

Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar

Khoerul Bakhri

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
arultok81@gmail.com

Abstrak

Radio merupakan salah satu media massa konvensional dengan karakteristik tertentu yang tetap eksis ditengah masyarakat, meskipun sudah memasuki era digital. Salah satu radio dengan karakter dakwah yang tetap eksis di masyarakat adalah radio Dakwah Islam Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi radio Dakwah Islam Semarang dalam meningkatkan jumlah pendengarnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari hasil wawancara dan observasi selama periode November – Desember 2019. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan radio Dakwah Islam Semarang dalam meningkatkan jumlah pendengarnya adalah menentukan khalayak sasaran, penyusunan program acara yang sesuai khalayak sasaran, pembawaan penyiar yang lembut dan penggunaan media internet sebagai penunjang dalam menyampaikan isi siaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi yang digunakan radio Dakwah Islam Semarang saling memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Temuan dalam penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran bagi pengembangan strategi radio dakwah.

Kata Kunci: *Strategi; Radio; Dakwah; Pendengar*

Diterima : 07-07-2020, Disetujui : 29-07-2020, Dipublikasikan : 31-07-2020

Strategi of Radio Dakwah Islam Semarang in Improving Listeners

Abstract

Radio is one of the conventional mass media with certain characteristics that still exist in the midst of society, even though it has entered the digital era. One of the radio with propaganda characters that still exist in the community is the Islamic Da'wah radio in Semarang. This study aims to analyze the Semarang Islamic Da'wah radio strategy in increasing the number of listeners. The method used in this study uses a descriptive qualitative approach. Data obtained from interviews and observations during the period November - December 2019. The research findings show that the strategy used by the Da'wah Islam Semarang radio in increasing the number of listeners is to determine the target audience, the preparation of programs according to the target audience, the soft nature of the announcer and the use of media internet as a support in delivering broadcast content. The results of the analysis show that the strategy used by the Islamic Da'wah radio in Semarang is interrelated with one another. The findings in this study are expected to contribute to the development of da'wah radio strategy

Keywords: *Strategy; Radio; Dakwah; Dakwah; listeners.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah banyak membawa perubahan dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah perkembangan media yang begitu pesat, sehingga memberi kemudahan pada khalayak umum dalam mendapatkan hiburan dan informasi. Perkembangan dan kemajuan media massa dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi (Ahmad, 2015). Masyarakat sejatinya bergantung pada informasi, bahwa informasi yang dibutuhkan oleh manusia adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Kebutuhan tersebut berkaitan erat dengan media massa, baik media massa cetak maupun elektronik. Salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat dan ditunjang dengan teknologi adalah radio.

Radio merupakan salah satu media penyiaran komunikasi tertua dan paling bersejarah. Pada tahun 1887 J.C. Maxwell dan Helmholtz Hertz pertama kali berhasil membuat gelombang radio. Penemuan itu terus berkembang dan menjadi media massa yang sampai sekarang masih dipercaya masyarakat (Morissan, 2008). Keberadaan radio cukup memiliki posisi yang strategis, hal tersebut karena radio mempunyai keistimewaan dibanding dengan media massa lainnya. Radio dapat memindahkan informasi dari sumber kepada pendengarnya dalam waktu yang cepat. Selain itu radio dapat membantu orang lebih kreatif berimajinasi sebebas-bebasnya, mengembangkan daya nalar ke berbagai penjuru, sehingga berhasil menemukan suatu pemikiran yang cemerlang dan stabil.

Media radio juga dianggap memiliki kelebihan disbanding dengan media lain, hal ini disebabkan tiga faktor, yakni: pertama, radio siaran sifatnya adalah langsung. Untuk mencapai sasarannya suatu program yang disampaikan oleh media radio tidaklah mengalami proses yang kompleks. Kedua, siaran radio tidak mengenal jarak dan waktu. Ketiga, siaran radio mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan oleh sifatnya yang serba hidup. Hal ini berkat ketiga unsur yang ada pada media radio, yakni: musik, kata-kata, (tentunya kata-kata yang disampaikan oleh seorang penyiar) dan efek suara.

Penyiar menjadi salah satu bagian penting dalam radio. Dalam media massa berbasis audio, yang mempengaruhi massa adalah komunikator atau penyiar. Itulah sebabnya keterampilan penyiar dalam menyampaikan sebuah siaran sangat diperlukan karena kemampuan bersiaran akan menimbulkan kedekatan dengan pendengar. Selain itu, kemampuan penyiar yang baik akan menghasilkan kemenarikan program siaran yang disampaikan.

Pada era globalisasi, dakwah seakan menciptakan tuntutan baru bagi agama. globalisasi menjadikan agama harus bisa beradaptasi. Hal itu berkaitan dengan ajaran Islam yang harus menerangkan nilai diberbagai dimensi kehidupan. Ketika zaman berkembang semakin modern, bisa jadi semakin kompleks persoalan manusia. Manusia tidak sanggup mengantisipasi kemajuan teknologi yang menjadikan timbulnya perubahan- perubahan sosial (Puteh, 2006). Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan yang sangat besar. Perubahan yang terjadi

mampu merubah cara berpikir, bertingkah laku, dan sikap seseorang. Oleh karena itu, dakwah akhirnya merambah ke dunia radio.

Berdirinya Radio Dakwah Islam Semarang (Dais) salah satunya dilatarbelakangi karena melihat fenomena - fenomena remaja dan anak muda zaman sekarang yang mulai terkikis akan nilai-nilai, norma, dan kepedulian terhadap nilai budaya Islam. Radio ini berbeda dengan radio lainnya, radio ini seluruh siarannya berupa dakwah yang menyesuaikan karakteristik masyarakat Muslim Jawa Tengah.

Keberhasilan media penyiaran tergantung bagaimana manajemen di dalamnya (Morissan, 2008). Agar siaran radio Dais lancar dan efektif maka perlu pengelolaan. Media penyiaran hendaknya memiliki manajemen penyiaran yang baik supaya bisa meningkatkan kualitas di dalamnya. Siaran di radio Dais harus bisa memberikan sesuatu yang menarik agar masyarakat tertarik. Sampai saat ini radio Dais Semarang masih mempertahankan karakteristiknya untuk menyiarkan program siraman rohani atau dakwah. Kebutuhan rohani sangat diperlukan untuk menyeimbangkan kehidupan manusia. Ditambah lagi radio memiliki sifat yang fleksibel dan bisa didengarkan dimana saja. Oleh sebab itu penelitian ini sangat penting dilakukan. Hasil temuan penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi radio-radio sejenis radio dakwah bisa menemukan strategi komunikasi dalam meningkatkan bahkan mempertahankan jumlah pendengar.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi selalu terjadi dalam atau melalui ruang. Komunikasi mengenal betul

bahwa komunikasi mempunyai konteks-konteks, apakah terjadi dalam sebuah organisasi, kelompok atau dalam sebuah kumpulan *audience* yang disebut sebagai massa (Mulyana, 2007). Adapun ruang atau tempat yang dimaksud merupakan dimensi penting strategi komunikasi. Dalam ruang atau tempat tidak hanya berupa lokasi terjadinya komunikasi namun juga menjadi proses komunikasi. Strategi komunikasi adalah sesuatu yang dikerjakan dan diusahakan demi kelancaran komunikasi atau dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan strategi komunikasi merupakan bentuk atau rangkaian tindakan yang direncanakan dan diperhitungkan dengan baik untuk sampai pada tujuan (Prasanti & Fuady, 2017).

Strategi komunikasi merupakan perpaduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003). Strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu: *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan, *To establish acceptance* – membina penerimaan pesan, *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan (Effendy, 2003).

Komunikasi massa merupakan salah satu bidang kajian dalam ilmu komunikasi. Komunikasi massa adalah komunikasi yang pesan-pesan dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Batasan komunikasi massa ini lebih menitikberatkan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, dan media massa (seperti koran, majalah, radio, tv

dan film). Komunikasi massa atau *mass communications* diartikan sebagai salurannya (Wiryanto, 2000). Jadi komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang menggunakan media atau saluran dalam penyampaian pesan. Komunikasi massa adalah proses komunikasi dengan menggunakan media massa seperti surat kabar, radio, televisi, internet, dan sebagainya sebagai saluran (Suryanto, 2015). Hal ini sejalan dengan definisi sebelumnya bahwa komunikasi massa adalah komunikasi menggunakan media dalam penyalurannya.

Komunikasi massa dapat didefinisikan dalam tiga ciri: *Pertama* Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim. *Kedua* pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk mencapai sebanyak mungkin audiens secara serempak dan sifatnya sementara. *Ketiga* komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks dengan biaya yang besar. Media massa berfungsi sebagai sebagai informasi, sosialisasi, motivasi, bahan diskusi, pendidikan, memajukan kebudayaan, hiburan. Salah satu pendefinisian komunikasi yang mengarah pada komunikasi massa adalah berpijak pada definisi Haroll D. Lasswell. Teori komunikasi Harold D. Lasswell berpandangan bahwa komunikasi omunikasi adalah “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Wiryanto, 2000).

Salah satu jenis komunikasi massa adalah komunikasi menggunakan radio. Radio merupakan teknologi yang menggunakan cara modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik yang melintas

dan juga merambat melalui udara. Dapat merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan sebuah medium pengangkut, seperti molekul udara. Berbeda dengan media cetak, pembaca bisa mengulang bacaan yang sudah dibaca bahkan untuk beberapa kali. Tetapi radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

Salah satu dimensi penting yang ada di radio adalah penyiar radio. Penyiar adalah orang yang mengawal acara hingga berjalan lancar (Margono, 2017). Penyiar bertugas menyampaikan materi yang dibutuhkan pendengarnya, memutar iklan sesuai dengan jadwal, Sedangkan lagu merupakan selingan dalam menyampaikan materi, kecuali acara yang berformat request dimana penyiar harus memutar lagu dan yang diminta oleh pendengarnya (Margono, 2017).

Seorang penyiar harus memiliki tingkat ketajaman analisa dan cara membahas topik, materi kata pembuka/sapaan/penutup, kata-kata yang menjadi ciri khas, serta tingkat keberanian dalam mengungkapkan kebenaran. Perhatian seorang penyiar mungkin akan tersita pada banyak hal, akan tetapi fokus utamanya saat tampil adalah menjaga kontinuitas acara (tanpa *blank/dead-air*), melakukan interaksi dengan *audience* dan meninggalkan kesan bagus, menghubungkan antara satu komponen acara dengan komponen lainnya, mempersembahkan “*show*” sesuai konsep acara atau perusahaan, mengupayakan agar *audience* tetap setia mendengarkan dan menantikan interaksi berikutnya dengan radio yang bersangkutan.

Seorang penyiar juga harus memiliki karakteristik. Tujuh karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang penyiar, yakni : Kemampuan berbicara artinya menjadi seorang penyiar tidak boleh asal bicara harus ada pengontrolan supaya bisa menjadi merdu. Kualitas yang diperlukan seorang penyiar menggunakan kualitas suara perut serta pengaturan intonasi sangat diperlukan. Kemampuan membaca, membaca yang dimaksud adalah membaca naskah (skrip). Bakat menulis naskah siaran tidak harus dimiliki oleh penyiar. Namun terkadang ada sedikit kendala yang menjadikan penyiar juga harus menulis naskahnya sendiri. Penyiar harus mampu menyesuaikan diri, sebab dalam pekerjaannya ditempatkan dalam bentuk tim dan oleh karenanya harus bisa menyesuaikan diri dengan pekerjaannya. Penyiar harus memiliki wawasan supaya saat siaran tidak hanya "say hallo" tetapi juga ada improfisasi-improfisasi pengetahuan agar pendengar lebih tertarik. Untuk bisa menambah wawasan bisa dengan banyak membaca buku. Penyiar juga harus humoris dan bahkan harus punya bakat humoris. Sebab, ada program siaran yang berunsur komedi serta tujuan dari radio adalah sebagai hiburan. Paham dan tahu tentang musik untuk menjadi seorang penyiar itu perlu. Sebab, meskipun bukan siaran program khusus musik, biasanya jeda siaran diputarkan lagu dengan paham music bisa memutar music sesuai dengan suasana siaran yang dibawa oleh penyiar (Romli & Ni'mal Fata, 2004).

Radio Dais Semarang merupakan radio dakwah, isi pesan yang disampaikan merupakan pesan dakwah. Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah, salah

satu media tersebut yakni Radio. Radio yang merupakan media komunikasi massa mempunyai andil yang cukup besar dalam penyampaian dan penerangan agama kepada masyarakat. Begitu kuatnya media ini sampai dijuluki kekuasaan kelima (*the fifth estate*) setelah surat kabar sebagai kekuasaan keempat. Strategi dengan siaran dapat dihubungkan yakni terdapat pola-pola umum atau perhitungan kebijaksanaan siaran dan langkah-langkah.

Dakwah adalah upaya paling efektif dalam rangka menyebarkan agama Islam. Melalui kegiatan dakwah seluruh pesan-pesan syariat disampaikan kepada manusia. Pada hakekatnya dakwah adalah ajakan kepada yang baik dan mencegah dari yang mungkar, dengan dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Apapun bentuk dakwahnya adalah mengajak kepada kebaikan dan kebenaran, inilah yang dinamakan dengan dakwah. Maddah (materi dakwah) adalah pesan yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits. Allah sendiri memerintahkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang cocok dengan situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak bergeser dari ajaran Islam (Supena, 2007).

Secara global bahwa materi dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, yakni : Masalah keimanan (akidah) masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Dari akidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Selain tentang tauhid, materi tentang akidah Islamiah terkait dengan ajaran tentang adanya malaikat,

kitab suci, para rasul, hari akhir, dan qadar baik dan buruk. Masalah syari'ah, syari'ah berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syari'at Islam sangatlah luas dan luwes (fleksibel). Akan tetapi, tidak berarti Islam lalu menerima setiap pembaruan yang ada tanpa ada filter sebaliknya. Masalah Akhlak, ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya (Aziz, 2004).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengamati perilaku apa yang terjadi pada subyek penelitian kemudian dideskripsikan menggunakan kata-kata dan bahasa (Trinoviana, 2017). Lokasi penelitian di Radio Dais 107.9 FM. Lokasi berada di Menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah. Letaknya di Jalan Gajah, Sambirejo Gayamsari, Semarang Jawa Tengah. Rentang waktu penelitian ini dilakukan selama bulan November-Desember 2019. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada informan penelitian. Informan dipilih dengan cara *purposive sampling* yakni menentukan informan penelitian yang didasarkan pada tujuan dan pertimbangan bahwa informan yang dipilih berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian. Selain itu pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipan, dilakukan dengan

cara peneliti mengamati secara langsung pada obyek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen dalam mencapai tujuan komunikasi. Guna mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003). Setelah melakukan penelitian dengan wawancara mendalam dan observasi maka ditemukan bahwa strategi komunikasi Radio Dais Semarang dalam meningkatkan pendengarnya yakni menentukan khalayak sasaran, penyesuaian program acara dengan khalayak sasaran, menyesuaikan pembawaan penyiaran dengan khalayak sasaran, dan penambahan media komunikasi yang berbasis digital.

Teori komunikasi Harold D. Lasswell digunakan sebagai pisau analisis untuk mengkaji temuan penelitian. Harrol D. Laswell berpendapat bahwa komunikasi adalah "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*" (Wiryanto, 2000). Teori ini berpandangan bahwa komunikasi adalah apa yang disampaikan, apa yang dikatakan (pesan), saluran yang digunakan, kepada siapa pesan ditujukan dan apa efek dari pesan yang disampaikan. Teori ini relevan untuk digunakan mengingat akan menjelaskan tentang strategi komunikasi massa dalam meningkatkan jumlah penengarnya.

Sasaran pesan merupakan *To whom* dalam konsep Laswell, artinya kepada siapa pesan yang dalam proses komunikasi ditujukan. Sasaran yang dituju radio Dais untuk menjadi pendengar mereka

adalah semua umat muslim yang mampu menjangkau siaran Dais. Hal ini dinyatakan Karno (57) selaku direktur operasional radio DAIS sebagai berikut :

“..ditujukan untuk semua kalangan dan terutama muslim, jika ada yang non-muslim mendengarkan ya Alhamdulillah,..”. (Karno, 57).

Sasaran pendengar radio Dais ditunjang dengan hadirnya program – program siar yang berbasis Islam.

Isi pesan yang disampaikan radio Dais Semarang dalam program acaranya seluruh siarannya adalah dakwah. Jadi secara langsung semua pesan yang disampaikan oleh penyiar merupakan dakwah. Dakwah pada hakikatnya mengajak atau menyampaikan kebaikan dan berkaitan dengan agama islam kepada orang lain untuk bisa amar ma’ruf nahi mungkar (Andipate, Dawis, Anwar, & Yusuf, 2015). Program siaran Radio Dais menekankan pada siaran dakwah yang dikemas dalam bentuk hiburan. Meskipun Radio Dais Semarang merupakan radio dakwah, tapi unsur hiburan dalam program siaran memiliki porsi yang cukup banyak. Hiburan yang dimaksud dalam bentuk musik gambus, qosidah, arabian, lagu anak-anak islami. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Karno selaku direktur operasional sebagai berikut :

“program siar yang kita rancang itu bersifat dakwah, tetapi kita kemas dalam bentuk hiburan – hiburan seperti gambus Nisa Sabyan yang lagi terkenal, lagu Qosidah, dan lagu – lagu anak Islami”. (Karno, 57).

Kehadiran program acara yang berbasis dakwah ini merupakan konsep

Says What artinya setelah radio Dais menentukan khalayak sasaran yang menjadi pendengarnya maka hadirilah pesan yang akan disampaikan kepada khalayak tersebut.

Who Strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar Radio Dais pada unsur ini dengan lebih memperhatikan pembawaannya, bagaimana menyapa pendengar, membacakan pesan yang masuk, memutar lagu yang diminta pendengar. Radio Dais Semarang memiliki spesifikasi khusus yaitu berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. Tentu saja karakteristik penyiar dalam membawakan program siaran juga pasti berbeda dengan siaran radio pada umumnya. Karena radio dakwah, maka karakteristik harus disesuaikan dengan karakteristik berdakwah yang lemah lembut, sopan tidak memaksa, dan formal. Strategi Komunikasi yang diterapkan pada unsur komunikator adalah menghadirkan penyiar yang menyampaikan isi siaran yang mudah dimengerti dan dipahami oleh pendengar. Selain itu, untuk menarik perhatian pendengar supaya mendengar, penyiar radio Dais menyentuh sisi religi pendengar, yakni penyiar dalam gaya pembawaannya lembut agar mudah menyentuh hati para pendengar.

In which Channel merupakan konsep yang menanyakan media apa yang digunakan dalam berkomunikasi. Radio Dais dalam menyampaikan isi pesannya menggunakan alat-alat siaran radio pada umumnya. Selain itu, Radio Dais menggunakan internet untuk mempublikasikan hasil siarannya. Dalam melayani pendengar yang tidak terjangkau

oleh frekuensi, Radio Dais menggunakan aplikasi *Dais Play* yang dapat digunakan pada *smartphone*.

Selain fokus pada media dengar, Radio Dais menggunakan beberapa media yang mendukung antara lain: Instagram, Grup Whatsapp, Facebook, dan Youtube.

Bagi penggemar Radio Dais disediakan Grup Whatsapp guna mengetahui aktivitas grup dan membagikan kegiatan mereka sehari-hari, informasi, motivasi dan lain sebagainya. Sosial media Instagram dan Facebook juga tersedia untuk radio Dais. Instagram sendiri memiliki pengikut 795 dan 151 unggahan di halaman instagramnya. Sedangkan di akun facebook sendiri sampai tanggal 21 Desember 2019 memiliki 6,044 likes. Di kedua sosial media tersebut, Radio Dais Semarang sering membagikan atau memposting jadwal siaran dimana itu bertujuan untuk memberikan informasi terkait siaran. Tidak hanya itu, di kedua akun tersebut sering membagikan pencapaian yang sudah didapatkan Radio Dais Semarang dan kartu ucapan-ucapan perayaan.

Whit What Effect yakni mengharapkan efek yang dalam penerapan strategi komunikasi ini merupakan tujuan dari strategi komunikasi penyiar, yaitu membuat pendengar nyaman dan tidak jenuh dengan begitu bisa mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah pendengar. Selain itu Radio Dais juga menerima kunjungan dari pendengarnya. Seringkali para pendengar yang memiliki ketertarikan dengan penyiar datang berkunjung ke studio siaran untuk hanya bisa bertemu salam sapa dengan penyiar, ini berarti siaran yang dilakukan oleh penyiar berhasil dan diterima oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Radio Dais Semarang menerapkan beberapa strategi guna meningkatkan jumlah pendengarnya, diantaranya adalah menentukan khalayak sasaran pendengar radio. Khalayak yang ditargetkan menjadi pendengar radio Dais Semarang adalah masyarakat muslim, mengingat radio ini merupakan radio dakwah. Setelah menentukan khalayak sasaran, radio Dais Semarang menentukan program siaran yang cocok untuk masyarakat muslim, hasilnya program siaran yang disiarkan adalah program berbasis dakwah Islam yang dikemas dalam bentuk hiburan.

Selain itu strategi yang digunakan adalah penggunaan penyiar radio Dais Semarang mempunyai sifat karakteristik tersendiri yang berbeda dengan radio lain, yakni pembawaan penyiar yang lembut dan berusaha menyentuh sisi religiusitas pendengar. Untuk menambah pendengar yang tidak terjangkau frekuensi radio Dais Semarang menggunakan media lain yang berhubungan dengan internet. Secara keseluruhan strategi yang digunakan radio Dais Semarang saling berkaitan.

Daftar Pustaka

- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.
- Andipate, A. A., Dawis, M., Anwar, C. R., & Yusuf, M. (2015). *Strategi dakwah perspektif ilmu komunikasi*. Depok: Khalifah Media.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah* (Edisi Revi). Jakarta: Kencana.

- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. In *Citra Aditya*.
- Margono, I. (2017). *Menjadi Broadcaster*. Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera.
- Morissan. (2008). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*.
- Prasanti, D., & Fuady, I. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Di Bandung Barat Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Kawasan Pertanian Di Kaki Gunung Burangrang, Kab.Bandung. *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v11i2.3329>
- Puteh, J. (2006). *Dakwah Di Era Globalisasi (Strategi Menghadapi Perubahan Sosial)*. Yogyakarta: AK Group.
- Romli, A. S. M., & Ni'mal Fata, M. (2004). *Broadcast Journalism : Panduan Menjadi penyiar, Reporter & Skrip*. Bandung: Nuansa.
- Supena, I. (2007). *Filsafat Dakwah : Perspektif Filsafat Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art3>
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.

