakan narasi deskriptif, tabel, grafik, atau diagram yang relevan dengan temuan penelitian berdasarkan wawancara dengan manajemen Yes Radio dan penyiar Yes Radio 104.2 Cilacap.

Tahap terakhir adalah kesimpulan, di mana peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis. Kesimpulan ini bisa berubah jika ditemukan fakta baru, dan diharapkan dapat menghasilkan teori baru yang dapat diterapkan. Kesimpulan didasarkan pada proses observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai bukti pendukung, dan diharapkan memberikan pemahaman yang jelas tanpa perlu terlalu panjang.⁷³ Dalam konteks strategi komunikasi Yes Radio 104.2 Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah Islam, analisis data bertujuan untuk menyimpulkan efektivitas strategi-strategi yang digunakan oleh stasiun radio tersebut.

⁷³ Djunaidi, Wahyuni, & Almanshur. *"Metodologi Penelitian Kualitatif"*. Jakarta: Rajawali Pers.

BAB IV
STRATEGI KOMUNIKASI YES RADIO 104.2 FM CILACAP DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR
TENTANG DAKWAH ISLAM

A. Gambaran Umum Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1. Sejarah Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Yes Radio 104.2 FM Cilacap adalah salah satu stasiun radio lokal di Cilacap, Jawa Tengah, yang cukup populer di kalangan pendengarnya. Radio ini mengudara sejak tahun 1978, Yes Radio awalnya didirikan untuk menyediakan hiburan serta informasi lokal bagi masyarakat di wilayah Cilacap dan sekitarnya. Seiring perkembangan waktu, Yes Radio berkembang menjadi stasiun yang berfokus pada penyajian musik, berita, dan program interaktif yang melibatkan pendengar.

Dahulu terkenal dengan sebutan Radio Yasfi dan berubah nama menjadi Yes Radio pada tahun 2004. Dengan menghadapi tantangan perubahan zaman, menjadikan banyak radio yang gulung tikar dan Yes Radio menjadi satu-satunya radio swasta di Cilacap yang masih aktif dan bertahan sampai sekarang. Yes Radio terus berinovasi dengan adanya live streaming melalui website guna untuk meluas jangkauan lebih banyak. Adapun berbagai program yang disiarkan, stasiun ini memfokuskan diri pada genre kekeluargaan yang dimana bisa diakses dari semua kalangan muda maupun tua. Dengan adanya musik yang populer dan digemari oleh pendengar lokal, mulai dari pop, dangdut, hingga lagu-lagu hits lainnya.

Yes Radio juga aktif dalam kegiatan sosial dan acara-acara komunitas, kerohanian sehingga menjadikannya sebagai media yang dekat dengan masyarakat setempat. Yes Radio 104.2 FM memiliki program dakwah yang menjadi salah satu bagian penting dari siaran Yes Radio. Kesadaran akan pentingnya pendidikan agama di tengah arus informasi yang serba cepat dan global, mendorong Yes Radio untuk menyisipkan konten-konten keislaman secara rutin dan konsisten. Dengan format konten yang menarik

seperti mengundang ustaz-ustazah lokal untuk program siaran Kajian Islam dan *Interlude* Rohani yang di selenggarakan setiap harinya.

2. Maksud dan Tujuan Penelitian di Yes Radio 104.2 FM Cilacap

- a. Alasan memilih Yes Radio dan Keuntungan bekerjasama dengan Yes Radio 104.2 FM Kabupaten Cilacap :
- 1) Merupakan Radio swasta tertua Di Kab. Cilacap, berdiri kemudian menjadi radio informasi, pendidikan dan hiburan sejak 1968 serta masih eksis hingga saat ini.
 - 2) Jaringan dan Fanbase begitu luas siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap, dapat didengarkan hampir seluruh wilayah Kabupaten Cilacap dan sekitarnya melalui lokal ataupun streaming .
 - 3) Sumber daya manusia yang memadai kru Yes Radio 104.2 FM terdiri dari berbagai macam individu dengan keahlian serta kompetensi berprofesi yang memiliki kreatifitas yang tinggi dan inovatif.

3. Visi dan Misi Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Yes Radio 104.2 FM Cilacap memiliki visi dan misi sebagai berikut :

- a. Visi :
- Menjadi radio terkemuka yang aktif dan solutif untuk meningkatkan kualitas hidup pendengar berdasarkan moral.
- b. Misi :
- 1) Menyajikan hiburan yang membangkitkan semangat hidup pendengar.
 - 2) Menyajikan informasi dan berita berkualitas yang mampu meningkatkan wawasan pendengar.
 - 3) Menjembatan dunia usaha melalui informasi produk yang efektif dan terpercaya.

4. Profil Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Nama Perusahaan	: PT Radio Swara Yasfi Indah
Nama Radio	: Yes Radio
Alamat radio	: Jl. MT. Haryono No. 13 B Cilacap
Frekuensi	: 104.2 FM
Penanggung Jawab	: Refdinal
Direktur Utama	: Arnanto Imani
Website & Streaming	: https://yesradiocilacap.id
Format Siaran	: Musik dan Informasi
Cakupan Area	: Kab. Cilacap, Kab. Banyumas



Gambar 1 : Logo Yes radio 104.2 FM

5. Struktur Organisasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Di Yes Radio sendiri terdapat struktur organisasi yang diterapkan guna untuk memperjelas tugas dan tanggung jawab setiap bidangnya. Berikut adalah struktur organisasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap:

- a. Direktur Utama : Arnanto Imani
- b. Direktur : Refdinal, S.T
- c. Komisaris : Poppy Riyanti
- d. Admin & Penyiar : Ati Lestari
- e. Reporter & Penyiar : Lusiana Ayu Permata Dewi
- f. OB & Penjaga Malam : Sukardi

Dengan penjelasan tugasnya antara lain :

1) Direktur Utama

Tugas pokok Direktur Utama yaitu memimpin, mengkoordinasikan, mengendalikan pelaksanaan program yang ada di

Yes Radio 104.2 FM Cilacap. Untuk menjalankan tugas pokok tersebut Direktur utama harus melaksanakan kebijakan Visi dan misi, menyusun rencana, strategi dan program kerja radio, penyusunan rencana pelaksanaan kegiatan teknis penyiaran, pemeliharaan peralatan penunjang penyiaran dan pengelolaan ketatalaksanaan radio.⁷⁴ Selain itu, Direktur Utama memiliki tugas lain berupa melakukan koordinasi dalam unit kerja atau antar unit kerja dengan lembaga masyarakat maupun masyarakat yang terkait baik secara informal maupun formal guna mencapai sinkronisasi pelaksanaan tugas, mengelola urusan pendapatan jasa penyiaran radio, menyiapkan bahan dalam rangka penentuan jadwal siaran untuk kelancaran penyelenggaraan kegiatan Yes Radio 104.2 FM Cilacap. Pelaporan kegiatan penyiaran kepada Dewan Pengawas setiap bulan, triwulan, dan tahunan. Memberikan penilaian kinerja dan prestasi bawahan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2) Direktur

Direktur Umum (General Manager) adalah individu yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasional harian dan administrasi stasiun radio atau jaringan radio. Menurut KBBI, direktur yaitu pemimpin tertinggi dalam suatu perusahaan yang bertugas memberikan bimbingan melalui pengarahan, nasihat, bantuan, penerangan, dan lain sebagainya.⁷⁵ Peran Direktur Umum sering kali merupakan posisi kepemimpinan yang penting di dalam perusahaan radio.

- a) Mengkoordinasikan kegiatan administrasi keuangan, teknik dan marketing
- b) Menyusun anggaran dan pendapatan jangka pendek dan menengah lembaga
- c) Menyusun kebutuhan/formasi SDM lembaga sesuai kebutuhan

⁷⁴ <https://dosenpintar.com/pengertian-direktur/> (akses 19 Januari 2025)

⁷⁵ Ibid.

d) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugas

3) Penyiar

Penyiar adalah orang yang menyajikan materi siaran kepada para pendengar.⁷⁶ Penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep dan ide serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio.⁷⁷ Penyiar memiliki tugas berupa mempersiapkan dan menyiarkan program acara/ program siaran atau sesuai dengan format radio yang telah ditetapkan menurut jadwal dan tugas yang telah ditentukan oleh koordinator pemberitaan dan penyiaran. Komunikator dalam penyiaran radio lebih sering dilakukan secara kelompok. Disebut kelompok output siaran yang dilakukan oleh banyak orang penyiar, produser, penulis naskah, piñata music, dan lain-lain. Namun ketika tampil siaran diwakili oleh satu ujung tombak yaitu penyiar atau presenter.⁷⁸

Melaksanakan siaran sesuai dengan konsep kreatif yang telah ditetapkan. Mengoperasikan dan melakukan perawatan ringan atas peralatan studio siaran dan perangkat siaran luar untuk mendukung kelancaran pelaksanaan siaran harian. Senantiasa melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap kualitas siaran yang dilakukan. Bekerjasama dengan koordinator dan anggota tim kreatif siaran lain dalam melahirkan kreasi siaran yang paling memenuhi kebutuhan pendengarnya. Menganalisa, mengikuti dan menerapkan perkembangan tren dalam siaran yang akan memenuhi kebutuhan pendengar.

4) Reporter

Tugas pokoknya berupa mencari dan menulis materi siaran yang siap diudarakan serta mengarahkan penyampaiannya sesuai rencana siaran yang ditetapkan koordinator pemberitaan dan penyiaran.

⁷⁶ Yusirwan Yusuf, *Panduan Penyiaran Station Radio (Announcing)*, (Padang: PT Radio Suara Padang Fm, 2001) hlm. 1

⁷⁷ Wanda Yulia, *Andai Aku Jadi Penyiar* (Yogyakarta: andi, 2010) hlm. 17

⁷⁸ Harley Prayudha, *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), h. 33.

Mengamati setiap peristiwa yang relevan dengan format siaran dapat menghasilkan bahan siaran yang memenuhi kebutuhan pendengar sesuai dengan ketentuan. Menuangkan hasil pengamatan dalam bentuk naskah yang diudarkan. Menjamin tersedianya unsur produksi suatu acara yang akan diudarkan agar acara berlangsung sesuai dengan acara.

5) OB/Penjaga malam

Tugasya yaitu melakukan dan menjaga kebersihan bagian dalam gedung, halaman dan lingkungan kantor. Menyiapkan minuman setiap hari jam kerja dan konsumsi lain yang diperlukan sesuai pimpinan. Menjaga keamanan dan ketertiban umum, terutama pada waktu di luar jam kerja.

6. Format Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap

a. Segmen Pendengar

Yes Radio 104.2 FM Cilacap merupakan satu satunya radio swasta dan tertua di cilacap, yang memiliki pendengar yang cukup banyak di lingkup cilacap dan sekitarnya, dengan segmentasi dominan kisaran 20-40 tahun.

Tabel 1. Data Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

DATA PENDENGAR	
Target Pendengar	USIA <20 tahun : 25% 20-40 tahun : 55% >40 tahun : 20%
Gender	Male : 45% , Female : 55%

b. Jadwal Program Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Yes Radio memiliki beberapa program siaran yang masih aktif hingga sekarang yang disiarkan setiap hari. Berikut beberapa program acara siaran beserta penjelasan dari program tersebut:

JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
04.58 - 05.00	OPENING TUNE						
05.00 - 06.00	MQ PAGI						
06.00 - 07.00	SEMANGAT PAGI						BINTANG
07.00 - 08.00							PANGGUNG
08.00 - 09.00							DUNIA
09.00 - 10.00	BERANDA KELUARGA					SUARA LITERASI	ANAK
10.00 - 11.00						YESINEMA	100%
11.00 - 12.00	YES TALKSHOW					GITA	IWAN FALS
12.00 - 13.00	GENDU GENDU RASA (GGR)					NOSTALGIA	KERONCONG
13.00 - 14.00						KIDUNG	KITA
14.00 - 15.00						PASUNDAN	DTJ
15.00 - 16.00	DIGODA PANTUN					GOYANG	MINGGU
16.00 - 16.30						TARLING	MANDARIN
16.30 - 17.00	CILACAP HARI INI						
17.00 - 18.00	KAJIAN ISLAM & INTERLUDE ROHANI					PESAN SANG DAI	
18.00 - 19.00	SALAM SAHABAT					DENDANG	1 JAM BERSAMA
19.00 - 20.00						MINANG	ROCKINDO
20.00 - 21.00						GUDRIL	
21.00 - 22.00	GOYANG GAYENG					BANYUMASAN	SHARE &
22.00 - 23.00						RINGGIT	RELAX
23.00 - 23.58						PURWO	
23.58 - 24.00	CLOSING TUNE						

Gambar 2 : Jadwal Program Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap

c. Program Siaran Dakwah Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1) Kajian Islam & Interlude Rohani

Program siaran ini merupakan salah satu siaran dakwah yang mengangkat tema tentang kehidupan sehari-hari yang disekitar kita bersama ustaz atau ustazah lokal Cilacap dengan berbagai background, seperti khusus di hari Jumat menghadirkan dari Lazismu dan Lazisnu dengan cara bergantian. Siaran ini biasanya setiap hari nya pada pukul 17.00-18.00 WIB.

Untuk penamaan program siaran kajian islam itu sendiri adalah ingin adanya komunikasi 2 arah, yang dimana berbeda dengan pengajian biasa yang penceramah hanya menyampaikan materi saja,. Jadi untuk program ini penceramah menyampaikan ceramah sehingga di kaji atau diperdalam oleh pendengar dengan memberikan sms atau telpon untuk menanyakan tentang materi

dakwah atau materi yang telah di sampaikan oleh ustadz tersebut.

2) Pesan Sang Dai

Program siaran dakwah satu ini berisi tentang rekaman dari ustadz besar seperti Aa Gym, Ustadz Zaenuddin dan lain-lain yang memiliki pesan dakwah dengan materi yang bermanfaat untuk para pendengar seperti tema yang penting dalam kehidupan sehari-hari (contoh : zakat, puasa, sedekah, bersyukur dan lainnya. Manfaatnya yaitu pendengar menjadi bermusahabah diri, belajar menjadi lebih baik lagi dan mempengaruhi pendengar ke hal yang baik.

7. Analisis Program Siaran Dakwah Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Dilihat dari data interaksi langsung dengan pendengar melalui sms dan telpon, pada tahun 2023 terdapat yang sms 10 orang dan telpon 5 orang per harinya. Sedangkan di tahun 2024 cukup mengalami peningkatan sekitar telpon biasa 7 orang dan sms 15 orang per harinya.⁷⁹ Dengan hal itu, maka program siaran dakwah Yes radio 104.2 FM Cilacap mengalami peningkatan minat pendengar pada tahun 2024 dengan alasan tertentu seperti materi yang dibawakan oleh ustaz nya tema yang kekinian, adanya penyiar yang memiliki ciri khas tertentu dalam menarik minat pendengar.

Dengan teori yang diterapkan oleh penulis untuk riset mendalam yaitu menggunakan teori agenda setting yang mendapatkan hasil observasi dan wawancara dengan penjabaran sebagai berikut :

a. Agenda media

Topik yang digunakan untuk program siaran kajian islam Yes Radio ini cukup menarik dan membuat pendengar memahami setiap pembahasan yang relate dengan kehidupan sehari-hari dengan ciri khas ustadz yang berbeda-beda. Biasanya untuk pembahasan tema itu adalah inisiatif dari ustadz nya sendiri.

⁷⁹ Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 10 Desember 2024 pukul 14.30 WIB.

Salah satunya adalah Ustaz Agus yang membawakan tema untuk remaja yaitu percintaan, ada juga dari ustaz – ustadzah seperti Ustaz Darwanto, Ustaz Suharyanto dan lain-lain dengan materi yang ringan dan mudah dipahami pendengar. Adapun beberapa contoh flyer yang menjadi topik pembahasan program siaran kajian islam tersebut antara lain :



Gambar 3 : Flyer Kajian Islam Ustaz Agus Darwanto



Gambar 4 : Flyer Kajian Islam Ustaz Afif



Gambar 5 : Flyer Kajian Islam Ustaz Fajarrudin



Gambar 6 : Flyer Kajian Islam Ustadzah Indah Prihati



Gambar 7 : Flyer Kajian Islam Ustad Amirudin



Gambar 8 : Flyer Kajian Islam Ustad Suharyanto

Adapun klasifikasi mengenai tema yang diangkat dari berbagai ustaz antara lain :

1) Ustadz Agus Darwanto

Ustadz Agus Darwanto adalah salah satu dai yang dikenal di Cilacap dengan gaya penyampaian yang tegas namun komunikatif. Dalam setiap ceramah dan dakwahnya, Ustadz Agus selalu berfokus pada pembekalan ilmu agama yang aplikatif untuk kehidupan sehari-hari umat Islam. Beliau sangat peduli dengan pembentukan akidah yang kuat, penguatan akhlak islami, serta pembekalan tentang kepemimpinan keluarga yang Islami. Beberapa tema yang sering diangkat oleh Ustadz Agus Darwanto dalam program siarannya di Yes Radio Cilacap adalah sebagai berikut:

(1) Penguatan Akidah dan Tauhid

Ustadz Agus menekankan pentingnya pemahaman yang kokoh tentang akidah dan tauhid, agar umat Islam dapat menjalani kehidupan sehari-hari dengan keyakinan yang benar. Tema ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap individu memahami hakikat iman dan keesaan Allah.

(2) Pembentukan Akhlak Islami

Akhlak menjadi topik sentral dalam ceramah Ustaz Agus. Beliau sering mengangkat pentingnya karakter yang baik, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kedisiplinan dalam kehidupan sehari-hari. Pembentukan akhlak yang baik juga menjadi dasar bagi umat Islam untuk hidup harmonis di tengah masyarakat.

(3) Kepemimpinan dalam Keluarga

Ustaz Agus sering memberikan kajian mengenai pentingnya peran seorang laki-laki sebagai kepala rumah tangga yang harus memimpin keluarga dengan penuh kasih sayang dan tanggung jawab. Dalam ceramahnya, ia sering memberikan nasihat agar para suami menjadi contoh yang baik bagi keluarga, terutama dalam hal keimanan dan keteladanan.

Meskipun Ustaz Agus Darwanto lebih dikenal dengan materi dakwahnya yang menitikberatkan pada penguatan akidah, pembentukan akhlak Islami, serta kemandirian ekonomi umat, namun beliau juga tak jarang membahas persoalan percintaan dalam sudut pandang Islam. Tema ini menjadi penting terutama bagi pendengar yang berada dalam fase kehidupan yang membutuhkan tuntunan dalam membangun dan menjalani hubungan percintaan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Berikut ini adalah beberapa tema percintaan yang kerap diangkat oleh Ustaz Agus Darwanto dalam program siaran dakwah di Yes Radio Cilacap, beserta segmen pendengar yang menjadi sasaran utamanya seperti contohnya "Cinta dalam Perspektif Islam: Niat yang Lurus sebagai Fondasi". Dalam pembahasan ini, Ustaz Agus menekankan bahwa cinta bukan semata-mata persoalan emosi dan romantisme, melainkan berkaitan erat dengan niat yang tulus untuk meraih ridha Allah SWT. Beliau mengingatkan bahwa cinta yang benar adalah cinta yang menjadikan seseorang lebih dekat kepada Allah, bukan sebaliknya. Dengan tujuan untuk mengedukasi

pendengar bahwa hubungan percintaan seharusnya didasari oleh prinsip-prinsip keimanan dan dijalani secara bertanggung jawab sesuai dengan syariat Islam.

Tema berikutnya yaitu "Adab Percintaan Sebelum Pernikahan: Menjaga Batas dan Etika". Ustaz Agus memberikan panduan kepada kaum muda tentang pentingnya menjaga etika dalam hubungan sebelum menikah. Beliau menekankan agar tidak terlibat dalam hubungan yang melanggar syariat, seperti berpacaran tanpa tujuan jelas, berkhalwat, atau pergaulan bebas dengan tujuan untuk mendorong pendengar muda untuk menjalin hubungan yang sehat dan sesuai syariat dengan menjaga batasan interaksi dan menghindari hal-hal yang dapat menjerumuskan ke dalam perbuatan maksiat.

Tema selanjutnya tentang "Cinta dalam Pernikahan: Jalan Menuju Keberkahan". Dalam tema ini, Ustaz Agus membahas bagaimana cinta dalam pernikahan harus dibangun di atas dasar tanggung jawab, komitmen, dan nilai-nilai Islam. Pernikahan bukan sekadar penyatuan dua hati, melainkan bentuk ibadah yang mengharuskan kerja sama, pengorbanan, dan niat yang benar untuk mengajak pendengar untuk memahami bahwa pernikahan adalah wadah cinta yang paling mulia dalam Islam, dan hanya dengan niat lurus serta akhlak yang baik, pernikahan akan membawa keberkahan dunia-akhirat.

2) Ustaz Afif

Ustaz Afif merupakan salah satu dai dan narasumber tetap dalam program dakwah keislaman di Yes Radio Cilacap. Beliau dikenal sebagai sosok yang memiliki wawasan keilmuan yang luas dan mampu menyampaikan materi agama secara sistematis, mendalam, dan bernuansa akademik, namun tetap dengan gaya bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak umum. Gaya dakwah Ustaz Afif cenderung tenang dan penuh penjelasan rasional,

menjadikan ceramah-ceramahnya sangat cocok untuk pendengar yang ingin memahami Islam secara lebih intelektual dan kontekstual, tanpa kehilangan ruh spiritualitasnya.

Tema yang biasanya Ustaz Afif angkat adalah Pemaknaan Nilai-Nilai Al-Qur'an dalam Kehidupan Sosial Masyarakat yang merupakan berfokus pada bagaimana Al-Qur'an tidak hanya dijadikan bacaan ibadah, tetapi juga dijadikan pedoman hidup dalam interaksi sosial, moralitas, dan etika keseharian umat Islam. Dalam ceramahnya, Ustaz Afif sering menekankan bahwa ayat-ayat Al-Qur'an harus dipahami secara kontekstual, bukan hanya literal. Nilai-nilai dalam Al-Qur'an seperti amanah, kejujuran, keadilan, kasih sayang, tanggung jawab, harus hadir dalam sikap sehari-hari sebagai muslim, baik dalam keluarga, bermasyarakat, maupun dalam pekerjaan. Dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an harus menyentuh dimensi sosial umat, bukan hanya aspek ibadah individual.

3) Ustaz Suharyanto

Ustaz Suharyanto merupakan salah satu pengisi tetap dalam program dakwah di Yes Radio Cilacap. Gaya penyampaiannya dikenal lugas, komunikatif, dan mudah dicerna oleh kalangan masyarakat umum. Dalam menyampaikan materi keislaman, beliau kerap memanfaatkan bahasa daerah serta contoh-contoh dari kehidupan sehari-hari, sehingga pesan dakwah terasa lebih dekat dan relevan bagi para pendengar. Keunggulan dakwah beliau terletak pada kemampuannya menghubungkan ajaran agama dengan realitas sosial masyarakat, dengan pendekatan yang santun, menenangkan, dan penuh nilai edukatif. Adapun tema yang beliau bawakan seperti memperbaiki kualitas ibadah harian dalam kehidupan muslim.

Ustaz Suharyanto menekankan pentingnya memperbaiki dan memperkuat pelaksanaan ibadah sehari-hari seperti shalat, wudhu, puasa, dan zakat, baik dari segi tata cara, niat, maupun

pemaknaannya secara spiritual. Beliau kerap menyampaikan bahwa ibadah bukan hanya kewajiban ritual, tetapi juga merupakan sarana untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan Allah SWT dan membentuk pribadi muslim yang bertanggung jawab secara sosial. Beliau menjelaskan bahwa banyak umat Islam yang menjalankan ibadah secara formalitas, tanpa memahami makna dan hikmah di baliknya. Oleh karena itu, melalui siaran dakwahnya, beliau mengajak pendengar untuk merenungi esensi ibadah, meluruskan niat dan mempraktikkan ibadah dengan khushyuk dan penuh kesadaran.

b. Agenda Publik

Ada beberapa hasil wawancara dengan pendengar yang menjadi opini mereka kepada Yes Radio untuk masukan yang baik kedepannya yaitu sebagai berikut :

Wawancara dengan Bapak Sarnohajo Safari, beliau mengatakan bahwa beliau sering mendengarkan program siaran dakwah islam dengan topik yang paling disukai adalah semua tema seperti unsur Al Qur'an dan hadis yang disampaikan oleh Ustaz Afif.

Harapan beliau, pada program siaran dakwah diadakan kajian al quran sebulan sekali didepan studio bersama masyarakat atau para pendengarnya. Dan beliau berharap Yes Radio tetap bergerak maju, pantang mundur selangkah pun.⁸⁰

Wawancara dengan Ibu Mia, beliau mengatakan Program siaran kajian islam merupakan program yang sering didengarkan sambil masak dan aktivitas lainnya. Menurutnya program siaran dakwah ini penting terutama bagi masyarakat awam sepertinya.

Topik dakwah Islam yang disukai oleh beliau adalah seperti masalah rumah tangga, permasalahan keluarga kewajiban suami istri dan lain – lain yang disampaikan oleh Ustaz Agus Darwanto.

Beliau pun memiliki harapan untuk Yes Radio kedepannya :

⁸⁰ Wawancara dengan Bapak Sarnohajo Safari selaku Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 29 Desember 2024 pukul 15.13 WIB.

“Semakin ditingkatkan program siaran dakwah Islamnya itu sangat penting, karena orang zaman sekarang lebih mentingin hp daripada tentang keagamaan, tetap berjalan dan ditingkatkan, pembelajaran yang diberikan melalui program siaran di kajian islam ini.”⁸¹

Wawancara dengan ibu Tini, beliau mengatakan bahwa mendengarkan program siaran kajian islam Yes Radio. Topik yang menarik menurut beliau adalah masalah anak muda seperti percintaan, akhlak dan lain – lain yang disampaikan oleh Ustaz Agus Darwanto. Beliau juga mengatakan bahwa penting sekali program siaran kajian islam tersebut karena untuk masa depan bisa belajar unggah ungguh dan akhlak.

“Harapan saya, semoga selalu langgeng dan pasti ada manfaat nya untuk anak muda agar tidak hanya yang sepuh sepuh saja yang dikultumi, tetapi anak muda juga untuk masa depan mereka dan semoga bersinambungan acara itu.”⁸²

Dapat disimpulkan bahwa para pendengar Yes Radio cukup aktif dalam mengikuti program siaran kajian islam dan hal ini memberikan efek yang bermanfaat dengan tema – tema yang cukup menarik bagi pendengar.

c. Efek Agenda Setting

Dengan menghadirkan Ustaz-ustazah kekinian yang membawakan tema yang cukup menarik memberikan efek kepada para pendengar yang setia selalu mendengarkan Yes Radio memiliki harapan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, efek yang diharapkan oleh pihak Yes Radio 104.2 FM kepada pendengar tentu agar pendengar dan sebagai penyiar menjadi lebih dekat dengan Allah SWT. Kemudian harapan selanjutnya, setiap yang disampaikan ustadz – ustazah dapat bermanfaat, menambah keimanan, dan menambah ilmu bagi para pendengar dan juga masyarakat umum. Walaupun dari hal

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Mia selaku Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 29 Desember 2024 pukul 14.54 WIB.

⁸² Wawancara dengan Ibu Tini selaku Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 29 Desember 2024 pukul 14. 30 WIB.

yang paling sederhana sekalipun. Selanjutnya, Strategi komunikasi yang dilakukan Yes Radio 104.2 FM dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam, berdasarkan unsur – unsur dakwah yang sebelumnya telah dijelaskan pada kajian teori pada BAB II dalam penelitian ini dapat disimpulkan Sebagai berikut penjelasannya :

1) *Dai* (orang yang berdakwah)

Dai atau disebut juga pendakwah, dalam ilmu komunikasi dikatakan sebagai komunikator. *Dai* pada pesan yang disampaikan Yes Radio 104.2 FM adalah penyiar dan Ustaz.

2) *Mad'u* (orang yang menerima pesan dakwah)

Mad'u diartikan sebagai sasaran orang yang menerima pesan atau dapat dikatakan objek dakwah. Pada ilmu komunikasi dikatakan sebagai komunikan. Pada pesan yang disampaikan oleh Yes Radio 104.2 FM *Mad'u* nya adalah para pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap.

3) *Maddah* (pesan dakwah)

Pesan yang disampaikan oleh Yes Radio 104.2 FM berupa ajaran keislam yaitu akidah, syari'ah dan akhlak yang baik. Seperti pada program siaran Kajian Islam & Interlude Rohani dan Pesan Sang Dai, Ustaz yang menyajikan tema – tema yang berbeda setiap minggunya. Serta penyampaian dengan menggunakan bahasa yang sopan dan santai.

4) *Wasilah* (media dakwah)

Media dakwah dapat dikatakan alat yang menghubungkan pesan agar pesan tersampaikan kepada objek yang dituju.⁸³ Dalam menyiarkan dakwah islam melalui microfon, live streaming, media sosial yang sudah disediakan oleh Yes Radio 104.2 FM.

5) *Thariqah* (metode dakwah)

Metode dakwah adalah cara pendakwah menyampaikan pesan dakwahnya. Yes Radio 104.2 FM dalam menyampaikan

⁸³ Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. by Robiatul Adawiyah (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), hlm76 -77.

dakwah islam dengan menggunakan metode *Al – Mau'idzah al – Hasanah*. *Al – Mau'idzah al – Hasanah* ialah dakwah yang dilakukan dengan cara menasehati, mengarahkan agar mad'u mau berbuat dalam kebaikan.⁸⁴ Kemudian menggunakan metode *Al–Mujadalah Bi Al – Lati Hiya Ahsan* merupakan cara berdakwah dengan bertukar pikiran, berdiskusi tanpa menjelek – jelekkan objek sasaran dakwahnya.⁸⁵ Yang terakhir melalui metode *al – hikmah* yang disusun melalui karya tulis terlebih dahulu yang kemudian disampaikan kebentuk lisan dengan pemecahan masalah serta mengedepankan aspek gaya bahasa agar mudah dipahami.

6) *Atsar* (efek dakwah)

Efek dakwah atau respon merupakan tindakan seseorang untuk melakukan sesuatu atas pesan dakwah yang diterima. Berdasarkan pernyataan beberapa dari masyarakat Cilacap terkait program siaran dakwah islam yang disampaikan oleh Yes Radio 104.2 FM. Menjadi sumber positif yang dapat memotivasi diri untuk lebih rajin beribadah kepada allah SWT. Hal Ini dibuktikan dengan antusias para pendengar yang mendengarkan pada saat program siaran dakwah islam tersebut.⁸⁶

Selain itu adapun syarat menjadi seorang penyiar di Yes Radio tidaklah rumit melainkan harus bisa komputer dan harus intonasi dan artikulasi jelas. Paling tidak bisa menguasai dua hal tersebut. Tentunya sekarang ini Yes Radio mempunyai seorang penyiar yang memiliki ciri khas tersendiri yang memberikan dampak dengan karakternya yaitu ngapak dan medoknya.⁸⁷ Dengan kemampuan yang extra tentang banyak hal seperti menjadi jurnalis, media dan lain – lain. Dengan banyaknya prestasi yang cukup

⁸⁴ Nurul Fajriani Mokodompit, 'Konsep Dakwah Islamiyah', *Dakwah Dan Komunikasi*, Vol.1, No. (2022), hlm 117.

⁸⁵ Rahmatullah, 'Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u Dalam Aktivitas Dakwah', *MIMBAR*, Volume 2 N (2016), hlm 68.

⁸⁶ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi (Jakarta: Kencana, 2004), hlm 375.

⁸⁷ Wawancara dengan Lusiana Ayu Permata Dewi selaku Penyiar Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 04 September 2024 pukul 15.00 WIB.

banyak oleh penyiar Yes Radio seperti jurnalis terbaik di Cilacap, banyak diajak kerja sama dengan berbagai pihak seperti VOE, pemerintah dan lain – lain. Dan hal ini patut diapresiasi dan memberikan dampak baik bagi pihak Yes Radio.

B. Strategi Komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam

Strategi Komunikasi yang di terapkan oleh Yes Radio 104.2 FM Cilacap, berdasarkan data yang sudah ada dan teori yang telah di bahas pada bab sebelumnya, maka penulis akan menganalisis tentang Strategi Komunikasi Radio dalam Meningkatkan Minat Pendengar Tentang Dakwah Islam. Yes Radio 104.2 FM Cilacap mempunyai upaya agar bisa mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu, sangatlah di butuhkan sebuah agenda setting yang tepat untuk digunakan. Dari awal berdirinya Yes Radio 104.2 FM Cilacap membuat konsep yang berbeda dengan radio-radio lainnya di Cilacap pada umumnya. Karena Yes Radio 104.2 FM Cilacap mempunyai konsep yang sesuai dengan visi dan misinya yaitu menjadi radio Menjadi radio terkemuka yang aktif dan solutif untuk meningkatkan kualitas hidup pendengar berdasarkan moral yang mengedukasi, menghibur dan informatif. Menjaga minat pendengar masyarakat tentang dakwah islam agar tetap memperhatikan bagaimana cara berkomunikasi dengan masyarakat yang sesuai dengan segmentasi yang dituju. Yes Radio juga memiliki komunikasi yang erat dan baik sesama karyawan maupun dengan pemimpinya.

Dengan teori yang diterapkan oleh penulis, teori agenda setting menjadi dasar untuk riset mendalam pada penelitian ini. Yang pertama, agenda media yes radio menentukan topik dengan cukup menarik dan mudah dipahami bagi pendengar. Dengan memberikan pembahasan yang relate dengan kehidupan sehari-hari dan pembawaan tema merupakan inisiatif yang sesuai ciri khas dari ustaz nya sendiri. Yang kedua, agenda publik pendengar Yes radio cukup aktif dalam mengikuti program siaran dakwah dan banyak memberikan efek yang baik serta bermanfaat untuk pendengar. Yang ketiga, efek agenda setting yes radio memiliki harapan agar pendengar

dan penyiar menjadi lebih dekat dengan Allah SWT. Kemudian setiap yang disampaikan ustaz dapat bermanfaat, menambah keimanan dan menambah ilmu bagi para pendengar ataupun masyarakat umum.

Program Siaran Kajian Islam dan Interlude Rohani merupakan program siaran yang ingin adanya komunikasi 2 arah. Jadi penyampaian ceramah bisa ditanggapi oleh para pendengar dengan memberikan pertanyaan atau tanggapan yang telah disampaikan oleh ustad melalui sms ataupun telepon.⁸⁸ Adapun Program Siaran Pesan Sang Dai merupakan program siaran yang berisi rekaman dari ustaz besar seperti Aa Gym, Ustaz Zaennudin yang memberikan materi yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari seperti puasa, zakat, sedekah, bersyukur, ikhlas dan lainnya. Dengan harapan bisa memberikan dampak yang baik dan bermanfaat untuk para pendengar dengan adanya dua program siaran dakwah tersebut.⁸⁹

Dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Yes Radio mengalami peningkatan minat pendengar dalam program siaran dakwah nya. Berdasarkan data internal Yes Radio pada tahun 2023, partisipasi pendengar terhadap program dakwah hanya mencapai 12% dari total interaksi siaran harian, dengan rata-rata 30 pesan masuk per minggu dan keterlibatan pendengar hanya durasi 5 menit per sesi. naik menjadi 100 pesan per minggu, dan durasi keterlibatan pendengar dalam siaran dakwah meningkat hingga 10 menit per sesi. Jumlah pengikut di akun Instagram Yes Radio juga meningkat dari 800 followers pada 2023 menjadi 2.000 followers pada tahun 2024. Selain itu radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya untuk mendengarkan melalui telinga pendengar. Mendengarkan siaran radio pendengar bisa berimajinasi dengan bebas terlebih lagi program siaran seperti Kajian Islam & *Interlude* Rohani.

⁸⁸ Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 10 Desember 2024 pukul 14.30 WIB.

⁸⁹ Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap, pada tanggal 10 Desember 2024 pukul 14.30 WIB.

Dengan itu program siaran ini menjadi sangat penting dalam kehidupan karena terdapat pesan-pesan yang baik dan bermanfaat untuk para pendengar sendiri serta penyajian tema dan pembawaan yang rileks dan dapat dipahami dengan baik.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Yes Radio Cilacap dalam upayanya untuk meningkatkan minat pendengar terhadap dakwah Islam terbukti sangat efektif, terutama dengan memanfaatkan radio sebagai media penyampaian pesan yang dapat menjangkau banyak orang. Yes Radio dengan bijak menggunakan kekuatan lokalitas Cilacap dalam merancang program dakwah yang tidak hanya mengandung nilai agama yang kuat, tetapi juga relevan dengan kehidupan sehari-hari pendengar. Pendekatan yang digunakan oleh stasiun radio ini berhasil menghubungkan dakwah Islam dengan realitas sosial, membuatnya lebih mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Yes Radio juga berhasil menjangkau berbagai segmen pendengar, mulai dari remaja hingga orang dewasa, dengan tema-tema dakwah yang sesuai dengan kondisi mereka. Tema-tema dakwah yang diangkat tidak hanya terkait dengan kewajiban agama, tetapi juga dengan penguatan akhlak Islami, pengelolaan keluarga harmonis, dan pemberdayaan ekonomi umat. Dengan pendekatan ini, pendengar merasa bahwa program-program yang disiarkan oleh Yes Radio sangat relevan dengan kehidupan mereka, membantu mereka memahami dan menjalani ajaran Islam dalam konteks kehidupan sehari-hari.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis terkait strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam yang dikaitkan dengan teori agenda setting, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Yes Radio 104.2 FM Cilacap telah memiliki peran besar dalam memberikan pelayanan terhadap khalayak pendengar sebagai wadah kajian religi dengan menyajikan siaran yang positif. Fakta tersebut dapat dilihat pada pola program siaran yang sudah tersusun.

Dengan ini, program siaran yang dirancang bertujuan untuk memberi manfaat bagi pendengarnya. Tidak hanya sekedar hiburan saja, tetapi juga sebagai wadah informasi dan edukasi serta arahan bagi masyarakat kearah yang lebih baik. Setiap program yang disiarkan akan dipersiapkan secara lebih detail dan teliti terutama dalam pemilihan bahasa oleh penyiar. Serta menentukan narasumber pada setiap program yang disiarkan sesuai dengan bidangnya. Cara ini dilakukan supaya penyampaian yang disampaikan penyiar dan narasumber dapat dengan mudah dipahami pendengar. Hal ini merupakan cara yang tepat agar pesan dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan sesuai berdasarkan bimbingan ahlinya. Pada penentuan jadwal siaran juga ditetapkan berdasarkan kebiasaan aktivitas masyarakat. Hal ini dilakukan agar Yes Radio 104.2 FM dapat mencakup semua kalangan masyarakat dalam mendengarkan radio berdasarkan segmentasi pendengar yang telah disusun sebelumnya.

Strategi Komunikasi Yes Radio 104.2 FM dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam ternyata tidak hanya mengundang ustaz lokal saja, melainkan mereka memberikan penentuan tema sesuai kemampuan dan inisiatif dari ustadz nya. Selain itu juga ustadz-ustadzah tersebut memiliki gaya pembawaan dan ciri khas tertentu yang menarik minat pendengar. Kemudian program siaran tersebut bertujuan sebagai salah

satu cara untuk melakukan pendekatan dan juga menjalin silaturahmi dengan para pendengar serta dapat menjadi motivasi dalam hal kebaikan. Dengan begitu kedekatan tersebut dapat terjalin lebih baik dan dakwah yang disampaikan lebih maksimal. sehingga dengan adanya kedekatan tersebut, dapat memudahkan pesan dakwah tersampaikan dengan baik.

Strategi Komunikasi yang di terapkan oleh Yes Radio 104.2 FM Cilacap, teori agenda setting menjadi dasar untuk riset mendalam pada penelitian ini. Yang pertama, agenda media yes radio menentukan topik dengan cukup menarik dan mudah dipahami bagi pendengar. Dengan memberikan pembahasan yang relate dengan kehidupan sehari-hari dan pembawaan tema merupakan inisiatif yang sesuai ciri khas dari ustadz nya sendiri. Yang kedua, agenda publik pendengar Yes Radio cukup aktif dalam mengikuti program siaran dakwah dan banyak memberikan efek yang baik serta bermanfaat untuk pendengar. Yang ketiga, efek agenda setting yes radio memiliki harapan agar pendengar dan penyiar menjadi lebih dekat dengan Allah SWT. Kemudian setiap yang disampaikan ustad dapat bermanfaat, menambah keimanan dan menambah ilmu bagi para pendengar ataupun masyarakat umum.

Salah satu kunci utama dari keberhasilan strategi komunikasi ini adalah pemilihan ustaz-ustazah lokal yang memiliki cara penyampaian yang dekat dengan masyarakat Cilacap. Ustaz-ustaz seperti Ustaz Agus Darwanto, Ustaz Suharyanto, Ustaz Afif, Ustaz Fajarrudin, Ustazah Indah Prihati, dan Ustaz Amirudin memiliki kemampuan unik dalam menyampaikan dakwah yang komunikatif dan mudah dipahami, sesuai dengan kebutuhan audiens mereka. Setiap ustaz membawa gaya dakwah yang khas, namun mereka memiliki kesamaan dalam hal pendekatan yang sederhana dan praktis, menjadikan pesan dakwah lebih dekat dan mudah diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Penting untuk dicatat bahwa gaya penyampaian para ustaz ini memainkan peran besar dalam keberhasilan komunikasi dakwah. Dengan bahasa yang sederhana dan penggunaan contoh yang relevan dari kehidupan

sehari-hari, mereka mampu menghidupkan materi dakwah yang disampaikan, menjadikannya lebih praktis dan lebih mudah dipahami oleh pendengar. Misalnya, penggunaan bahasa lokal dan analogi dari kehidupan sehari-hari sangat membantu dalam membumikan pesan dakwah, membuatnya lebih dekat dengan pendengar.

Dengan adanya program siaran tersebut, diharapkan selain sebagai bagian dari berdakwah, Yes Radio 104.2 FM juga berharap dapat memotivasi masyarakat dan pendengar radio untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat. Sehingga pesan dakwah yang disiarkan tidak hanya sebagai pengetahuan saja, tetapi dapat diterapkan serta diamalkan dalam kehidupan sehari – hari. Ditengah era digital saat ini, Yes Radio 104.2 FM dalam menyampaikan pesan dakwahnya tidak hanya melalui radio saja. Tetapi Yes Radio 104.2 FM juga menggunakan platform lebih dari satu yaitu instagram, facebook, website radio dan lain – lain.. Cara ini dilakukan agar dapat menjangkau semua kalangan pendengar ditengah-tengah gempuran era digital saat ini. sehingga dapat memudahkan semua orang dalam mengaksesnya.

B. Saran

Sebagai bentuk kepedulian agar menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya agar semakin lebih baik, peneliti memberi masukan atau saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukannya. Berikut saran yang diberikan:

1. Bagi Radio

- a. Sebagai radio swasta yang masih bertahan sampai saat ini , untuk terus meningkatkan kreativitas dalam menyajikan program dakwah yang lebih menarik dan berinovasi. Dengan memperbanyak lagi penyajian pesan sesuai dengan gaya anak muda. Supaya pesan dakwah semakin mendapat tempat dihati kalangan anak muda.
- b. Menambahkan kegiatan kunjungan ke radio lain secara rutin. supaya dapat saling berbagi pengetahuan khususnya di bidang kemajuan terkait radio. Sehingga lebih meningkat serta semakin berkualitas.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan kepada peneliti berikutnya untuk dapat melengkapi penelitian sebelumnya yang masih terdapat kekurangan. Agar lebih maksimal hasilnya dengan penggunaan metode yang lebih spesifik, dan dengan teori yang berbeda.

3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat Cilacap dan sekitarnya terutama pendengar Yes Radio 104.2 FM, diharapkan memberikan masukan pada Yes Radio 104.2 FM dalam menyiarkan program agar semakin menarik agar dapat melengkapi apa yang dibutuhkan masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M. R. M., & Majistra, R. (2016). *Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Kita 94, 3 Fm Cirebon)*. Skripsi (pdf), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Abdurrahman, A. (2019). *Strategi komunikasi dakwah di radio aswaja fm dalam menyebarluaskan islam nusantara* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Anisa, N. (2020). *Analisa terhadap Strategi Penyiaran Program dalam Mempertahankan "Numpang Numpang" di RRI Purwokerto* (Doctoral dissertation, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap).
- Arselan, A. (2022). *Strategi Pengelolaan Program Radio Hidayah 103, 4 Fm Sebagai Media Dakwah Di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Azarina, W. (2023). *Siaran Dakwah Di Radio Pasca Konvergensi Media (Studi Deskriptif Pada Radio Utari Fm Cilacap)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Buchholz, A. K., & Rosenthal, S. A. (2017). *"Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns"*.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *"Effective Public Relations"*.
- Fahlawi, D. G. *Strategi Komunikasi Radio Dakwah 756 AM Bogor Dalam Menarik Minat Pendengar* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Febriani, Y. (2023). *Strategi komunikasi penyiar radio dakwah hamzanwadi dalam meningkatkan minat pendengar* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Fisher, David E. (2004). *"Marconi: The Man Who Networked the World"*. Oxford University Press.
- Goni, F., Rustan, A. S., & Qadaruddin, M. (2016). Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Konsultasi Agama Islam Di Radio Mesra Fm). *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 6(1), 1-19.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *"Managing Public Relations"*.
- Halima, H. (2018). *Strategi Manajemen Radio Mesra Fm dalam Meningkatkan*

Minat Mendengarkan Dakwah di Kota Parepare (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

- Hamdi, M. F., & Pratiwi, I. D. (2024). *Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Acara Melayu Di Radio Dis Fm Kota Tebing Tinggi*. *At-Tadzkir: Jurnal Penelitian dan Ilmu Komunikasi*, 1(2), 45-49.
- Harley Prayudha, *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), h. 33.
- Hidayah, R. (2022). *Strategi Komunikasi Radio Mahardhika Fm Bondowoso Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Melalui Program Pelita Iman*.
- Imelda, N. T. (2021). *Strategi komunikasi radio bercahaya 94.3 fm cilacap dalam meningkatkan minat pendengar* (Doctoral dissertation, UIN KH SYAIFUDDIN ZUHRI).
- Khodijatul, I. (2022). *Strategi Penyiaran Radioqu 89.6 Fm Purbalingga Dalam Menarik Minat Pendengar* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Khotimah, R. N. (2020). *Strategi Dakwah Program" Tertipu" Di Radio Kotaperak Fm Dalam Menarik Minat Pendengar Selama Ramadhan 2019* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Lasswell, Harold D. (1948). *"The Structure and Function of Communication in Society."* Di dalam: Bryson, Lyman. (Ed.). *"The Communication of Ideas."* New York: Harper & Brothers.
- Leni, S. (2022). *Strategi Penyiaran Elegan Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Di Kabupaten Tulang Bawang Barat* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Lindu, M., Duku, S., & Fitri, H. U. (2023). *Strategi Penyiar Radio Sonora 102, 6 Fm Palembang Dalam Menarik Minat Pendengar Dalam Program Acara Anda Meminta Kami Memutar (AMKM)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 335-344.
- MASAYU, S. A. A. (2024). *Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Remaja Pada Radio Republik Indonesia (Rri) Pro 2 Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Maslikhajiah, R. (2019). *Program Siaran Nuansa Senja Di Radio Manggala Station Kudus Sebagai Strategi Dakwah dalam Membangun Keberagaman Masyarakat Ngembalrejo Kudus* (Doctoral dissertation, Iain Kudus).

- Masyitoh, R. (2018). Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 51-66.
- Ngayuwanti, R. (2021). *Strategi Siaran Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 Fm Jogja)* (Doctoral dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Novia, D. H., & Simbolon, B. R. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio SLA FM 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-13.
- Puput, D. L. (2023). *Strategi Komunikasi Radio Binamas Fm Purworejo Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Purdiningtyas, W. (2018). *Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di D! Radio Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Qibtiyah, M. (2020). *Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Rahmi, D. E., Kholil, S., & Akbar, A. (2023). Strategi Penyiaran Dakwah Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan dalam Meningkatkan Pengetahuan Keislaman. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 161-167.
- Reza, V. (2021). *Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Riani, R. (2023). *Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Program Siaran Dakwah (Studi Pada Program Siaran "Siraman Rohani Angkasa" di Radio Swara Angkasa Pandeglang)* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).
- Rosdiana, A. (2011). *Strategi komunikasi marketing radio dakta 107 fm dalam meningkatkan eksistensi di kalangan pendengar.*
- Sabella, S. (2020). *Strategi Dakwah Banyumas Mualaf Center (BMC) Dalam Membina Mualaf di Banyumas* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Siti, M. F. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Dai Kamtibmas Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Radio Rbk 104, 3 Fm Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).

Wedung, P. D. K. *Strategi Dakwah Radio Suara Kota Wali Fm Demak Dalam Penyebaran Dakwah Pada Masyarakat.*

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J. (2016). *"Think Public Relations"*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1, Panduan Wawancara

A. Daftar Wawancara Kepada Direktur Yes Radio 104.2 FM Cilacap

- Bisa ceritakan gambaran umum dari Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Apa saja program siaran unggulan di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Apa saja program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Bagaimana strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam?

B. Daftar Wawancara Kepada Penyiar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

- Sebagai penyiar, apa strategi penyampaian dari program siaran dakwah islam yang efektif?
- Apa tantangan dalam menyajikan program dakwah islam yang menarik?
- Bagaimana anda berinteraksi dengan pendengar?

C. Daftar Wawancara Kepada Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

- Program siaran apa yang anda sukai di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Pernahkah mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Berapa kali anda mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Apa topik dakwah islam yang paling menarik bagi anda?
- Ustadz siapa yang biasanya anda dengarkan di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?
- Seberapa penting program siaran dakwah islam bagi anda?
- Apa harapan anda untuk program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap kedepan?

Hasil Wawancara,

Wawancara 1 :

Narasumber : Bapak Arnanto Imani

Jabatan : Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1. Bisa ceritakan gambaran umum dari Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Yes Radio 104.2 FM Cilacap adalah salah satu stasiun radio lokal di Cilacap, Jawa Tengah, yang cukup populer di kalangan pendengarnya. Radio ini mengudara sejak tahun 1978, Yes Radio awalnya didirikan untuk menyediakan hiburan serta informasi lokal bagi masyarakat di wilayah Cilacap dan sekitarnya. Seiring perkembangan waktu, Yes Radio berkembang menjadi stasiun yang berfokus pada penyajian musik, berita, dan program interaktif yang melibatkan pendengar. Dahulu terkenal dengan sebutan Radio Yasfi dan berubah nama menjadi Yes Radio pada tahun 2004. Dengan menghadapi tantangan perubahan zaman, menjadikan banyak radio yang gulung tikar dan Yes radio menjadi satu-satunya radio swasta di Cilacap yang masih aktif dan bertahan sampai sekarang. Yes Radio terus berinovasi dengan adanya live streaming melalui website guna untuk meluas jangkauan lebih banyak.

2. Apa saja program siaran unggulan di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Yes Radio juga memiliki beberapa program unggulan seperti Geger (Gendu Gendu Rasa), Digoda pantun (Digoyang dangdut dan pantun), Cilacap hari ini, Goyang gayeng, Yes karaoke dan termasuk juga siaran dakwahnya, diantaranya program MQ Pagi, program yang menyiarkan tentang pemutaran ayat suci Al-Qur'an setiap hari pada pukul 05.00 – 06.00 WIB , kajian islam dan interlude rohani dan pesan sang dai setiap pukul 17.00 - 18.00 WIB dan menyajikan program program yang menarik lainnya.

3. Apa saja program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Ada dua, yaitu program siaran Kajian Islam dan Interlude Rohani, dan program siaran Pesan Sang Dai.

4. Bagaimana strategi komunikasi Yes Radio 104.2 FM cilacap dalam meningkatkan minat pendengar tentang dakwah islam?

Yes Radio menentukan topik dengan cukup menarik dan mudah dipahami

bagi pendengar. Dengan memberikan pembahasan yang relate dengan kehidupan sehari-hari dan pembawaan tema merupakan inisiatif yang sesuai ciri khas dari ustadz nya sendiri. Adapun pendengar Yes radio cukup aktif dalam mengikuti program siaran dakwah dan banyak memberikan manfaat untuk pendengar. Yes Radio memiliki harapan agar pendengar dan penyiar menjadi lebih dekat dengan Allah SWT. Kemudian setiap yang disampaikan ustad dapat bermanfaat, menambah keimanan dan menambah ilmu bagi para pendengar ataupun masyarakat umum.

Wawancara 2 :

Narasumber : Lusi Ayu Permata Dewi

Jabatan : Penyiar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1. Sebagai penyiar, apa strategi penyampaian dari program siaran dakwah islam yang efektif?

Dengan ngomongnya saya yang ngapak dan medoknya menjadi ciri khas sendiri dan juga bersama ustad-ustad lokal yang memiliki ciri khas tersendiri membuat program siaran ini tidak membosankan. Dengan hal itu, saya juga berinteraksi dengan pendengar dengan membuka sesi pertanyaan untuk tema yang dibahas kepada ustad yang mengisi materi.

2. Apa tantangan dalam menyajikan program dakwah islam yang menarik?

Mungkin disaat pemancar rusak atau ustad yang memiliki kendala tidak bisa hadir membuat sedikit tantangan untuk saya tetap aktif menyiarkan dan berinteraksi dengan pendengar.

3. Bagaimana anda berinteraksi dengan pendengar?

Dengan khas saya sendiri, ngomong ngapak, sedikit ada candaan bersama pendengar dan yang penting intonasi yang jelas.

Wawancara 3 :

Narasumber : Bapak Sarnohajo Safari

Jabatan : Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1. Apakah anda menyukai program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Saya suka dan sering mendengarkan program siaran dakwah islam dengan topik yang paling saya sukai itu semua tema saya suka apalagi yang ada unsur Al quran dan hadisnya.

2. Pernahkah mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Pernah.

3. Berapa kali anda mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Cukup sering saya mendengarkan.

4. Apa topik dakwah islam yang paling menarik bagi anda?

Semua saya suka tema – tema nya menarik, terutama tema yang mengajarkan kita untuk bersedekah, bersyukur dan lain-lain.

5. Ustaz siapa yang biasanya anda dengarkan di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Ustaz Afif karena beliau mengangkat tema berdasarkan Al quran dan sunnahnya.

6. Seberapa penting program siaran dakwah islam bagi anda?

Menurut saya sangat penting, karena bagi kehidupan sangat membutuhkan ajaran islam yang akan membimbing kita untuk selalu dijalan kebenaran.

7. Apa harapan anda untuk program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap kedepan?

Saya harap pada program siaran dakwah nanti diadakan kajian alquran sebulan sekali didepan studio bersama masyarakat atau para pendengarnya. Dan saya berharap Yes radio tetap bergerak maju, pantang mundur selangkah pun.

Wawancara 4 :

Narasumber : Ibu Tini

Jabatan : Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1. Apakah anda suka program siaran dakwah Islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Ya saya suka program Kajian Islamnya.

2. Pernahkah mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2

FM Cilacap?

Pernah.

3. Berapa kali anda mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Saya sering mendengarkan sambil masak dan aktivitas lainnya.

4. Apa topik dakwah islam yang paling menarik bagi anda?

Topik dakwah Islam yang saya sukai adalah seperti masalah rumah tangga, permasalahan dan jalan keluar nya, kewajiban suami istri dan lain – lain.

5. Ustaz siapa yang biasanya anda dengarkan di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Ustaz Suharyanto yang banyak membahas kekeluargaan.

6. Seberapa penting program siaran dakwah islam bagi anda?

Menurut saya program siaran dawkah ini penting terutama bagi msyarakat awam sepertinya.

7. Apa harapan anda untuk program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap kedepan?

Semakin ditingkatkan program siaran dakwah Islamnya itu sangat penting, karena orang zaman sekarang lebih mentingin hp daripada tentang keagamaan, tetap berjalan dan ditingkatkan, pembelajaran yang diberikan melalui program siaran di kajian islam ini.

Wawancara 5 :

Narasumber : Ibu Mia

Jabatan : Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

1. Apakah anda suka program siaran dakwah Islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Salah satu program siaran yang saya sukai adalah kajian islamnya.

2. Pernahkah mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Pernah.

3. Berapa kali anda mendengarkan program siaran dakwah islam di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

Cukup sering mendengarkan.

4. Apa topik dakwah islam yang paling menarik bagi anda?

Topik yang menarik menurut saya adalah masalah anak muda seperti percintaan, akhlak dan lain – lain.

5. Ustaz siapa yang biasanya anda dengarkan di Yes Radio 104.2 FM Cilacap?

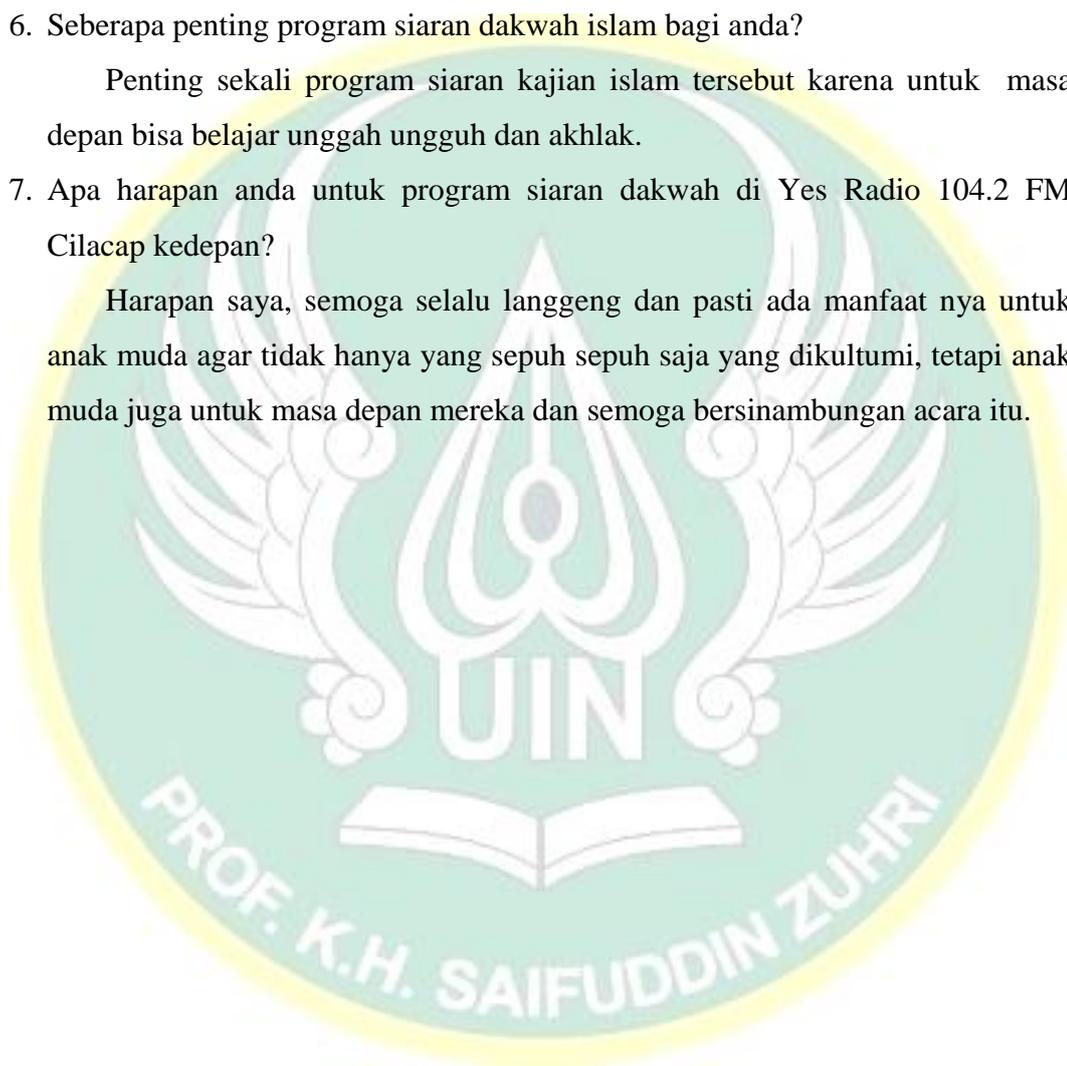
Ustaz Agus Darwanto karena penyampainnya yang sangat mudah dipahami dan tema tentang percintaan.

6. Seberapa penting program siaran dakwah islam bagi anda?

Penting sekali program siaran kajian islam tersebut karena untuk masa depan bisa belajar unggah unggah dan akhlak.

7. Apa harapan anda untuk program siaran dakwah di Yes Radio 104.2 FM Cilacap kedepan?

Harapan saya, semoga selalu langgeng dan pasti ada manfaat nya untuk anak muda agar tidak hanya yang sepuh sepuh saja yang dikultumi, tetapi anak muda juga untuk masa depan mereka dan semoga bersinambungan acara itu.



Lampiran 2, Dokumentasi



Area Depan Studio Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Depan Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Pemancar Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Area Dalam Yes Radio 104.2 FM Cilacap



On air penyiar Yes radio 104.2 FM Cilacap



Live Streaming Youtube Program Siaran Dakwah Islam Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Wawancara dengan Arnanto Imani selaku Direktur Utama Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Wawancara dengan Lusiana Ayu Permata Dewi selaku Penyiar Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Wawancara dengan Bapak Sarnohajo selaku Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Wawancara dengan Ibu Tini selaku Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap



Wawancara dengan Ibu Mia selaku Pendengar Yes Radio 104.2 FM Cilacap

Lampiran 3, Data-data

Tabel 2. Program Siaran Yes Radio 104.2 FM Cilacap

JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
04.58 - 05.00	OPENING TUNE						
05.00 - 06.00	MQ PAGI						
06.00 - 07.00	SEMANGAT PAGI						BINTANG
07.00 - 08.00							PANGGUNG
08.00 - 09.00	BERANDA KELUARGA						DUNIA
09.00 - 10.00							ANAK
10.00 - 11.00	YES TALKSHOW						100%
11.00 - 12.00							YESINEMA
12.00 - 13.00	GENDU GENDU RASA (GGR)						GWITA
13.00 - 14.00							NOSTALGIA
14.00 - 15.00	DIGODA PANTUN						KIDUNG
15.00 - 16.00							PASUNDAN
16.00 - 16.30	CILACAP HARI INI						DTJ
16.30 - 17.00							GOYANG
17.00 - 18.00	KAJIAN ISLAM & INTERLUDE ROHANI						MINGGU
18.00 - 19.00	SALAM SAHABAT						MANDARIN
19.00 - 20.00							1 JAM BERSAMA
20.00 - 21.00	GOYANG GAYENG						ROCKINDO
21.00 - 22.00							MINANG
22.00 - 23.00	CLOSING TUNE						SHARE &
23.00 - 23.58							GUDRIL
23.58 - 24.00	CLOSING TUNE						RELAX
							BANYUMASAN
	CLOSING TUNE						PURWO
							RINGGIT
	CLOSING TUNE						
							PURWO

Tabel 3. Struktur Organisasi Yes Radio 104.2 FM Cilacap

No	Nama	Jabatan
1	Arnanto Imani	Direktur Utama
2	Refdinal, S.T	Direktur
3	Poppy Riyanti	Komisaris
4	Ati Lestari	Admin & Penyiar
5	Lusiana Ayu Permata Dewi	Reporter & Penyiar
6	Sukardi	OB & Penjaga Malam

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Nurfianingsih
 Tempat, Tanggal lahir : Cilacap, 02 Mei 2003
 Agama : Islam
 Alamat : Karangtengah RT 04/01, Bangunreja, Kec. Kedungreja, Kab. Cilacap
 Email : nurfianining@gmail.com
 No. Hp : 085729951747

B. Riwayat Pendidikan

No.	Institusi	Lulus
1.	SD Negeri Bangunreja 01	2015
2.	SMP Negeri 02 Kedungreja	2018
3.	SMA Negeri 01 Kedungreja	2021
4.	S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN SAIZU Purwokerto	2021 - sekarang

C. Pengalaman Organisasi

No.	Jabatan	Organisasi	Tahun
1.	Seksi Bidang Keagamaan	OSIS SMA Negeri 01 Kedungreja	2019
2.	Seksi Bidang Dakwah	ROHIS (Rohani Islami) SMA Negeri 01 Kedungreja	2019
3.	Sekretaris	PAC IPNU IPPNU Kedungreja	2020-2022
4.	Anggota	PMII Rayon Dakwah UIN SAIZU Purwokerto	2021-2022
5.	Anggota	Radio Star UIN SAIZU Purwokerto	2022

Purwokerto, 19 Maret 2025



Nurfianingsih