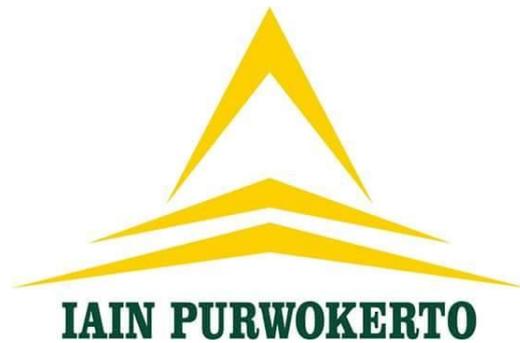


**PESAN ISLAM MELALUI RADIO :
Analisis Resepsi Pendengar Mutiara Pagi
RRI Purwokerto**



TESIS

Disusun dan Diajukan Kepada Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi
Sebagia Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Sosial

Oleh :
Hanifahridads
NIM. 1522604003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2017**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO.....	x
REKOMENDASI.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
a. Manfaat Teoretis.....	7
b. Manfaat Praktis	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II RADIO DAN PESAN ISLAM.....	9
A. Radio Sebagai Media Massa.....	9

1. Sejarah Singkat Perkembangan Radio	9
a. Sejarah Radio di Dunia	9
b. Sejarah Radio di Indonesia.....	11
2. Pengertian Radio	12
3. Karakteristik Radio	13
4. Radio Sebagai Media Massa Elektronik	17
5. Radio Sebagai Media Dakwah.....	20
6. Masa Depan Radio	21
7. Masa Depan Radio	21
B. Lembaga Penyiaran Publik.....	23
1. Pengertian Lembaga Penyiaran Publik	23
2. Kepentingan Publik dalam Lembaga Penyiaran Publik.....	26
3. Tiga Aspek Utama Penentu Masa Depan Lembaga Penyiaran di Indonesia	29
4. Potret RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik.....	31
5. Potret RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik.....	29
C. Definisi Pesan Islam	32
1. Pesan sebagai Unsur Komunikasi	32
2. Definisi Pesan Islam.....	33
D. Radio dan Penelitian Khalayak.....	37
1. Karakteristik Khalayak.....	37
E. Efek Media Massa	37
F. Teori Resepsi	46
G. Penelitian yang Relevan	50

H. Kerangka Berfikir	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
A. Pendekatan Penelitian	55
B. Subjek Penelitian	55
C. Objek Penelitian.....	57
D. Sumber Data	58
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Metode Focus Grup Diskusi	59
2. Metode Wawancara	60
3. Metode Dokumentasi.....	61
E. Metode Analisis Data.....	61
F. Metode Analisis Resepsi	63
G. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	64
BAB IV ANALISA RESEPSI PESAN ISLAM	65
A. Gambaran Umum RRI Purwokerto	65
B. Pemaknaan Khalayak Terhadap Pesan Islam	75
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemaknaan Khalayak	94
BAB V PENUTUP	101
A. Simpulan	101
B. Saran-Saran	102
C. Kata Penutup.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena globalisasi merupakan sesuatu yang tak bisa dihindarkan, atau bisa dikatakan sebagai sesuatu yang pasti terjadi. Di satu sisi, globalisasi memberi manfaat secara ekonomi, namun di lain sisi juga membawa implikasi pada banyak aspek kehidupan manusia, yang pada akhirnya mengharuskan masyarakat untuk dapat beradaptasi atas perubahan-perubahan yang terjadi. Misalnya saja, perubahan arus perdagangan internasional membuat produk yang diciptakan negara di belahan benua lain dapat dikonsumsi oleh masyarakat, bahkan sampai di pelosok kota/desa di benua lainnya. Selain itu, perubahan teknologi informasi memungkinkan berita-berita internasional diketahui seluruh dunia hanya dalam beberapa saat.¹

Globalisasi merupakan suatu perkembangan yang tidak bisa dicegah. Kemajuan yang pesat di bidang teknologi komunikasi -yang menghasilkan media yang canggih- mempermudah terjadinya globalisasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah menghubungkan manusia seluruh dunia menjadi “satu sistem komunikasi”. Mc Luhan menyebutnya dengan istilah desa global (*global village*).² Dalam hal ini, teknologi komunikasi (media) seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dengan kata lain, konsep *Global Village* berarti tidak akan ada lagi batasan antar belahan dunia manapun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain. Apa yang terjadi di Negara Amerika, misalnya dalam hitungan sepersekian detik akan dengan mudah diketahui pula oleh masyarakat di seluruh dunia.

¹ Paulus Rudolf Yuniarto, “Masalah Globalisasi di Indonesia: Antara Kepentingan, Kebijakan, dan Tantangan”, dalam *Jurnal Kajian Wilayah*, Vol. 5, No. 1, 2014, hal. 68.

² Abdul Karim Batubara, “Media Ecology Theory” dalam *Jurnal Iqra’ Volume 08 No.02 Oktober 2014*, hal. 135. lihat juga: Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer* (Purwokerto, STAINPress dan Pustaka Pelajar, 2006), hal. 216.

Dengan demikian kemajuan teknologi informasi telah memperlancar terbentuknya budaya dunia, yakni budaya yang dianut oleh seluruh umat manusia. Budaya tersebut bisa saja berasal salah satu bangsa atau ras. Namun proses globalisasi telah menjadikannya budaya semua orang diperkenalkan secara sistematis dan intensif ke seluruh pelosok dunia.³

Di era ini, media mempunyai peranan yang strategis. Bagaimanapun, informasi bagi masyarakat seolah sudah menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Menurut Littlejohn dan Foss, media massa sejatinya tidak hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi di seluruh bagian bumi, tetapi juga alat untuk menyusun agenda, serta memberitahu masyarakat apa yang penting dan tidak.⁴

Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai lembaga penyiaran publik tentunya mempunyai peran untuk menyiarkan informasi-informasi atau pesan yang bermanfaat buat masyarakat. Di tengah gencarnya arus informasi sebagai konsekuensi dari adanya globalisasi, RRI sejatinya harus cepat tanggap menyikapi perubahan di dalam masyarakat. Oleh karenanya adanya perubahan yang begitu cepat inilah, RRI harus mampu menjawab tantangan yang muncul di era globalisasi. Dalam dunia penyiaran, perubahan adalah sesuatu sesuatu yang harus dilakukan. Hal ini penting mengingat setiap produksi siaran radio harus selalu ada perubahan –perubahan baik isinya maupun kemasannya. Perubahan dan berubah adalah sebuah pilihan dan dinamika yang penting.

Bagi Radio Republik Indonesia, agar terus berkiprah sebagai lembaga penyiaran publik yang pro-kepentingan publik, harus berpikir kreatif. Berfikir kreatif menurut James C. Coleman dan Coustance L. Hammen adalah "*thinking which produces new methods, new concepts, new understandings, new invention, new work of art*" Berfikir kreatif diperlukan mulai dari komunikator yang harus mendesain pesannya, insinyur yang harus merancang bangunanya,

³ Masih hangat dalam ingatan kita, bagaimana budaya Korea sangat digemari oleh pemuda-pemudi Indonesia, dengan banyak lahirnya girl band dan boy band, beberapa tahun kemarin. Dengan gaya ke "Korea-koreaan" mulai dari gerak tari, gaya rambut, fashion, dan sebagainya.

⁴ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi* terj. Moh. Yusuf Hamdan (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hal. 405.

ahli iklan yang harus menata pesan verbal dan pesan grafis, sampai pada pemimpin masyarakat yang yang harus memberikan perspektif baru dalam mengatasi masalah sosial.⁵

Untuk itu, RRI dalam siarannya mengacu pada Visinya yaitu:Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Terpercaya dan Mendunia⁶ dan beradaptasi dengan trend teknologi *multipleksing* dalam penyiaran. Selain itu mengadopsi pemikiran bahwa *content is the king*, sejak menjadi Lembaga Penyiaran Publik, Pro1 RRI menerapkan teknik pendekatan broadcasting, suatu strategi yang melayani segmen pendengar heterogen. Perencanaan programnya tidak bersifat khusus. Dalam penyelenggaraan siaran, isi merupakan paduan berbagai klasifikasi acara, musiknya bersifat umum.pendengarnya dari anak-anak sampai Kaum tua untuk itu teknik penyajiannyapun disesuaikan program acara tersebut.

Pro 1 RRI Purwokerto sebagai media pusat pemberdayaan masyarakat dalam memproduksi program acaranya mempertimbangkan kondisi masyarakat yang kian memprihatinkan. Masyarakat sekarang cenderung hanya berorientasi pada ingin mendapatkan materi yang serba cepat, masyarakat sekarang juga cenderung masyarakat konsumtif perkembangan dunia ini menciptakana benih-benih fragmentasi sosial, dan terkikisnya budaya gotong royong, musyawarah, sudah mulai hilangnya norma sopan-santun, jiwa keswadayaan, dan lain-lain perkembangan ini membentuk jiwa yang jauh dari semangat kemandirian, kebersamaan dan kepedulian untuk mengatasi persoalan secara kolektif termasuk persoalan kemanusiaan.

Oleh karenanya, LPP RRI harus mengambil peran dalam membangun masyarakat yang berdaya saing dan berkarakter melalui siaran-siaran yang dapat membangkitkan masyarakat untuk mencipta, berkarya dan berproduksi melalui program-program pemberdayaan masyarakat, juga berorientasi kepada

⁵ Rakhmat Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Remaja Rosdakarya Offset Bandung,2000) ,hal, 74.

⁶ Kebijakan Umum, Penyiaran, Kelembagaan dan Sumber daya, Dewan Pengawas, 2016, hal43

moral dan nilai-nilai luhur dalam kehidupan bermasyarakat, terutama keikhlasan, keadilan dan kejujuran, kemanusiaan. Siaran pemberdayaan masyarakat berupa pendidikan, pencerahan, memberi pemahaman, melibatkan khalayak, ajakan bergiat dan agen perubahan.

RRI Purwokerto sebagai media lembaga penyiaran publik tentunya bertanggung jawab dan mengambil peran dalam hal memberikan informasi, hiburan yang sehat, pendidikan, melestarikan budaya dan layanan kepada masyarakat. Peran di bidang pendidikan inilah salah satunya memproduksi acara Mutiara Pagi. Acara ini disiarkan setiap hari mulai pukul 05.00 sampai dengan 06.00 WIB, dengan narasumber para Kiai atau akademisi muslim yang membahas tema-tema tentang keislaman. Dalam pelaksanaannya di lapangan, acara Mutiara Pagi ini sengaja melibatkan MUI Kabupaten Banyumas guna memudahkan memonitor jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Sasaran acara Mutiara pagi yaitu pendengar masyarakat umum. Deskripsi acara Mutiara Pagi yaitu paparan dogma, kaidah, nasehat dan tuntunan hidup sesuai dengan Alquran dan Al Hadist oleh narasumber dengan melibatkan masyarakat/pendengar melalui telephon dan SMS, yang dipandu oleh seorang moderator.

Adapun tujuan diadakannya program acara Mutiara Pagi yaitu memberikan motivasi hidup agar lebih dinamis dan berkualitas dalam mengisi kehidupan umat manusia. Dengan tujuan tersebut tentunya acara Mutiara Pagi mempunyai nilai-nilai edukatif bagi pendengarnya walaupun disisi lain karena narasumbernya terdiri dari berbagai organisasi keagamaan yang ada di Banyumas tentunya cara penelahan materipun ada yang menerima dan ada yang berbeda cara panafsirannya antara materi yang disampaikan narasumber kepada pendengar disinilah muncul kedinamisan materi mutiara pagi.

Dalam penelitian ini penulis meneliti bagaimana resepsi pendengar terkait dengan pesan-pesan Islam dalam program Mutiara Pagi mengingat acara ini dari awal diluncurkan sampai sekarang ini belum pernah diteliti apakah acara ini sudah sesuai keinginan pendengar atau belum. Untuk itu guna

mengetahui resepsi masyarakat pendengar Mutiara Pagi, penulis menggunakan teori resepsi komunikasi.

Dalam lintas sejarah, tradisi studi *audience* (masyarakat), menurut Jensen & Rosengen setidaknya pernah berkembang beberapa varian diantaranya disebut secara berurutan berdasar perjalanan sejarah lahirnya: *effect research*, *uses and gratification research*, *literary criticism*, *cultural studies*, *reception analysis*. Jensen menjelaskan bahwa *Reception analysis* bisa dikatakan sebagai perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi.⁷

Pemanfaatan teori *reception analysis* sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak, menurut Fiske sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak semata pasif namun dilihat sebagai agen kultural (*cultural agent*) yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang diusung media lalu bisa bersifat terbuka atau polysemic dan bahkan bisa ditanggapi secara opositif oleh khalayak⁸.

Tokoh utama yang dikenal sebagai tokoh yang menerapkan analisis resepsi secara mendalam adalah David Morley. Pada tahun 1980 mempublikasikan *Studi of the Nationwide Audience*. Adapun pertanyaan pokok studi Morley tersebut adalah mengetahui bagaimana individu menginterpretasikan suatu muatan program acara televisi dilihat dalam kaitannya dengan latar belakang sosio kultural pemirsanya.

Konsep teoritik terpenting dari *reception analysis* adalah bahwa teks media –penonton/pendengar/pembaca atau program televisi– bukanlah makna yang melekat pada teks media tersebut, tetapi makna diciptakan dalam interaksinya antara khalayak (penonton/pembaca/pembaca) dan teks. Dengan kata lain, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media.⁹

⁷Tri Nugroho Adi, “Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi” dalam *Jurnal Acta Diurna Vol. 8 No. 1, 2012*, hal. 27.

⁸Tri Nugroho Adi, “Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi”, hal.28.

⁹Ido Prijana Hadi, “Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis” dalam *Jurnal Ilmiah Scriptura, Vol. 3, No. 1, Januari 2009*, hal. 2.

Teori *reception analysis* mempunyai argumen bahwa faktor kontekstual mempengaruhi cara khalayak memirsa atau membaca media, misalnya film atau program televisi. Faktor kontekstual termasuk elemen identitas khalayak, persepsi penonton atas film atau genre program televisi dan produksi, bahkan termasuk latarbelakang sosial, sejarah dan isu politik. Singkatnya, teori *reception* menempatkan penonton/pembaca dalam konteks berbagai macam faktor yang turut mempengaruhi bagaimana menonton atau membaca serta menciptakan makna dari teks.¹⁰

Selain itu, yang harus dipahami bersama adalah bahwa setiap individu mempunyai identitas ganda (*multiple subject identities*), yang secara sadar atau tidak dikonstruksi dan dipelihara, termasuk didalamnya umur, ras, gender, kebangsaan, etnisitas, orientasi seksualitas, kepercayaan agama, dan kelas.¹¹ Misalnya, jika sebuah film mempunyai pesan feminis yang kuat pada penonton akan memberikan penerimaan yang berbeda pada kaum perempuan daripada penonton perempuan yang tidak mempunyai ‘rasa’ feminis. Hal yang sama, juga pada karya film tentang perjuangan ras akan dimungkinkan ‘dibaca atau dimaknai’ berbeda oleh khalayak anggota minoritas ras daripada mayoritas. Jadi khalayak akan melihat dan memaknai teks dari posisi subyek berdasarkan persentuhan pengalaman pada saat yang bersamaan.

Harapan pemirsa atas sebuah teks misalnya sebuah film tertentu dapat dipengaruhi oleh apa yang dikenal dengan *film's genre*; seperti aktor, penulis naskah, sutradara, atau personalia produksi, suasana produksi/ *setting*, dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut sangat mendominasi dalam studi *reception*. Begitu halnya dengan acara Mutiara Pagi, yang bernuansa Islami, harapan pendengar dapat dipengaruhi oleh apa yang diinginkan dan diketahui oleh pendengar juga berdasarkan pengalaman subjektif masing-masing pendengar.

Dengan demikian, dalam hal ini RRI Purwokerto tidak lagi dipandang sebagai agent yang memiliki kuasa untuk mendefinisikan kebenaran atau menyajikan makna tetap, tapi kuasa itu ada dalam diri khalayak. Khalayak

¹⁰ Ido Prijana Hadi, ..., hal. 2.

¹¹ Ido Prijana Hadi, hal. 4.

memiliki kewenangan apakah akan menerima gagasan pokok atau ideologi yang ditawarkan oleh media RRI Purwokerto atau menolak, atau mendapatkan kesan dan menjadikan inspirasi. Sehingga bukan persoalan puas atau tidak puas, melainkan apakah pendengar menerima atau tidak menerima kesan terhadap acara Mutiara Pagi, mengingat dari acara ini diluncurkan sampai sekarang ini belum ada yang meneliti tentang resepsi acara Mutiara Pagi di Pro 1 RRI Purwokerto, Lalu pertanyaannya bagaimana dinamika proses penerimaan (atau penolakan itu), pesan-pesan materi dari narasumber Mutiara Pagi.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana resepsi khalayak atau pendengar terhadap pesan Mutiara Pagi?
2. Apa saja faktor yang menyebabkan khalayak atau pendengar menerima atau menolak pesan-pesan materi Mutiara Pagi?

B. Tujuan Penelitian

Dari konteks penelitian yang sudah peneliti paparkan, maka penelitian ini bertujuan untuk

1. Menganalisa respon khalayak atau pendengar terhadap pesan mutiara pagi sebagai evaluasi guma peningkatan kualitas acara Mutiara Pagi.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan khalayak atau pendengar menerima atau menolak pesan atau materi yang disampaikan dalam acara Mutiara Pagi.

C. Manfaat Penelitian:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau masukan yang bersifat positif bagi

pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam meneliti pendengar atau khalayak..

2. Manfaat praktis

Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan akandapat memberikan informasi kepada masyarakat pada umumnya, khususnya, pendengar Mutiara Pagi.

D. Sistematika Penulisan

BAB I adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian atau rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, definisi istilah, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II membahas kajian teori atau kerangka konseptual, yang berisi: pengertian media audio (radio), media adalah pesan, pesan Islam dan Teori Analisis Resepsi.

BAB III merupakan metode penelitian yang mengurai tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV berisi pemaparan data-data dari hasil penelitian tentang gambaran umum RRI Purwokerto dan progam Mutiara Pagi. Selain itu, bab ini juga membahas analisa dan temuan-temuan dari fokus permasalahan penelitian.

BAB V Penutup, yang berisi Simpulan dan Saran.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, terkait dengan pemaknaan khalayak terhadap pesan Islam dalam makna pesan mutiara pagi RRI Purwokerto, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut mempertegas pendapatnya Morley terkait dengan posisi khalayak terhadap pemaknaan teks (pesan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak atau pendengar acara Mutiara Pagi RRI Purwokerto terbagi ke dalam tiga posisi dalam memaknai pesan di RRI Purwokerto, pertama adalah menerima dengan posisi dominan, dimana pendengar menerima sepenuhnya pesan yang disampaikan oleh narasumber. Hal ini disebabkan karena pemahaman dan pengalaman pesan Islam yang disampaikan oleh narasumber sesuai dengan kerangka kebenaran dari diri khalayak itu sendiri.

Kedua adalah menerima dengan posisi negosiasi, dimana tidak sepenuhnya pesan diterima oleh khalayak. Dengan kata lain, ada pesan yang ia terima, namun ada juga pesan yang ia tolak. Hal itu disebabkan karena adanya ketidakcocokan dengan kerangka kebenaran yang ia punyai.

Adapun posisi yang ketiga adalah posisi oposisi dimana khalayak menolak sepenuhnya pesan Islam yang disampaikan oleh narasumber. Ketika pihak negosiasi, masih menerima sebagian pesan, maka posisi oposisi menolak sepenuhnya karena hal itu berlawanan dengan apa yang ia yakini. Hal tersebut memperjelas bahwa dalam memaknai pesan khalayak atau pendengar sepenuhnya mempunyai kuasa atas pesan yang maknai, disesuaikan dengan kerangka berfikir, kultur, pengalaman, dan pemahaman yang ia punyai terkait dengan pesan Islam tersebut.

Adapun terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pemaknaan khalayak terhadap pesan Islam, dipengaruhi oleh enam hal, pertama adalah faktor karakteristik da'i atau narasumber, dimana ada narasumber yang

“saklek” dengan organisasi Islamnya, semisal NU atau Muhammadiyah, atau ada juga da’i yang berada dalam posisi di tengah-tengah, dimana posisi da’i ini bisa menempatkan diri untuk diterima oleh seluruh masyarakat.

Kedua adalah budaya organisasi yang masyarakat anut, seperti apakah di warga NU atau Muhammadiyah, atau yang lainnya, bingkai budaya yang dibangun oleh organisasi Islam tersebut jelas sangat mempengaruhi khalayak dalam memaknai pesan Islam. Adapun faktor yang ketiga adalah pendidikan, dimana semakin tinggi pendidikan khalayak, maka ia semakin mudah untuk menerima perbedaan, begitupun berlaku sebaliknya.

Faktor yang keempat adalah pekerjaan. Tuntutan pekerjaan yang harus bertemu dengan banyak orang, sangat membentuk pola pikir manusia. Jadi, perbedaan yang mendasarnya adalah jika khalayak bekerja dan bertemu dengan banyak orang, maka ia akan mudah menerima perbedaan pendapat. Hal tersebut akan berbeda jika orang tersebut, hanya berdiam diri di rumah.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada para narasumber untuk lebih bersikap “netral” ketika memberikan ceramah atau tausiyah di acara Mutiara Pagi RRI Purwokerto. Hal tersebut tidak terlepas dari beragamnya khalayak di Purwokerto, yang menginginkan pesan Islam yang bisa diterima oleh semua khalayak, tidak hanya sebatas golongan tertentu saja.
2. Kepada khalayak untuk lebih bijak dalam memaknai perbedaan. Dalam Islam perbedaan adalah sebuah rahmat. Perbedaan kecil, yang tidak mendasar, jangan menjadi pemicu konflik diantara umat Islam. Selain itu, khalayak diharapkan untuk bisa membuka pikiran, menerima hal yang baru, yang lebih baik.
3. Untuk pengelola RRI Purwokerto, untuk lebih fokus dalam pengembangan dakwah Islam, dengan memperbanyak program-program yang bernuansa

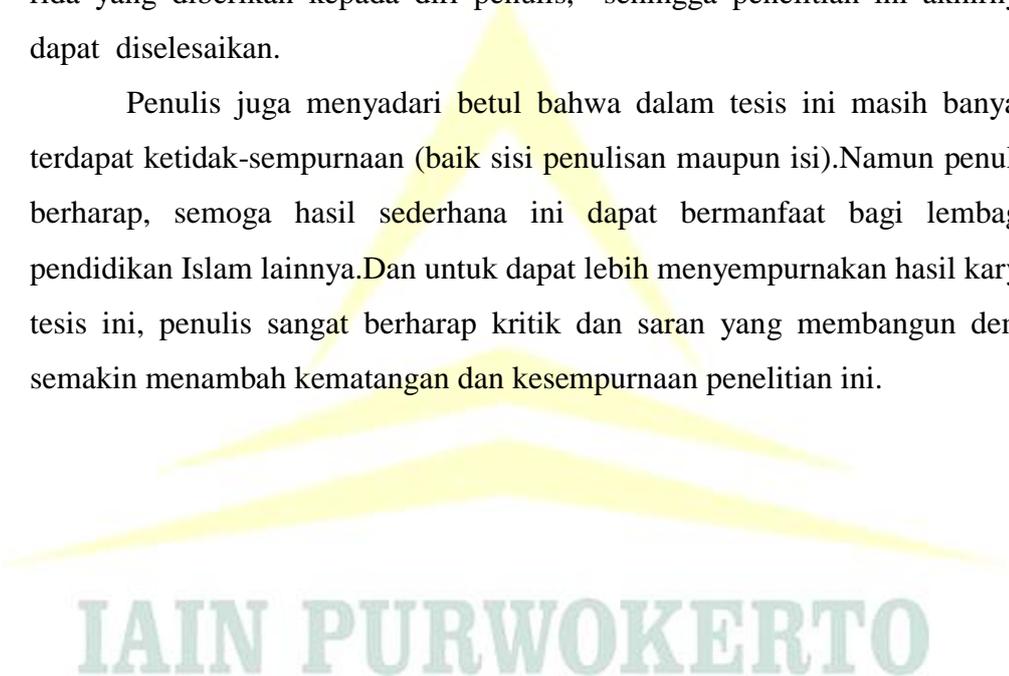
Islam dengan berbagai format kegiatan dan menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang organisasi agama Islam yang ada di Banyumas.

4. Mengingat penggalian data dalam penelitian ini masih sangat sederhana, untuk itu penulis berharap ada yang melanjutkan penelitian ini lebih komprehensif dengan metode penelitian penggabungan pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

C. Kata Penutup

Syukur al-hamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala ni'mat dan rida yang diberikan kepada diri penulis, sehingga penelitian ini akhirnya dapat diselesaikan.

Penulis juga menyadari betul bahwa dalam tesis ini masih banyak terdapat ketidak-sempurnaan (baik sisi penulisan maupun isi). Namun penulis berharap, semoga hasil sederhana ini dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan Islam lainnya. Dan untuk dapat lebih menyempurnakan hasil karya tesis ini, penulis sangat berharap kritik dan saran yang membangun demi semakin menambah kematangan dan kesempurnaan penelitian ini.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri Nugroho. "Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi" dalam *Jurnal Acta Diurna Vol. 8 No. 1. 2012*.
- Ahmad Warson Munawir, *Al-Munawir Kamus Arab Indonesia*. Yogyakarta: Krapyak. 1984.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico. 1984.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2005.
- Aryani, Kandi. "Analisis Penerimaan Remaja terhadap Wacana Pornografi dalam Situs-Situs Seks di Media Online". *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik. Tahun XIX. Nomor 2. April. ISSN 0216-2407*. Surabaya : FISIP Unair. 2006.
- Astrid S. *Komunikasi Massa 2*. Bandung: Penerbit Binacipta. 1982.
- Basit, Abdul. *Dakwah Antar Individu Teori dan Aplikasi*. Purwokerto: STAIN Press. 2008..
- Basit, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Purwokerto. STAINPress dan Pustaka Pelajar. 2006.
- Batubara, Abdul Karim. "Media Ecology Theory" dalam *Jurnal Iqra' Volume 08 No.02 Oktober 2014*.
- Damaledo, Daniel. "Masa Depan Radio Siaran Di Indonesia" dalam Konferensi Radio Siaran Indonesia .Yogyakarta: RRI. 2012.
- Darmanto, Antonius. "Pergulatan Mewujudkan Radio Publik" dalam Pengantar Antonius Darmanto, dkk. *Pemahaman dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Radio Publik*. Yogyakarta: Yayasan Triguna. 2001.
- Effendy, Onong Uchjana. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: CV Mandar Maju. 1991.
- Febrian. "Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal" dalam *Jurnal The Messenger*. Volume IV. Nomor 1. Edisi Juli 2012.
- HA. Widjaja. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2000.

- Hadi, Ido Prijana. "Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis" dalam *Jurnal Ilmiah Scriptura*. Vol. 3. No. 1. Januari. 2009.
- Harliantara. *On Air ti Online Pengantar Penyiaran Radio*. Jakarta: Broadcastmagz Publisher. 2016.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2010.
- JB. Wahyudi. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia. 1994.
- Jensen, Klaus Bruhn. "Media audiences Reception Analysis: Mass Communication as The Social Production of Meaning" dalam Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W. Jankowski. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London. Routledge. 1999.
- Konferensi Radio Siaran Indonesia. Yogyakarta: RRI. 2012.
- Koswara, Aang. "Penerapan Fungsi Manajemen Media Massa Di Radio Pelangi Nuansa Swaratama Sumedang" *Laporan Penelitian Lembaga Penelitian Universitas Padjajaran*. 2006.
- Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosda karya. 2010.
- Louis Ma'luf Yasu'i. *Al-Munjid Mu'jam Madrasiyyi li al-Lughah al-Arabiyyah*. Beirut. 1935.
- McLuhan, Marshall. "The Medium is the Message" dalam Paul Marris & Sue Tornham. *Media Studies: A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press. Ltd. 1996.
- Moh. Soehadha. *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Teras. 2008.
- Morissan, *Teori Komunikasi dari Individu Hingga Massa*
- Morissan. *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakasa. 2005.
- Morley, David. "Cultural Transformations: The Politics of Resistance" dalam Paul Marris & Sue Tornham. *Media Studies: A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press. Ltd. 1996.
- Mulyana, Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi – Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005.

- Munthe, Moeryanto Ginting. “Peranan Radio dalam Masyarakat” dalam Moeryanto Ginting Munthe (ed.).*Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 1996.
- Nasrullah, Rulli.*Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Prenada Media. 2016.
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis. 2007.
- Pedoman Penyelenggaraan Siaran, Lembaga Penyiaran Publik RRI. 2011.
- Rakhmat Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya Offset Bandung. 2000.
- Rianto, Puji, dkk. *Melacak Ideologi Jurnalis LPP RRI*. Yogyakarta: Puslitbangdiklat LPP RRI dan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer. 2010.
- Ridho, Subkhi, “Infotainment dan Imajinasi Audiens: Studi Tentang Resepsi Audiens Terhadap Tayangan Infotainment di Kalangan Aktivitis Jaringan Perempuan Yogyakarta” *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. 2010.
- Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss.*Teori Komunikasi*terj. Moh. Yusuf Hamdan (Jakarta: Salemba Humanika. 2011.
- Stokkink, Theo. *The Professional Radio Presenter*. Yogyakarta: Kanisius. 1997.
- Sugiyono.*Metode Penelitian Pendidikan. pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*.
- Sunarno, Heri. “Strategi Komunikasi Radio Komunitas Dalam Mempertahankan Eksistensinya”.
- Suratmo, Joko. “Memahami Sumber dan Khalayak Informasi Pertanian” dalam Moeryanto Ginting Munthe (ed.).*Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 1996.
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 1986.
- Tri Nugroho, Adi. “Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi” dalam *Jurnal Acta Diurna Vol. 8 No. 1*. 2012.
- Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2010.
- Wowor, Jessica Christiana, “Pengaruh Iklan Komersial di Radio Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Bahu Kota Manado”.

Yuniarto, Paulus Rudolf. “Masalah Globalisasi di Indonesia:Antara Kepentingan, Kebijakan, dan Tantangan” dalam *Jurnal Kajian Wilayah. Vol. 5. No. 1. 2014.*

Zulfianita, Dewirina dan Umaimah Wahid. “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Kredibilitas Pemberitaan Media Online Inilah.com Periode 1-15 Mei 2016 dalam *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Budi Luhur. Jakarta 30 Juli 2016.*

