

## **Model Komunikasi Suara Gontor FM Dalam Menyiarkan Program Dakwah Islam**

Hadyan Janitra<sup>1</sup>, Mohammad Luthfi<sup>2</sup>

Universitas Darussalam Gontor  
Jalan Raya Siman Km. 6 Siman Ponorogo  
email: [hadyanj@gmail.com](mailto:hadyanj@gmail.com)<sup>1</sup>, [mohammadluthfi@unida.gontor.ac.id](mailto:mohammadluthfi@unida.gontor.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Suara Gontor FM merupakan radio yang dimiliki oleh pondok modern Darussalam Gontor dan memiliki program dakwah lebih besar dari program siar lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi radio suara Gontor FM dalam menyiarkan program Dakwah Islam serta hambatan-hambatannya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Radio Suara Gontor FM dengan subyek penelitian CEO, penyiar dan pendengar. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikator radio Suargo fm adalah guru yang dipilih berdasarkan kriteria kredibilitas, daya tarik, dan kemampuan penyiar. Penyampaian pesan dakwah bersifat informatif, persuasif dan edukatif. Media yang digunakan sebagai saluran adalah radio dan internet yang mencakup media social seperti *whatsapp*, *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Pemetaan komunikant dilakukan dengan pendekatan sosiodemografik, psikologis dan karakteristik perilaku penyiar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap radio Suargo fm dalam menyiarkan program dakwah Islam dan memiliki sumbangsih pemikiran dalam kajian ilmu komunikasi khususnya bidang broadcasting radio.

**Kata Kunci:** Model Komunikasi, Suara Gontor FM, Program Dakwah Islam

### **Abstract**

Suara Gontor FM is a radio owned by the modern Darussalam Gontor cottage and has a da'wah program greater than other broadcast programs. This study aims to determine the Gontor FM voice radio communication model in broadcasting the Islamic Da'wah program and its obstacles. This research was conducted with a qualitative descriptive approach. The location of the study was conducted at PT. Radio Suara Gontor FM with research subjects as CEOs, broadcasters and listeners. Data collection techniques are done through observation, documentation and interviews. The results of this study indicate that Suargo FM radio communicators are teachers who are selected based on credibility criteria, attractiveness, and the ability of broadcasters. The delivery of da'wah messages is informative, persuasive and educative. The media used as channels are radio and internet which includes social media such as WhatsApp, Facebook, Twitter, and Instagram. The communicant mapping was carried out using a sociodemographic, psychological and behavioral characteristics of the announcer. This research is expected to make a positive contribution to the radio Suargo FM in broadcasting Islamic da'wah programs and to contribute ideas in the study of communication science, especially in the field of radio broadcasting.

**Keywords:** Communication Model, Gontor FM Voice, Islamic Da'wah Program

### **Pendahuluan**

Dakwah merupakan salah satu aktivitas komunikasi, yang secara khusus mengkomunikasikan pesan-pesan Islam. Dakwah adalah suatu bentuk usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Keberhasilan ajakannya mencerminkan perkembangan

Islam di masa mendatang, sebab maju dan mundurnya agama terletak pada tangan penganut-penganut-Nya(Santi Indra Astuti, n.d.)

Dalam perkembangan teknologi komunikasi digital, tentu mengubah pola-pola komunikasi yang baru dalam kehidupan masyarakat. Maka dakwah dituntut untuk mampu mengembangkan strategi dan metode baru guna mengantisipasi perubahan pola-pola komunikasi yang ada.

Dalam perkembangan media khususnya radio, metode dakwah dan model komunikasi yang dilakukan melalui media massa perlu diadaptasikan dengan karakteristik media baru, khususnya media digital guna menyesuaikannya dengan pola komunikasi audiens dari media baru tersebut.

Ditambah lagi, adanya aplikasi-aplikasi media sosial yang ikut membantu dalam penyiaran program-program siaran radio. Sama halnya dengan media massa lainnya, pada dasarnya radio mempunyai fungsi penerangan, fungsi pendidikan dan fungsi hiburan. Selain itu juga radio merupakan sebuah alat elektronik yang murah, baik dari pemancaran maupun bagi audiennya.(Santi Indra Astuti, n.d.). Sekalipun radio hanya bersifat auditif yang hanya bisa didengarkan, tetapi radio mampu menjalankan fungsinya melalui program-program siaran yang bervariasi seperti berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, talk show dan lain-lain.

Suara Gontor (Suargo) FM merupakan radio dakwah yang dimiliki oleh Pondok Modern Darussalam Gontor. Berbagai program siaran khususnya siaran dakwah telah di siarkan oleh stasiun radio Suargo FM.

Demi terciptanya masyarakat yang Islami, radio Suargo FM, menyiarakan

informasi yang berupa program dakwah Islam seperti kultum pagi, khazanah Islam pagi, kultum sore dan kultum malam setelah maghrib. Selain itu, terdapat program siaran yang berisi kata-kata mutiara Islami, tafsir dan hadist yang direkam dan diputar disela-sela program dakwah.

Disamping itu, segmentasi program dakwah di radio Suargo fm juga lebih banyak dibandingkan hiburan, informasi, iklan, seperti terlihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 1. Obyek Pendengar Radio Suara Gontor**

No	Obyek Pendengar Radio Suara Gontor FM						Segmentasi Program	%
	Segmentasi	% Usia	% Pendidikan	% Jenis Kelamin	%			
1	Bawah	30 <20 Tahun	15 SD	30 Pria	50	Hiburan	25	
2	Menengah	40 20-30 Tahun	30 SMU	40 Wanita	50	Informasi	25	
3	Atas	30 30-40 Tahun	30 Sarjana	30		Dakwah	30	
4		40-50 Tahun	15			Iklan dll	20	
5		>50 Tahun	10					

Sumber: PT. Radio Suara Gontor FM

Dipandang dalam perspektif ilmu komunikasi, untuk membangun sebuah komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan islam, maka terdapat unsur-unsur yang menguatkan, salah satunya yaitu model komunikasi yang merupakan bentuk representasi suatu fenomena, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut (Dedy Mulyana, 2015)

Disamping itu, juga sebagai alat untuk menjelaskan fenomena komunikasi model juga dapat menjadi alat untuk mempermudah penjelasan pesan-pesan tersebut.

Model komunikasi adalah sebuah alat untuk menjelaskan fenomena komunikasi, sekaligus mempermudah peminat komunikasi dalam mengidentifikasi fenomena tersebut. Gordon Wiseman dan Larry Barker mengemukakan bahwa model komunikasi mempunyai tiga fungsi: *pertama*, melukiskan proses komunikasi; *kedua* menunjukkan hubungan visual; dan *ketiga*, membantu dalam

menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi (Deddy Mulyana, 2015)

.Apabila surat kabar memperoleh julukan sebagai kekuatan ke empat, maka radio mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate* (Franciscus, 2013)

.Dengan demikian, radio merupakan salah satu media massa elektronika dimana penyiar (komunikator) berperan sebagai penyampai pesan tersebut. Ditambah lagi, adanya model komunikasi yang berpengaruh dalam membuat pola komunikasi, sehingga dapat menjadi komunikasi yang efektif.

Peneliti bermaksud meneliti model komunikasi radio suara gontor fm dalam menyiarkan program dakwah islam yang bertujuan untuk mengetahui model komunikasi yang di gunakan oleh Radio Suara Gontor FM dalam menyiarkan pesan program dakwah islam serta hambatan yang terjadi dalam melaksanakan model komunikasi tersebut.

### Kajian pustaka

Komunikasi adalah proses linier atau proses sebab–akibat, yang mencerminkan pengirim pesan atau yang biasa disebut komunikator untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku komunikan atau penerima pesan. Komunikasi adalah sebuah proses interaksi untuk berhubungan dari suatu pihak ke pihak lainnya, pada awalnya berlangsung sangat sederhana, dan dimulai dengan sejumlah ide–ide abstrak atau pikiran dalam otak manusia untuk mencari data atau menyampaikan informasi yang dikemas sebagai bentuk pesan untuk kemudian disampaikan secara langsung atau tidak langsung menggunakan bahasa berbentuk kode visual, kode suara, atau kode tulisan. Harold Laswell mendefinisikan komunikasi dengan menjawab pertanyaan berikut :*Who*

*Says What In Which Channel To Whom With What Effect* atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana (Deddy Mulyana, 2015)

Model komunikasi adalah representasi fenomena komunikasi dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting guna memahami suatu proses komunikasi. (Vardiansyah, 2014)

Model merupakan sebuah alat yang digunakan untuk menjelaskan fenomena komunikasi, dan mempermudah penjelasan tersebut. Perkembangan media komunikasi pada era ini, memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat berkomunikasi dengan mudah. Hal ini dapat dikaitkan dengan adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai penyampai pesan. Dalam membangun sebuah komunikasi yang efektif, maka terdapat unsur-unsur yang menguatkan, salah satunya yaitu model komunikasi yang merupakan bentuk representasi suatu fenomena, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. (Deddy Mulyana, 2015)

Harold Laswell, seorang ahli ilmu politik Amerika Serikat pada tahun 1948 mengungkapkan suatu ukgapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa, dan merupakan teori dan model sederhana yang umumnya dipakai untuk mengkaji masalah komunikasi massa. Model ini menggambarkan kecenderungan awal model komunikasi yang menganggap komunikator sangat powerfull, mampu mempengaruhi komunikan, dan menganggap bahwa pesan pasti memiliki efek di dalam diri komunikanya.

Berdasarkan model ini, Laswell menuturkan terdapat lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu :

Komunikator adalah pihak yang

berinisiatif atau yang mempunyai kebutuhan dalam berkomunikasi. Komunikator bisa jadi individu, kelompok, organisasi, perusahaan bahkan suatu negara. Menurut Hafied Cangara, ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni; (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (*kredibilitas*), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*). Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga dapat diterima oleh target sasaran. Daya tarik pada umumnya disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan necis dan postur tubuh yang gagah. Kekuatan adalah kemampuan yang dapat menimbulkan ketundukan. Seperti kredibilitas dan atraksi, ketundukan timbul dari interaksi antara komunikator dan komunikan. Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator dapat “memaksakan” kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumber daya yang sangat penting.

Pesan adalah apa yang disampaikan atau dikomunikasikan komunikator (sumber) kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau yang dimaksud oleh komunikator (sumber). Hafied Cangara mendefinisikan sifat-sifat pesan, yaitu pesan yang bersifat informatif, persuasif dan edukatif. Pesan informatif dapat dibedakan atas dua macam, yakni informasi yang bersifat actual dan informasi yang bersifat umum. Informasi yang actual adalah informasi yang memiliki sifat kebaruan, sementara informasi umum digolongkan dalam kategori publikasi. Pesan persuasif adalah pesan yang menghasilkan perubahan dalam diri komunikan. Pesan edukatif

adalah pesan yang bersifat mendidik yang mempunyai tekanan pada kognitif, afektif, dan psikomotorik (Changara, 2017)

Saluran (media) merupakan alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dalam melakukan pemilihan media komunikasi, Unesco (Changara, 2017)

menyebutkan beberapa petunjuk, yakni: Sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu tempat, dengan cara: (1) Mengumpulkan data tentang sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak stasiun radio, penerbit surat kabar yang beredar di kalangan masyarakat (2) Analisis status sumber daya komunikasi, apakah stasiun TV dan radio yang ada milik swasta atau pemerintah, siapa penerbit surat kabar harian dan mingguan yang ada. (3) Membuat analisis kritis yang dibutuhkan masyarakat terhadap media, informasi apa yang mereka perlukan, dan bagaimana pendapat atau komentar mereka. Kepemilikan media dikalangan masyarakat sasaran, berapa banyak penduduk yang memiliki pesawat televisi, tv kabel, radio dan pelanggan surat kabar. Terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan, apakah semua siaran televisi atau radio dapat diterima oleh pemirsa di suatu provinsi, apakah hanya terbatas di kota atau juga di desa-desa (Changara, 2017).

Komunikan (penerima) Sering juga disebut sebagai sasaran, pendengar, khalayak, yang diartikan sebagai sang penerima pesan dari komunikator (sumber). Hafied Changara mendefinisikan untuk mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat, para peneliti sering kali memulai dengan cara memetakan (*scanning*) karakteristik masyarakat (Changara, 2017).

Ada tiga cara yang bisa digunakan

untuk memetakan karakteristik masyarakat yaitu: (1) Aspek sosiodemografik yang mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan, agama, ideologi, etnis, termasuk pemilikan media. (2) Aspek profil psikologis, mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat, misalnya temperament, tenang, sabar, terbuka, emosional. (3) Aspek karakteristik perilaku masyarakat, mencakup kebiasaan-kebiasaan yang dijalani masyarakat (Changara, 2017).

### **Metode Penelitian**

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam menjalankan proses penelitian ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan teori komunikasi Harold Laswell, dimulai dari Suara Gontor FM sebagai komunikator yang menyampaikan program dakwah islam sebagai pesan melalui radio sebagai untuk memengaruhi pendengar radio Suargo fm yang merupakan komunikator dalam proses komunikasi. Radio Suara Gontor FM memilih komunikator atau penyiar dengan melihat kepada kredibilitas penyiar, daya tarik penyiar, dan kekuatan penyiar sedangkan program dakwah Suargo fm memiliki sifat informatif, persuasif dan edukatif yan disiarkan melalui media radio sebagai media utama dan media internet sebagai media tambahan dengan target sasaran masyarakat yang dipetakan melalui aspek sosiodemografik dan aspek karakteristik.

Objek dalam penelitian ini adalah PT. Radio Suara Gontor FM yang berlokasi di Pondok Modern Darussalam Gontor Pusat, Ponorogo-Jawa Timur, Indonesia.

Dalam proses penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif. Yaitu suatu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dan dilakukan

dengan proses penelaahan, pengurutan dan pengelompokkan data untuk menarik kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2012)

terdiri atas empat tahap, yaitu: (1) Reduksi Data, (2) Display Data, (3) Penarikan Kesimpulan (4) Keabsahan Data.

### **Hasil Dan Pembahasan Penelitian**

Radio Suara Gontor FM merupakan komunikator yang menyampaikan program dakwah islam sebagai pesan melalui radio untuk memengaruhi pendengar radio Suargo FM yang merupakan komunikator dalam proses komunikasi.

### **Penyiar Radio Suargo FM**

Penyiar radio Suargo fm merupakan guru yang sedang mengabdi dan telah belajar di Gontor selama kurang lebih empat tahun. Pemilihan komunikator atau penyiar di radio Suara Gontor FM (Suargo fm) dilakukan dengan cara pengajuan nama guru atau ustaz yang sedang mengabdi di pondok Gontor kepada staff pengasuhan santri yang kemudian dimusyawarahkan dengan pimpinan pondok Gontor. Nama yang diajukan kepada staff pengasuhan diseleksi terlebih dahulu dengan melihat kepada kriteria seperti memiliki loyalitas dan *basic skill* dalam menyampaikan berita ataupun dakwah islam.

Loyalitas melihat kepada kepatuhannya dalam menerima dan menjalankan arahan dari atasan, konsisten dalam menyiarkan program acara, dan aktif dalam mengerjakan segala hal yang berkaitan dengan proses penyiaran. Sedangkan *basic skill* sorang penyiar Suargo fm adalah cakap dalam memilih milih kata yang akan diucapkannya dan kreatif ketika

menyiarkan berita ataupun program dakwah, memiliki *skill public speaking* yang baik, mempunyai suara yang khas, tidak cempreng (terlalu tinggi dan tidak enak didengar), menguasai Bahasa Arab dan Ingris, serta ahli dalam membawa suasana.

Oleh karena itu, Penyiar radio Suargo fm memiliki pengetahuan yang dalam tentang agama dan dakwah ketika menyiarakan program dakwah islam. Hal ini dikarenakan mereka merupakan alumni atau tamatan dari pondok pesantren Gontor dan masih mengajar di sana.

Data-data tersebut sesuai dengan teori yang digagas oleh Hafied Changara tentang memilih dan menetapkan komunikator dalam bukunya perencanaan dan strategi komunikasi, yakni:

*Pertama*, tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya atau bisa disebut dengan kredibilitas. Untuk penyiar radio suara gontor fm, harus merupakan seorang guru atau ustadz yang mengajar di pondok modern Darussalam Gontor yang sudah mendapat kepercayaan dari pimpinan pondok. Hal ini dikarenakan, ustadz atau pengajar adalah alumni lulusan pondok modern Darussalam Gontor yang telah menyelesaikan masa studinya kurang lebih enam tahun di pondok tersebut yang memiliki pengetahuan agama, pengalaman dalam berdakwah dan memiliki adab sopan santun terhadap masyarakat.

Kredibilitas yang dimiliki oleh penyiar Suargo fm dalam menyiarakan program dakwah islam sesuai dengan penelitian Zulfikar Yufi Ramadhan (Ramadhan, Maruta, & Satvikadewi, 2019)

yang menjelaskan bahwa salah satu penyiar di radio yang bernama Widi Ariyani merupakan penyiar yang memenuhi kriteria Derived & Terminal Credibility dan dinilai

paling kredibel ditinjau dari pengalaman, pendidikan, dan attitude.

*Kedua*, Daya tarik (*attractive*) yang ditampilkan oleh komunikator, atau penyiar dapat menarik rasa simpati khalayak. Penyiar radio Suara Gontor FM memiliki daya tarik berupa cakap dalam memilah milih kata-kata yang akan diucapkan ketika menyiarakan dakwah dan keahlian dalam membuat kreasi yang diterapkan ketika menyiarakan dakwah, serta keahlian dalam membawa suasana di saat tertentu. Penyiar melakukan komunikasi searah yang dilakukan saat tidak berada di blok interaktif, komunikasi dua arah dengan memperhatikan durasi siar sehingga tetap pada koridor efektif dan efisien namun tetap menghibur, bahasa dan pola tutur yang digunakan menyesuaikan dengan segmentasi, komunikasi secara dinamis dalam suasana menghibur, menyelipkan mutiara hikmah dalam pola komunikasinya, dan menyapa pendengar dengan kata *ikhwan akhwat*. (Gontor FM, 2007)

Fitriyana selaku salah satu pendengar radio Suara Gontor Fm (Wawancara, 2 April 2019) menyatakan tertarik dengan penyiar radio Suargo fm karena memiliki wawasan luas tentang agama dan menyampaikannya dengan ciri khas bahasa yang santun, mudah dimengerti agar dapat memberikan daya tarik dan kesan positif bagi pendengar.

*Ketiga*, adalah Kekuasaan atau kemampuan yang dapat menimbulkan ketundukan. Seperti kredibilitas dan atraksi, ketundukan timbul dari interaksi antara komunikator dan komunikasi (Effendy, 2016)

. Radio suara gontor fm memiliki kriteria seperti kredibilitas, dan daya tarik dan dilanjutkan dengan kekuasaan. Kekuasaan seorang penyiar di Suargo fm sesuai dengan beberapa jenis yang diutarakan oleh French dan

Raven (Effendy, 2016)

, yakni : (1) Kekuasaan keahlian, seperti memiliki pengetahuan, pengalaman, keterampilan dalam menyiarkan yang merujuk kepada dalatar belakang seluruh penyiar yang merupakan guru pondok pesantren Gontor yang masih aktif dalam mengajar dan berdakwah serta memiliki *skill public speaking* yang baik, pandai berbahasa Arab dan Inggris. (2) Kekuasaan Informasional, seperti pengetahuan atau informasi baru yang didapat oleh penyiar saurgo fm, hal ini dikarenakan fasilitas yang diberikan perusahaan kepada penyiar berupa komputer dan internet sehingga memungkinkan untuk dapat mengakses informasi atau pengetahuan baru.

### Program Siaran Suargo FM

Program acara di Suargo fm tidak sepenuhnya dakwah islam, seperti program acara bernama, *UMMI*, *Sakinah*, *Keep Smile*, *Jelajah* dan *Coffee Break* yang berisikan berita umum. Akan tetapi, ada program khusus dakwah yang diberikan dalam bentuk segmen acara khusus seperti kultum pagi & petang, *Shobahal Khair*, *Memori*, *Tabassam*, *Sehati* dan program acara dakwah mingguan seperti dialog interaktif, *tahsin qiro'ah* Gontor News, dan Gontor Translate. Disamping program-program khusus tersebut, terdapat juga pesan dakwah seperti hikmah-hikmah kehidupan muslim, *khazanah-khazanah* islam yang diselipkan di jam-jam dan menit-menit tertentu dan juga terdapat rekaman mutiara-mutiara hikmah, hadis nabi, tafsir qur'an, dan *khazanah* islam yang disisipkan antara lagu selama program tersebut disiarkan.

JADWAL DAN MATERI SIARAN HARIAN DAN MINGGUAN SUARGO FM				
Tahun 1439-1440/2018-2019				
No	Acara	Waktu	Lagu	Item
1	<i>Kultum Pagi</i>	4.30 - 5.30	Ceramah record	Ceramah record
2	<i>Shobahal Khair</i>	05:30 - 07:00	Nasyid	Islam today
3	<i>Ummi</i>	07:00 - 09:00	Pop Indo Baru	Tips & menu masakan nusantara
4	<i>Sakinah</i>	09:00 - 11:00	Dangdut	Keluarga Sakinah & Berita Umum
5	<i>Memori</i>	11:00 - 13:00	Nostalgia Indo & Manca	Intisari Kehidupan
6	<i>Keep Smile</i>	13:00 - 14:00	Jazz & Bossanova	Fakta dan Realita masa kini
7	<i>Gontor News*</i>	13:00 - 15:00	Lagu Pondok	Tentang PPMDG
8	<i>Gontor Translate*</i>	13:00 - 15:00	Lagu Inggris & Arab	Pembelajaran Bahasa Inggris dan Arab
9	<i>Jelajah</i>	15:00 - 17:00	Lagu Mancanegara	Jelajah Pariwisata & Traveling
10	<i>Nuansa Petang</i>	17:00 - Mgb	Ceramah record	Ceramah Hikmah Petang
11	<i>Sehati</i>	18:00 - Selesai	Ceramah Live	Ceramah Sentuhan Hati
12	<i>Dialog Interaktif*</i>	18:00- Selesai	Ceramah & Tanya Jawab	Ceramah & Tanya Jawab
13	<i>Tahsin Qiro'ah*</i>	18:00- Selesai	Bacaan Al Qur'an Live	Pembelajaran Al Qur'an Live
14	<i>Tabassam</i>	19:00 - 20:30	Nasyid	Mutiara Hidup & Profil Nasyid
15	<i>Coffe Break</i>	20:30 - 22:00	Pop Indo baru & lama	Berita Umum
16	<i>Kopi Faith</i>	22:00 - 23:30	Nostalgia Indo	Intisari Kehidupan
17	<i>Ceria</i>	08:30 - 10:00	Anak - anak	Cerita anak - anak

Sumber: PT. Radio Suara Gontor FM

Berikut uraian program-program (*programming*) dakwah harian berdasarkan hasil wawancara: (1) program dakwah kultum yang disiarkan setiap pagi dan petang. Program ini merupakan program dakwah yang berisi tentang ceramah oleh ustaz-ustadz ataupun ulama-ulama yang sudah masyhur dikalangan masyarakat seperti aa'gym, KH. Zainuddin MZ, dan lain sebagainya. Kultum ini diputar melalui rekaman suara atau dalam bentuk mp3 dengan durasi antara setengah jam sampai dengan satu jam (2) dalam program *shobahal khair*, penyiar menyiapkan konten yang telah dipilih yaitu berupa informasi *khazanah* islam, dan berita islam. *Khazanah* menurut kamus besar bahasa Indonesia artinya kekayaan. Dengan demikian informasi *khazanah* islam yang disampaikan oleh radio suara gontor fm dalam acara tersebut adalah berupa informasi tentang kekayaan peradaban islam sejak datangnya islam, hingga sekarang. Selanjutnya pesan yang berupa berita islam yang juga disampaikan dalam segmen ini, merupakan sarana informasi kepada pendengar terhadap islam yang *up to date* (3) Program *Memori*, adalah program dakwah yang menghadirkan

pesan-pesan hikmah kehidupan dan juga kisah-kisah serta intisari kehidupan seorang muslim dan merupakan pengetahuan bagi pendengar terhadap wawasan islam. Disiarkan pada pukul 11.00 siang wib yang diiringi dengan lagu-lagu nostalgia tahun 80 dan 90 (4) Program *Sehati* yang disiarkan pada pukul 18.30 -19.00 petang. Menghadirkan narasumber dari ustadz-ustadz atau guru gontor yang sudah menyelesaikan studi s1 nya. Program ini berdurasi setengah jam dengan dipandu langsung oleh penyiar radio suara gontor fm. (5) Program dakwah *Tabassam*. Segmen ini merupakan gabungan dari konten acara shobahal khoir dan memori, yakni berupa khazanah islam, mutiara hikmah. Akan tetapi, disajikan dalam bentuk kisah-kisah nabi, kisah-kisah sahabat dan kisah-kisah muslim lainnya. Pada segmen ini, penyiar menyampaikan kisah-kisah rasul yang disertai dengan tafsir qur'an dan hadis nabi. (6) Program *dialog interaktif*. Program ini adalah program acara dakwah mingguan yang disiarkan setiap hari Jum'at setelah maghrib dengan mengundang narasumber dari ustadz atau guru yang sudah memiliki keahlian atau pakar dalam bidang tertentu dalam islam seperti fiqh, hadis, dan tafsir qur'an. Dalam program ini narasumber menyampaikan materi terlebih dahulu dan di akhir sesi akan dibuka termin pertanyaan bagi para pendengar yang ingin menanyakan hal terkait materi yang telah disampaikan. (7) Program *Tahsin Qiro'ah*. Program ini merupakan program pembelajaran Al-Qur'an yang disiarkan setiap hari Minggu dan Rabu dengan mengundang narasumber dari santri atau ustadz pondok Gontor yang ahli dalam membaca Al-Qur'an (8) Program *Gontor News* yang disiarkan setiap hari Minggu dan Rabu pada pukul 13.00 sampai dengan 15.00.

program ini berisikan tentang informasi terbaru yang berkenaan dengan pondok Gontor (9) Program *Gontor Translate*. Program ini merupakan program pembelajaran bahasa Arab dan Inggris yang disiarkan setiap senin siang dengan mengundang pakar atau ahli bahasa dari ustadz atau guru. Dengan tujuan agar dapat mengamalkan ilmu yang telah didapat dan juga dapat memberikan wawasan bahasa asing kepada pendengar sekaligus memotivasi mereka dalam belajar bahasa. Begitu pula dengan program-program lainnya, yang memiliki tujuan untuk menambah wawasan sekaligus memotivasi pendengar dengan pembelajaran dan kajian-kajian keagamaan.

Pesan dakwah radio Suargo fm tidak hanya disampaikan melalui program acara khusus seperti yang telah disebutkan di atas, tetapi ada pula yang berupa pesan-pesan singkat yang berdurasi antara 30 detik sampai dengan 1 menit disebut dengan rekaman singkat mutiara hikmah dan khazanah islam.

Teknik penyampaian pesan yang disiarkan oleh radio suara gontor fm dari program dakwah harian dan program dakwah mingguan sesuai dengan yang telah disebutkan oleh Hafied Changara yaitu: (1) Pesan yang bersifat informasi, seperti dalam program acara shobahal khoir dan tabassam. (2) Pesan yang bersifat persuasif dengan memakai teknik penyusunan pesan yang penuh dorongan (*motivational appeal*) seperti yang terdapat pada program acara kultum, memori, kopi faith, sehati, dan dialog interaktif dan mutiara hikmah (3) Pesan yang bersifat edukatif, seperti yang terdapat pada program acara tahsin qiro'ah, dialog interaktif dan Gontor translate.

### Media Penyiaran Radio Suargo FM

Suargo FM menggunakan radio sebagai media utama dalam menyiarkan program dakwah islam, selain itu terdapat beberapa media lain yang digunakan radio Suargo fm dalam menyiarkan program dakwah islam. Suargo fm tidak hanya mengandalkan media radio dalam menyampaikan dakwah islam, tetapi juga media internet seperti *facebook*, *Instagram* dan *twitter*, *website*, bahkan *on demand* yang melalui aplikasi *handphone* dalam menyiarkan program dakwah islam., hal ini dikarenakan radio kurang cukup luas untuk menjangkau pendengar yang tidak hanya berada di kota Ponorogo, akan tetapi dengan tambahan bantuan media internet, pesan dakwah yang disiarkan akan jauh lebih luas.

Media diatas dilakukan dengan cara melihat kepada khalayak atau pendengar dan juga melihat kepada kebutuhan terhadap jangkauan. Sementara itu, perihal mengukur jangkauan dalam penyiaran media radio, Suargo fm melakukan observasi dalam bentuk terjun langsung ke lapangan dimana tempat titik terakhir radio tersebut masih dapat terdengar dengan menggunakan radio elektronik.

Pendegar dapat mendengarkan radio suara gontor fm melalui via streaming aplikasi Suargo fm karena jangkauan radio tidak dapat mencapai daerah tempat tinggalnya. Selain dari streaming di aplikasi *Play Store*, pendengar dapat mengetahui kabar atau informasi tentang Suargo fm melalui website : fm.gontor.ac.id dan media sosial seperti facebook : @Suara Gontor FM, instagram : @ Suargo fm, twitter:@Suargo fm, dan whatsapp : 0812 3033 8383.

Agar pesan dakwah dapat menyebar luas tanpa adanya batas jangkauan pada pengguna radio, Suargo fm menyiarkan

program dakwah melalui internet atau dapat digolongkan sebagai media baru (new media). Media baru (Internet) adalah hasil rekayasa dari pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Sedangkan media lama dapat diuraikan dalam bermacam-macam bentuk media, salah satunya adalah media elektronik.

Dalam menyiarkan program islam, Suargo fm memilih media dakwah berdasarkan (1) Suargo fm melihat kepada kepemilikan media di kalangan masyarakat, berapa banyak yang menggunakan media internet dan media lainnya (2) Mengetahui jangkauan siaran radio apakah dapat diterima oleh pemirsa di suatu provinsi atau hanya terbatas di kota-kota dan juga di desa-desa.

### Pendengar Radio Suargo FM

Adifa selaku CEO radio Suargo fm menjelaskan bahwa target sasaran Suargo fm dari program dakwah adalah masyarakat pada umumnya, namun dikelompokkan ke berbagai segmentasi seperti kelompok yang mencakup usia, jenis kelamin, dan juga pekerjaan. (Wawancara, 9 Maret 2019)

Adapun Nida selaku penyiar radio Suargo fm menerangkan bahwa Suargo fm memetakan pendengar dengan memasukkan semua segmen acara kepada segala karakteristik masyarakat dan selanjutnya dilakukan dengan membuat perkiraan waktu dan program acara yang tepat. (Wawancara, 9 Maret 2019) Misalnya di pagi hari, terdapat program acara UMMI yang menyediakan konten resep masakan dengan menargetkan sasaran pendengar wanita dewasa dengan alasan bahwasanya pagi hari merupakan waktu yang tepat bagi wanita dewasa untuk menyiapkan masakan.

Data diatas sesuai dengan salah satu

aspek sosiodemografik dimana aspek ini mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendapatan, agama, ideologi, etnis termasuk pemilikan Dari aspek tersebut, dijelaskan bahwa dalam pemetaan komunikasi atau pendengar, hanya ada satu poin yang sesuai dengan data di atas, yaitu hanya pada aspek sosiodemografik, yakni hanya mencakup tingkat pendapatan, usia, pendidikan dan jenis kelamin. Disamping itu berdasarkan dokumentasi Suargo FM juga memetakan pendengar dengan aspek status ekonomi sosial (SES) B 10%, C 53%, dan D 19% (Gontor FM, 2007)

Berdasarkan data pemetaan kelompok masyarakat di atas, terdapat hubungan antara komunikasi atau pendengar dengan jenis program dakwah yang disampaikan oleh Suargo fm. Karena akan sia-sia apabila program yang telah dirancang dengan sedemikian rupa dengan menggunakan biaya, waktu dan tenaga akan tetapi mereka tidak tertarik dengan apa yang penyiar sampaikan (Changara, 2017).

Pada program dakwah kultum yang disiarkan pada pagi dan petang, Suargo fm sengaja menempatkan program dakwah tersebut karena melihat kepada kebutuhan pendengar baik yang memiliki usia belasan hingga ke atas atau kelompok remaja sampai dewasa karena pada waktu pagi fikiran pendengar masih jernih setelah bangun pagi dan menyelesaikan solat subuh. Sedangkan kultum petang, sasaran komunikasi yang dituju sama dengan kultum pagi, yakni pendengar yang memiliki usia remaja sampai dewasa dengan alasan bahwa kebiasaan pendengar pada petang hari ialah bersiap-siap untuk menunaikan ibadah shala maghrib.

Program *shobahal khoir* di siarkan pada pukul 05.30 – 07.00 wib. Menargetkan sasaran

pada semua usia, baik itu anak-anak remaja atau dewasa yang akan memulai aktifitas pada pagi hari.

Program Memori menyiarkan tentang hikmah kehidupan pada pukul 11.00 – 13.00 siang dan program Kopi Faith disiarkan pada pukul 22.00 – 00.00 memiliki sasaran usia dewasa yakni 20 ke atas dengan melihat kepada aktifitas pendengar pada pagi menjelang siang hari. Hal ini merupakan waktu yang tepat untuk menyiarkan pesan tersebut karena pada waktu tersebut mayoritas pendengar yang beraktifitas akan beristirahat sejenak pada waktu tersebut. Sedangkan kebiasaan pendengar pada waktu dimana disiarkannya program Kopi Faith adalah istirahat dan ada pula yang bertugas malam hari.

Program harian Sehati yang memiliki konten ceramah langsung dengan narasumber dan program mingguan Tahsin Qiro'ah (Pembelajaran Al-Qur'an langsung) serta dialog interaktif disiarkan pada pukul 18.00 – 19.00 atau setelah maghrib tepat. Hal ini bertujuan agar target sasaran adalah semua umur dengan melihat kepada aktifitas pendengar dimana pada waktu ini, mayoritas pendengar masih berada dalam suasana yang agamis setelah menunaikan shalat maghrib. Selain itu, berbeda dengan program kultum Sehati dan dialog interaktif yang cenderung mengarah kepada pendengar yang memiliki usia remaja sampai dewasa karena materi yang dibahas merupakan hal-hal yang berkaitan dengan syari'at agama islam.

Pada siang hari pukul 13.00 – 15.00, program dakwah mingguan seperti Gontor News (Berita Gontor) yang disiarkan pada hari Minggu dan Rabu serta Gontor Translate (Pembelajaran Bahasa) pada hari senin memiliki target sasaran semua usia. Karena baik anak-anak maupun dewasa dapat memahami pesan yang disampaikan.

Dari hasil data – data di atas, dapat disimpulkan bahwa semua program dakwah yang berada di Suargo fm sejalan dengan aspek sosiodemografik dalam menentukan target sasaran suatu program, aspek profil psikologis yang mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat seperti setia, mempunyai pekerjaan, berpendidikan cukup dan juga aspek karakteristik terkait kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh pendengar.

### **Hambatan Dalam Menyiarkan Program Dakwah Islam**

Dalam menyiarkan program dakwah, terdapat beberapa hambatan yang menyebabkan program tidak dapat tersampaikan dengan baik. Diantaranya adalah (1) hambatan pada penyiar ketika menyiarkan program dakwah. Hambatan yang terjadi pada penyiar di radio Suargo Gontor FM terdapat pada padatnya kegiatan guru di Gontor sehingga terkadang tidak hadir dalam siaran program dakwah dengan jadwal yang telah ditentukan oleh CEO radio Suargo fm. Dalam menangani masalah ini, Adifa selaku CEO Suargo fm memberikan solusi dengan peraturan yang mengharuskan setiap penyiar agar mencari pengganti dari penyiar lain ketika dia mendapatkan kesibukan (2) Hambatan pada penyajian program dakwah dimana penyiar Suargo FM tidak hanya diberikan satu program acara setiap harinya, akan tetapi diberikan dua

atau lebih jam siaran. Hal ini menyebabkan kurangnya persiapan materi dakwah yang akan di sampaikan oleh penyiar sehingga penyampaian pesan dakwah tidak maksimal. Upaya yang dilakukan oleh CEO Suargo fm dalam menangani masalah ini adalah mengharuskan setiap penyiar untuk membuat materi pada setiap program terlebih dahulu dengan melihat durasi siaran sehingga tidak terjadi kekosongan materi dakwah dalam menyiarkan program dakwah (3) hambatan dalam media penyiaran program dakwah dimana media elektronik radio adalah media utama yang digunakan oleh Suargo fm dalam menyiarkan program dakwah. Padamnya listrik merupakan hambatan terbesar dalam menyiarkan program dakwah. Dengan padamnya listrik tentu akan menyebabkan pemancar utama yang dimiliki Suargo fm akan ikut padam. Dengan demikian seluruh aktivitas penyiaran akan berhenti. Sedangkan kurangnya pembaharuan isi konten di media internet seperti *website, Facebook, Instagram, Twitter* menjadi hambatan kedua pada media tambahan Suargo fm. Untuk mengatasi hal tersebut, Suargo FM menggunakan pemancar tambahan dengan menggunakan mesin *genset* untuk dapat menjalankan kembali penyiaran program dakwah. Di samping itu memaksimalkan penggunaan media *internet / online* dan *streaming* dalam menyiarkan program dakwah islam.

### **Kesimpulan**

Penyiar di radio Suargo fm adalah guru yang sedang mengabdi dan mengajar di pondok Modern Darussalam Gontor yang memiliki kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Hal ini dilihat dari latar belakang penyiar yang merupakan guru di pondok Gontor yang pernah belajar minimal empat tahun serta masih aktif mengajar di pondok

tersebut. Dengan begitu penyiar Suargo fm mendapatkan kredibilitas sekaligus memiliki daya tarik karena setiap hari berdakwah dengan mengajar kepada santri dan memiliki kekuasaan pengetahuan tentang agama, *public speaking*, menguasai bahasa Arab dan Inggris, serta memiliki suara yang khas dan tidak terlalu cempreng.

Program dakwah harian yang disajikan Suargo fm diantaranya adalah kultum pagi-petang, shobatal khoir, memori, sehati, dan kopi faith. Adapun program mingguannya seperti tahsin qiro'ah, dialog interaktif, Gontor news dan Gontor translate. Selain program khusus, pesan dakwah juga disiarkan melalui rekaman singkat berupa mutiara hikmah dan khazanah islam yang disisipkan antara menit-menit dan jam-jam siaran. Dengan begitu, teknik penyampaian pesan yang disampaikan oleh Suargo fm dalam menyiaran program dakwah bersifat informatif, persuasif dan edukatif.

Secara keseluruhan, radio Suargo fm menggunakan media elektronik berupa radio sebagai media dalam menyiaran program dakwahnya. Selain itu, terdapat media lain yang membantu sarana penyiaran dakwah tersebut yaitu menggunakan media *internet* sebagai media tambahan seperti media *sosial facebook*, *twitter*, *instagram*, dan aplikasi *streaming* untuk menambah jangkauan luas penyiaran program dakwah.

Radio Suargo fm menargetkan komunikasi dari masyarakat secara umum sebagai pendengar dan secara khusus menggunakan aspek sosiodemografik yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan aspek profil psikologi dengan melihat sikap yang tercermin dari masyarakat, serta aspek karakteristik yang mencakup kebiasaan-kebiasaan yang dijalani

di kehidupan suatu masyarakat. Ketiga aspek tersebut digunakan dalam membuat segmentasi pendengar terhadap setiap program dakwah yang disiarkan secara harian dan mingguan oleh Suargo FM.

Adapun hambatan yang ditemui adalah padatnya kegiatan penyiar yang juga merupakan guru Gontor sehingga tidak dapat hadir dalam siaran program dakwah. Selain itu, kurangnya persiapan materi program dakwah dan padamnya listrik pada saat proses penyiaran program dakwah yang menyebabkan media elektronik yang digunakan (radio) tidak dapat berfungsi seperti biasa serta kurangnya pembaharuan isi konten pada media internet dan media sosial.

Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk CEO Suargo fm agar lebih mempertahankan proses pemilihan penyiar berdasarkan kredibilitas, daya tarik, dan juga kekuatan atau kemampuan dalam bidang dakwah serta mengontrol jalannya penyiaran program dakwah dengan melihat kepada kehadiran penyiar, materi yang disampaikan sekaligus mengontrol jadwal padamnya aliran listrik agar dapat mengantisipasi hambatan.

Untuk penyiar Suargo FM diharapkan dapat menjaga amanat yang di berikan oleh pimpinan pondok yaitu menyiaran program dakwah Islam sesuai dengan jadwal dan mempersiapkan segala materi yang sesuai dengan program yang telah dibuat serta menjalankannya dengan ikhlas lillahi ta'ala.

#### **Daftar Pustaka**

- Changara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Effendy, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Franciscus, T. junior L. (2013). *Pengantar Ilmu Broadcasting & Cinematography*. Jakarta: In

- Media.
- Gontor FM, S. (2007). *Proposal Pt. Radio Suara Gontor Fm.*
- Mulyana, Dedy. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, Z. Y., Maruta, I. A., & Satvikadewi, A. A. . P. (2019). KREDIBILITAS PENYIAR JEJE RADIO 105.1 FM SURABAYA DALAM PROGRAM MARATHON HITS MALAM. Retrieved from <https://jurnal.unTAG-sby.ac.id/index.php/representamen/article/download/1404/1175>
- Santi Indra Astuti. (n.d.). PEMANFAATAN RADIO SEBAGAI MEDIA DAKWAH, JAWABAN ATAS TANTANGAN BERDAKWAH DI ERA GLOBALISASI. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/155867-ID-pemanfaatan-radio-sebagai-media-dakwah-j.pdf>
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Vardiansyah, D. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Bogor: Ghalia Indonesia.

