

## **PRODUKSI PROGRAM SIARAN DAKWAH RADIO**

### ***THE PRODUCTION OF DA'WAH RADIO PROGRAM***

**Taufik R. Talalu<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> IAIN Sultan Amai Gorontalo, Indonesia, trtalalu@iaingorontalo.ac.id

**Abstract:** *This research aims at finding out to what extent the da'wah program on the radio is produced. The program existence with poor quality production, broadcasters and guest speakers personality who ignore the broadcasting style could result in dissatisfaction of public curiosity about Islamic topics as well as inability to foster public interest in learning Islam. This research is conducted in Radio Selebes Gorontalo using a qualitative method with a case study model. Techniques of data collection are interview and documentation studio. Techniques of data analysis are data collection, data reduction, data display, and drawing conclusion. Findings reveal that Selebes broadcasts three da'wah programs, namely Islam Discovery, Khazanah Islam, and Opus (Obrolan Puasa). Islam Discovery and Khazanah Islam are in the form of infotainment, while Opus is a talk show. These three programs are aired after going through strategic management stages, comprising program plans, program production and purchases, program execution, and program supervision and evaluation.*

**Keywords:** *Da'wah; Radio; Da'wah program*

**Abstrak:** Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana program siaran dakwah diproduksi. Program siaran dakwah yang tidak diproduksi dengan baik, pembawaan penyiar dan narasumber program siaran dakwah yang mengabaikan *broadcast style* menyebabkan keberadaan program siaran dakwah belum bisa memuaskan rasa ingin tahu masyarakat mengenai topik-topik keislaman sekaligus belum dapat menumbuhkan minat masyarakat untuk mempelajari ajaran agama Islam. Penelitian tentang program siaran dakwah ini dilakukan di radio *Selebes* Gorontalo menggunakan metodologi kualitatif dengan model studi kasus. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik wawancara dan teknik studi dokumentasi. Data dianalisis melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Selebes* menyiarkan tiga program siaran dakwah, yakni *Islam Discovery*, *Khazanah Islam*, dan *Opus (Obrolan Puasa)*. *Islam Discovery* dan *Khazanah Islam* berbentuk *infotainment*. Sedangkan *Opus* berbentuk *talk show*. Ketiga siaran dakwah ini mengudara setelah melalui tahapan manajemen strategis program siaran yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program.

**Kata kunci:** Dakwah; Radio; Program siaran dakwah

**PENDAHULUAN**

Media massa digunakan oleh masyarakat dengan alasan ingin mempelajari bagaimana melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak pernah dilakukan dan ingin memuaskan rasa ingin tahu. Alasan lainnya, media massa membuat mereka ingin belajar lebih tentang sesuatu dan bisa mendapatkan ide-ide. *Cognition* (pengetahuan) menjadi dasar atas tindakan ini, salah satu dari empat kategori sistem dalam *uses and gratification* (penggunaan dan kepuasan) selain *diversion* (hiburan), *social utility* (kepentingan sosial), dan *withdrawal* (pelarian).<sup>1</sup> Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui program siaran dakwah radio diharapkan dapat memuaskan rasa ingin tahu masyarakat tentang topik-topik yang berhubungan dengan Islam sekaligus mampu menumbuhkan minat masyarakat untuk mempelajari ajaran agama Islam. Namun, keberadaan program siaran dakwah radio belum dapat memenuhi harapan-harapan ini. Masyarakat masih beranggapan bahwa program siaran dakwah tidak diproduksi dengan baik. Topik dalam program siaran radio disampaikan dengan cara membosankan dan dirujuk dari sumber yang kurang terpercaya. Penyiar dan narasumber yang membawakan program siaran dakwah terdengar tidak enak, seperti sedang membaca informasi dari majalah. Menurut Ardianto, Komala, & Karlinah, pesan yang disusun untuk majalah atau surat kabar akan sulit dimengerti oleh komunikan jika pesan tersebut disampaikan melalui radio. Menyampaikan pesan melalui radio dapat dilakukan dengan menggunakan gaya radio siaran atau *broadcast style* yaitu penyampaian pesan bergaya percakapan atau *conversational style*.<sup>2</sup>

Tema tentang dakwah dan radio telah banyak dibahas dalam berbagai artikel. Bakhri secara khusus mengupas tentang strategi *Radio Dakwah Islam Semarang* dalam meningkatkan jumlah pendengar. Bakhri menemukan bahwa penentuan khalayak sasaran, penyusunan program acara berdasarkan khalayak sasaran, pembawaan penyiar, dan penggunaan internet sebagai media pendukung dalam menyempakan konten siaran merupakan strategi yang diterapkan oleh *Radio Dakwah Islam Semarang* dalam meningkatkan jumlah pendengar. Setiap

---

<sup>1</sup>Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, and Siti Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, ed. Rema Karyanti Soenandar (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007). 24-25.

<sup>2</sup>Ibid. 131.

unsur dalam strategi ini saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya.<sup>3</sup> Lain halnya dengan Risantoso, Thadi, Iqbal, & Syaputri, artikel yang mereka tulis membahas tentang pesan-pesan dakwah dalam siaran *L-Baas 97,6 FM* yaitu pesan tentang akidah, akhlak, dan syariah. Pesan dakwah disampaikan menggunakan bahasa yang ringan dan dikemas dalam suasana yang santai.<sup>4</sup> Temuan penelitian tentang pesan dakwah dikemukakan pula oleh Akbar, RS, & Anugrah. Temuan penelitian mereka menunjukkan bahwa program *Fajar Indah* di *Radio Citra Progo* disampaikan menggunakan metode ceramah yang dibawakan dengan santai oleh dai yang memiliki wawasan tentang al-Quran dan Hadits. Pesan dakwah dalam program dakwah ini berupa akidah, akhlak, dan ibadah.<sup>5</sup>

Artikel yang ditulis oleh Zaini mengungkap tentang format siaran dakwah *PAS FM* sekaligus kelebihan dan kekurangannya. Dialog interaktif dan rekaman merupakan format siaran dakwah yang digunakan oleh radio ini. Kelebihan format dialog interaktif atau diskusi adalah tema yang disampaikan lebih aktual dan dibutuhkan oleh pendengar. Kekurangan format ini, latar belakang narasumber yang berbeda-beda menyebabkan jawaban yang disampaikan kepada pendengar mengenai persoalan yang sama dapat berbeda-beda pula, sehingga menyebabkan pendengar kebingungan. Kelebihan format rekaman, pesan yang disampaikan oleh narasumber lebih luas dan mendalam. Kekurangannya, dengan format ini pendengar tidak dapat menyampaikan pertanyaan atas materi dakwah yang disampaikan oleh narasumber.<sup>6</sup>

Spiritualitas masyarakat Islam dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan program siaran dakwah di radio. Thaib mengemukakan bahwa *Radio Republik*

---

<sup>3</sup> Khoerul Bakhri, "Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar," *SAHAFI Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2020): 51–59, [https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/4608/pdf\\_31](https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/4608/pdf_31).

<sup>4</sup> Muhammad Risantoso et al., "Klasifikasi Pesan Dakwah Pada Radio Siaran L-Baas 97,6 FM," *Jurnal Dawuh* 1, no. 1 (2020): 34–39, <https://siducat.org/index.php/dawuh/article/view/38>.

<sup>5</sup> Faisal Akbar, Syamsuddin RS, and Dadan Anugrah, "Program Fajar Indah Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 1 (2020): 21–38, <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/1863>.

<sup>6</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Radio: Analisis Terhadap Format Siaran Dakwah Di Radio PAS FM Pati," *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 71–94, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2907/2078>.

*Indonesia (RRI) Gorontalo* merupakan media yang bisa dimanfaatkan sebagai sarana peningkatan spiritualitas masyarakat Islam di Gorontalo. Hal ini didasarkan pada eksistensi *RRI Gorontalo* sebagai radio dengan jangkauan paling luas, dan memiliki siaran dakwah yang merupakan salah satu dari sejumlah program siaran yang mendapat perhatian besar.<sup>7</sup> Bagi masyarakat Palu, keberadaan program siaran dakwah di *RRI Palu* memudahkan mereka mengakses pesan-pesan dakwah, sekaligus meningkatkan pemahaman mereka tentang ajaran agama Islam. Melalui program siaran dakwah, masyarakat dapat bertanya mengenai persoalan-persoalan keagamaan yang mereka jumpai.<sup>8</sup>

Saragih mengelompokkan bentuk siaran radio berdasarkan fungsi radio. Fungsi pertama, menyiarkan informasi. Segala bentuk informasi yang mengandung unsur dakwah Islam dapat disebarluaskan dalam bentuk berita-berita mengenai dunia Islam dan ceramah agama Islam. Fungsi kedua, mendidik. Hal ini nampak dalam bentuk siaran khusus dakwah Islam dan sandiwara-sandiwara bertema Islam yang sifatnya mendidik. Fungsi ketiga, menghibur. Hiburan bertema Islam dalam siaran radio dapat berbentuk lagu-lagu, sandiwara, berita yang berhubungan dengan *human interest*, dan tajuk rencana. Fungsi keempat, mempengaruhi. Fungsi ini tercermin melalui bentuk berita radio tentang suasana ibadah haji atau pernyataan ulama mengenai berbagai persoalan. Informasi-informasi ini mampu mempengaruhi umat Islam dalam mengamalkan ajaran agamanya. Berdasarkan pengelompokan ini, radio dipandang sebagai salah satu media komunikasi massa yang sangat efektif dalam menyeberluaskan pesan-pesan dakwah yang mampu membangun sekaligus memperbaiki mental dan spiritual umat Islam.<sup>9</sup>

Munthe berpendapat bahwa radio dalam menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi dakwah harus memperhatikan layak tidaknya pesan yang

---

<sup>7</sup> Erwin Jusuf Thaib, "Efektifitas RRI Gorontalo Sebagai Media Pembinaan Spiritualitas Masyarakat Di Kota Gorontalo," *Farabi* 10, no. 1 (2013): 35–54, <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/view/765>.

<sup>8</sup> Umaira, Ahmad Syahid, and Colle Said, "Dampak Siaran Dakwah Radio Republik Indonesia Palu Dalam Meningkatkan Kehidupan Masyarakat Religius Di Kota Palu," *Jurnal Kolaboratif Sains* 1, no. 1 (2020), <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/jom/article/view/1296>.

<sup>9</sup> M Yose Rizal Saragih, "Dakwah Via Jurnalistik Radio," *an-Nadwah* 25, no. 1 (2019): 64–74, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/view/7481/3337>.

disampaikan kepada pendengar. Kelayakan pesan ditentukan oleh nilai-nilai yang diyakini oleh pendengar. Dalam konteks ini, pesan yang disampaikan merupakan bagian dari ajaran agama Islam. Nilai dakwah dapat dimasukkan dalam program siaran radio tanpa harus menggunakan nama program yang berlabel dakwah. Munthe menyebut tindakan ini dengan infiltrasi atau penyusupan, tindakan yang mungkin saja bisa dilakukan jika berdakwah melalui program siaran radio secara terang-terang tidak memungkinkan.<sup>10</sup>

Kontribusi dan pengaruh radio terhadap perkembangan dakwah di masyarakat sangat besar. Radio memiliki andil, fungsi, dan peran aktif dalam kegiatan dakwah.<sup>11</sup> Sebagai salah satu media elektronik, radio tentu saja dapat dimanfaatkan oleh umat Islam sebagai corong dakwah. Siaran radio yang semakin berkembang berkat pemanfaatan media digital menjadikannya mampu menembus batas-batas wilayah dan waktu.<sup>12</sup> Kegiatan berdakwah menjadi lebih efektif dan efisien dengan radio, ditunjang pula dengan kemampuan dai menggunakan teknik dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi siaran. Dakwah melalui radio disampaikan dalam bentuk ceramah, bimbingan dan penyuluhan, sandiwara, atau forum tanya jawab.<sup>13</sup> Radio menjadikan aktifitas dakwah para dai menjadi lebih mudah, sekaligus memudahkan umat Islam menerima pesan-pesan dakwah. Dengan radio, pesan-pesan dakwah dapat didengarkan sambil menyetir atau sambil memasak.<sup>14</sup>

Artikel-artikel terdahulu belum secara khusus membahas tentang bagaimana program siaran dakwah radio diproduksi. Permasalahan tersebut

---

<sup>10</sup> Muktarruddin Munthe, "Penggunaan Radio Sebagai Media Komunikasi Dakwah," *Jurnal Komunika Islamika* 5, no. 2 (2018), <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika/article/view/3993>.

<sup>11</sup> M Nator, "Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah," *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama* 12, no. 1 (2017): 105–128, <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alAdyan/article/view/1447/1163>.

<sup>12</sup> Juniawati, "Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran Dan Potensi Media Elektronik Dalam Dakwah Islam Di Kalimantan Barat," *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah* 15, no. 2 (2014): 211–233, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/305>.

<sup>13</sup> Fitri Yanti, "Membangun Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah," *Bina' al-Ummah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Komunitas* 7, no. 2 (2012), <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alummah/article/view/577>.

<sup>14</sup> *Republika.co.id*, "Dakwah Melalui Radio Makin Marak," *Republika*, last modified 2015, <https://www.republika.co.id/berita/koran/khazanah-koran/15/03/17/nlcihg-dakwah-melalui-radio-makin-marak>.

menjadi inti pembahasan artikel ini. Pertama, apa saja program siaran dakwah radio? Kedua, bagaimana produksi siaran dakwah radio? Pembahasan atas dua pertanyaan ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan dalam rangka melengkapi kajian tentang dakwah melalui radio, khususnya bagi para peminat kajian komunikasi dan penyiaran Islam.

## METODOLOGI PENELITIAN

Produksi siaran dakwah radio dapat dipahami melalui temuan penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif dengan model studi kasus. Menurut Creswell, pertanyaan penelitian yang dimulai dengan kata “*how*” dan “*what*” menjadi tanda bahwa peneliti menginginkan informasi mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti, sekaligus menjadi salah satu alasan yang mendasari penggunaan metodologi ini.<sup>15</sup> Menurut Stake, studi kasus adalah strategi penelitian untuk menyelidiki secara cermat sebuah program, peristiwa, aktifitas, proses, atau sekelompok individu.<sup>16</sup>

Penelitian tentang produksi siaran dakwah radio dilakukan di *Radio Selebes*. Radio ini mulai beropersi sejak 4 Mei 1989. *Selebes* adalah radio swasta tertua di Provinsi Gorontalo yang masih tetap eksis sampai dengan saat ini. *Tagline* yang digunakan oleh *Selebes* adalah *the best, biggest, and oldest radio station in Gorontalo*. *Selebes* menyiarkan 20 program dengan lebih dari 200 lagu dalam sehari.<sup>17</sup> *Program director, station manager*, dan para penyiar *Selebes* yang mampu memberikan informasi secara mendalam seputar produksi program dakwah dipilih sebagai informan penelitian untuk diwawancarai. Selain mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, studi dokumentasi dilakukan pula untuk mendapatkan data dari berbagai dokumen internal *Selebes* seperti deskripsi program dan *rundown* siaran, jadwal siaran, serta naskah dan rekaman siaran.

---

<sup>15</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014). 76, 97.

<sup>16</sup> John Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010). 20.

<sup>17</sup> Selebesgroup.com, “About Us,” accessed May 19, 2020, <https://selebesgroup.com/about-us/>.

Data yang sudah dikumpulkan, dianalisis secara manual tanpa bantuan *software* analisis data. Selanjutnya, data diurai agar bisa dipahami. Data digabungkan dan diseragamkan dalam bentuk tulisan yang bisa dianalisis, kemudian ditampilkan berdasarkan tema-tema yang muncul. Proses analisis berlangsung sejak awal hingga akhir penelitian. Pada tahap terakhir, penarikan kesimpulan yang sekaligus menjadi jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

## **PROGRAM SIARAN DAKWAH**

Program siaran merupakan satu bagian dari keseluruhan isi siaran radio. Dengan kata lain, siaran radio terdiri dari beberapa program siaran yang menempati *slot* waktu dan durasi tertentu.<sup>18</sup> Djamal & Fachruddin mengelompokkan program siaran menjadi tiga jenis yaitu program hiburan, program informasi, dan program berita. Ketiga jenis program ini dapat diuraikan lagi menjadi program-program yang khusus menggunakan nama program yang beragam, salah satunya *talent show*. Menurut Wahyudi, program siaran dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu program karya artistik dan program karya jurnalistik. Program karya artistik bersumber dari gagasan atau ide perorangan maupun tim kreatif yang diproduksi dengan mengutamakan keindahan dan kesempurnaan. Program musik, program informasi pendidikan, dan program informasi kebudayaan merupakan tiga dari dua belas jenis program karya artistik. Program karya jurnalistik bersumber dari masalah hangat berupa peristiwa atau pendapat yang diproduksi dengan mengutamakan kecepatan dan kebenaran. Jenis program karya jurnalistik adalah berita aktual (siaran berita), berita non-aktual (majalah udara), dan penjelasan tentangan masalah hangat (dialog, monolog, panel diskusi, *current affairs*).<sup>19</sup>

Program radio secara umum terdiri atas dua jenis yaitu program musik dan program informasi. Menurut Masduki, program radio terdiri dari berita radio,

---

<sup>18</sup> Hidayanto Djamal and Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, Dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2013). 149.

<sup>19</sup> Ibid. 152-153.

perbincangan radio atau *talk show*, *infotainment* radio, dan jinggel radio. Berita radio adalah laporan mengenai peristiwa atau argumen penting dan menarik yang diolah berdasarkan kaidah jurnalistik radio. Perbincangan radio atau *talk show* merupakan bentuk program radio yang berisi perbincangan antara pemandu acara dengan satu atau lebih narasumber mengenai topik tertentu. *Infotainment* radio atau majalah udara adalah acara radio yang berisi informasi dan hiburan, atau perpaduan antara musik, lagu, informasi, berita, dan iklan. Sedangkan jinggel radio atau *radio air promo* merupakan gabungan antara musik dengan kata yang diproduksi dengan tujuan untuk mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio.<sup>20</sup>

<b>Nama Program</b>	<b>Waktu</b>	<b>Bentuk Program</b>	<b>Deskripsi Program</b>
<i>Islam Discovery</i>	Jumat, jam 09:00 sampai 12:00 Waktu Indonesia Tengah (WITA)	<i>Infotainment</i>	Berita atau informasi tentang dunia Islam diselingi lagu-lagu islami dan iklan. Azan dan ayat-ayat al-Quran.
<i>Khazanah Islam</i>	Setiap hari, jam 17:30 sampai 18:00 WITA	<i>Infotainment</i>	Lagu-lagu islami diselingi iklan, ayat-ayat al-Quran, ceramah agama, dan azan.
<i>Obrolan Puasa (Opus)</i>	Setiap hari selama bulan Ramadan, jam 17:30 sampai 18:00 WITA	Perbincangan	Perbincangan tentang topik islami bersama satu narasumber diselingi iklan.

**Tabel 1.** Program Siaran Dakwah *Selebes* (Olahan penulis, 2020)

Tabel di atas menunjukkan bahwa *Selebes* memproduksi program siaran dakwah dalam dua bentuk, yaitu *infotainment* dan perbincangan. Tidak ditemukan

<sup>20</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana, 2013). 233-239.



program siaran dakwah berbentuk berita dan jinggel. Tiga program siaran dakwah *Selebes* adalah *Islam Discovery*, *Khazanah Islam*, dan *Opus*. Program-program ini diproduksi untuk memenuhi kebutuhan audien *Selebes* akan konten dakwah, meskipun radio ini bukan radio berformat agama. Pringle, Starr, & McCavitt berpendapat bahwa format stasiun radio terdiri dari tiga kelompok besar, yaitu format musik, format informasi, dan format khusus. Format khusus terdiri dari dua format, yaitu format etnik dan format agama.<sup>21</sup>

Secara demografi, penduduk Gorontalo yang menjadi target audien *Selebes* mayoritas beragama Islam. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Gorontalo tahun 2018 menunjukkan bahwa 96,87 persen penduduk Provinsi Gorontalo beragama Islam.<sup>22</sup> Kebutuhan audien yang menjadi target siaran merupakan acuan dalam memproduksi program siaran radio. Maraknya pendirian stasiun radio dan persaingan yang terjadi antar stasiun radio mengharuskan program siaran dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian audien dan sesuai dengan kebutuhan mereka.<sup>23</sup>

*Islam Discovery* mengudara setiap hari Jumat, jam 09:00 sampai jam 12:00 WITA. Program siaran dakwah berdurasi tiga jam ini berbentuk *infotainment*. Menurut Masduki, di Indonesia ada tiga bentuk *infotainment* radio yang populer. Pertama, *info-entertainment*, program siaran radio yang berisi informasi mengenai dunia hiburan yang diselingi dengan pemutaran lagu. Kedua, *infotainment*, program siaran radio yang berisi informasi dan promosi mengenai dunia hiburan dengan topik yang relevan dengan lagu-lagu yang diputar. Ketiga, *information and entertainment*, program siaran yang berisi informasi, berita-berita aktual, dilengkapi dengan perbincangan yang tidak selalu tentang dunia hiburan, dan diselingi dengan lagu-lagu serta iklan.<sup>24</sup> Merujuk pada pendapat ini, maka *Islam Discovery* termasuk pada bentuk ketiga *infotainment* radio, yaitu

---

<sup>21</sup> Ibid. 233-234.

<sup>22</sup> Gorontalo.bps.go.id, "Persentase Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Dan Agama Di Provinsi Gorontalo, 2017," last modified 2018, accessed May 15, 2020, <https://gorontalo.bps.go.id/dynamictable/2018/08/16/544/persentase-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-di-provinsi-gorontalo-2017.html>.

<sup>23</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. 230.

<sup>24</sup> Ibid. 238.

*information and entertainment*, sebab program siaran ini berisi tentang informasi dan berita mengenai dunia Islam, pada waktu-waktu tertentu dilengkapi dengan perbincangan mengenai topik islami, serta diselengi dengan lagu-lagu dan iklan. Hal yang sama juga berlaku pada program siaran dakwah *Khazanah Islam*. Program berdurasi tiga puluh menit yang mengudara setiap hari pada jam 17:30 sampai jam 18:00 WITA ini termasuk pada bentuk ketiga *infotainment* radio, yaitu *information and entertainment*.

*Opus* merupakan program siaran dakwah *Selebes* yang berbentuk perbincangan radio atau *talk show*. Program siaran dakwah ini mengudara setiap hari pada jam 17:30 sampai jam 18:00 WITA pada bulan Ramadan saja. Menurut Masduki, terdapat tiga bentuk perbincangan yang banyak digunakan oleh stasiun radio. Pertama, *one-on-one-show*, bentuk *talk show* antara penyiar dengan narasumber dengan dua posisi mikrofon yang terpisah dalam satu studio yang sama. Kedua, *panel discussion*, bentuk *talk show* antara penyiar sebagai moderator dengan beberapa narasumber. Ketiga, *call in show*, bentuk *talk show* antara penyiar dengan pendengar melalui telepon.<sup>25</sup> *Opus* termasuk *talk show* berbentuk *one-on-one-show*, karena program siaran dakwah ini berlangsung antara penyiar dengan seorang narasumber dan dilakukan dalam satu studio yang sama.

## **PRODUKSI PROGRAM SIARAN DAKWAH**

Program siaran radio yang kini bisa dinikmati pendengarnya adalah program siaran yang telah melalui proses yang dikerjakan oleh departemen program pada stasiun radio. Proses itu terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program. Empat tahapan ini oleh Pringle, Starr, & McCavitt disebut dengan manajemen strategis program siaran. Pada stasiun radio komersial, perencanaan program meliputi pemilihan format dan isi program yang mampu menarik sekaligus memenuhi kebutuhan audien. Bukan itu saja, perencanaan program

---

<sup>25</sup> Ibid. 237.

mencakup pula pemilihan penyiar yang mempunyai kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format siaran radio.<sup>26</sup> Tiga program siaran dakwah *Selebes* dikerjakan berdasarkan manajemen strategis program siaran, mulai dari tahapan perencanaan hingga pengawasan dan evaluasi program. Di *Selebes*, proses ini melibatkan *station manager* yang juga sebagai *sales-marketing*, *program director*, dan seluruh penyiar. Seluruh isi program siaran dakwah dirancang oleh *program director*, hasil rancangan ini kemudian didiskusikan bersama para penyiar dalam sebuah rapat program. Pada tahapan ini, ditentukan pula waktu dan materi siaran.

*Islam Discovery* dijadwalkan mengudara setiap hari Jumat, jam 09:00 sampai jam 12:00 WITA. Materi siaran ini berupa berita atau informasi mengenai dunia Islam diselingi lagu-lagu islami dan iklan. Saat masuk waktu shalat Jumat, azan dikumandangkan disusul dengan ayat-ayat al-Quran. Durasi program siaran dakwah ini adalah tiga jam.

*Khazanah Islam* dijadwalkan mengudara setiap hari pada jam 17:30 sampai jam 18:00 WITA. Materi program siaran dakwah ini berupa lagu-lagu islami diselingi iklan, dilanjutkan dengan ayat-ayat al-Quran, ceramah agama, dan azan maghrib. Setelah azan maghrib, dilanjutkan dengan lagu-lagu islami sampai waktu siaran selesai. Ceramah agama dalam program siaran dakwah ini adalah ceramah yang tidak diproduksi sendiri oleh *Selebes*. Ceramah agama yang diputarkan melalui program ini adalah ceramah agama yang diproduksi oleh *Mitradio* yang merupakan partner *Selebes* dalam menyediakan konten-konten audio islami.

*Opus* merupakan program siaran dakwah *Selebes* yang dijadwalkan mengudara setiap hari pada jam 17:30 sampai jam 18:00 WITA. Program ini adalah program pengganti sementara *Khazanah Islam*, berlaku khusus selama bulan Ramadan saja. Materi program ini berupa perbincangan mengenai topik islami atau topik-topik tentang Ramadan antara penyiar dengan seorang narasumber. Narasumber dalam program ini berlatar belakang pendidikan Islam, berprofesi sebagai pendakwah atau dosen pada mata kuliah yang berhubungan

---

<sup>26</sup> Ibid. 273-274.

dengan Islam. *Talk show* ini berakhir ketika waktu azan maghrib atau waktu buka puasa tiba.

Pada tahapan perencanaan, *Selebes* menentukan pula penyiar yang akan ditempatkan pada program siaran dakwah. Penyiar yang dipilih adalah penyiar yang memiliki wawasan keislaman yang baik dan mampu membawakan program siaran dakwah, baik yang berbentuk *talk show* atau *infotainment*. Pada tahapan ini, program siaran dakwah dikonsultasikan dengan *station manager* yang juga sebagai *sales-marketing Selebes*. Hal ini rutin dilakukan, bukan hanya untuk perencanaan program siaran dakwah saja, namun untuk semua program siaran di *Selebes*. Konsultasi antara *program director* dengan *sales-marketing* dilakukan agar program siaran yang telah disusun dapat dipasarkan kepada para pemasang iklan. Menurut Morissan, kerjasama antara bagian program dengan bagian pemasaran dalam merencanakan program siaran penting dilakukan demi keuntungan perusahaan media penyiaran.<sup>27</sup>

Produksi program radio dilakukan oleh departemen program yang terdiri dari *music director*, manajer produksi, dan penyiar. Salah satu tugas *music director* adalah mempersiapkan daftar lagu yang akan diputar dan mengawasi pelaksanaannya. Manajer produksi bertanggung jawab memproduksi iklan, iklan layanan masyarakat, dan pengumuman, serta mengawasi kualitas suara stasiun radio. Tugas penyiar diantaranya mengantarkan rekaman lagu dan program, membacakan iklan, layanan publik, dan identifikasi stasiun. Bukan hanya itu, penyiar juga dapat turut serta memproduksi iklan sebagai pengisi suara.<sup>28</sup> Program siaran dakwah *Selebes* diproduksi melibatkan semua unsur dalam departemen program. Di *Selebes*, tugas *music director* dijalankan oleh *program director*. Lagu-lagu islami yang menjadi materi siaran *Islam Discovery* dan *Khazanah Islam* dipersiapkan dan diawasi sepenuhnya oleh *program director*. Ceramah agama produksi *Mitradio* yang menjadi materi siaran *Khazanah Islam* juga merupakan bagian dari tugas *program director*. Kualitas audio lagu-lagu islami, ceramah agama, azan, dan al-Quran serta materi siaran lainnya dalam program

---

<sup>27</sup> Ibid. 275-276.

<sup>28</sup> Ibid. 326-327.

siaran dakwah diawasi oleh manajer produksi. Semua program siaran dakwah *Selebes* dibawakan oleh penyiar terpilih berdasarkan kualifikasi yang telah ditentukan pada tahapan perencanaan.

Tahapan ketiga adalah eksekusi program. Tahapan ini mencakup penayangan program berdasarkan rencana yang telah ditetapkan. Pembagian waktu siaran dilakukan pada tahap ini berdasarkan aktifitas audien setiap hari atau kebiasaan audien mendengarkan radio. Umumnya, pola aktifitas audien sama setiap hari. Program siaran radio yang telah dirancang harus mampu menemani apa pun aktifitas audien.<sup>29</sup> Eksekusi program siaran dakwah *Selebes* dilakukan sesuai rencana. *Islam Discovery* mengudara setiap hari Jumat, jam 09:00 sampai jam 12:00 WITA. Namun, dalam banyak kesempatan, waktu mengudara program siaran ini diperpanjang sampai jam 12:30 WITA. Penambahan durasi program ini umumnya mengacu pada waktu pelaksanaan shalat Jumat di masjid sekitar *Selebes*. *Khazanah Islam* mengudara setiap hari pada jam 17:30 sampai jam 18:00 WITA. Durasi program ini sewaktu-waktu dapat ditambah menyesuaikan dengan waktu azan maghrib. *Opus* mengudara setiap hari pada jam 17:30 sampai jam 18:00 WITA selama bulan Ramadan. Sama halnya dengan *Khazanah Islam*, durasi program ini sewaktu-waktu bisa ditambah menyesuaikan dengan waktu azan maghrib.

Pengawasan dan evaluasi program siaran dilakukan untuk mengetahui sejauh mana rencana dan tujuan telah dicapai oleh stasiun penyiaran. Kegiatan evaluasi secara periodik dapat dilakukan untuk mengetahui capaian kinerja departemen program. Pada tahap ini, dapat dibandingkan pula kinerja yang direncanakan dengan kinerja capaian. Langkah-langkah perbaikan perlu dilakukan jika kedua kinerja ini tidak sama.<sup>30</sup> Evaluasi program siaran dakwah *Selebes* rutin dilakukan setahun sekali, menjelang Ramadan. Hal-hal yang paling sering dibahas dalam evaluasi dan dilakukan perbaikan-perbaikan adalah ketepatan waktu pemutaran azan maghrib pada program *Khazanah Islam* dan *Opus*, serta

---

<sup>29</sup> Ibid. 342-343.

<sup>30</sup> Ibid. 354.

narasumber dan penyiar yang belum menerapkan gaya percakapan dalam siaran dakwahnya.

Menurut Pringle, ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh manajer program dalam hal pengawasan program, yaitu mempersiapkan standar program, mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar dan aturan perundangan yang berlaku, memelihara catatan program yang disiarkan, mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program, memastikan stasiun patuh pada kontrak yang telah disepakati dengan para pemasok program, lembaga lisensi lagu, dan lainnya, serta memastikan biaya program tidak melebihi jumlah yang telah dianggarkan.<sup>31</sup> Pada konteks ini, yang belum dilakukan dengan maksimal oleh *program director Selebes* adalah menjaga catatan (*records*) program siaran dakwah. Selama ini belum ada *records* mengenai program siaran dakwah *Khazanah Islam* dan *Islam Discovery*. Program siaran dakwah yang dapat ditunjukkan arsip siarannya adalah *Opus*.

## KESIMPULAN

Keberadaan program siaran dakwah radio seharusnya dapat memuaskan rasa ingin tahu masyarakat mengenai topik-topik keislaman sekaligus dapat menumbuhkan minat masyarakat untuk mempelajari ajaran agama Islam. Itulah sebabnya program siaran dakwah harus diproduksi dengan baik dan dieksekusi dengan tetap memperhatikan *broadcast style*. Program siaran dakwah *Selebes* terdiri dari dua bentuk, yakni *infotainment* dan *talk show*. *Islam Discovery* dan *Khazanah Islam* berbentuk *infotainment*. *Opus* dikemas berbentuk *talk show*. Tidak ditemukan program siaran dakwah berbentuk berita dan jinggel. Ketiga program siaran dakwah ini mengudara setelah melalui tahapan manajemen strategis program siaran yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program. Program siaran dakwah *Selebes* diproduksi sendiri, tanpa melakukan pembelian program dari pihak lain. Ceramah agama dalam program *Khazanah Islam*

---

<sup>31</sup> Ibid. 355.

diproduksi oleh *Mitradio*, partner *Selebes* dalam menyediakan konten-konten audio islami.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Faisal, Syamsuddin RS, and Dadan Anugrah. "Program Fajar Indah Sebagai Media Dakwah Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 1 (2020): 21–38.  
<http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/1863>.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, and Siti Karlinah. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edited by Rema Karyanti Soenandar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Bakhri, Khoerul. "Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar." *SAHAFI Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2020): 51–59.  
[https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/4608/pdf\\_31](https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/4608/pdf_31).
- Creswell, John. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Djamal, Hidajanto, and Andi Fachruddin. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, Dan Regulasi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Gorontalo.bps.go.id. "Persentase Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Dan Agama Di Provinsi Gorontalo, 2017." Last modified 2018. Accessed May 15, 2020.  
<https://gorontalo.bps.go.id/dynamictable/2018/08/16/544/persentase-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-di-provinsi-gorontalo-2017.html>.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Juniawati. "Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran Dan Potensi Media Elektronik Dalam Dakwah Islam Di Kalimantan Barat." *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah* 15, no. 2 (2014): 211–233.  
<http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/305>.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*.

Jakarta: Kencana, 2013.

Munthe, Muktarruddin. “Penggunaan Radio Sebagai Media Komunikasi Dakwah.” *Jurnal Komunika Islamika* 5, no. 2 (2018). <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika/article/view/3993>.

Nasor, M. “Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah.” *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama* 12, no. 1 (2017): 105–128. <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alAdyan/article/view/1447/1163>.

Republika.co.id. “Dakwah Melalui Radio Makin Marak.” *Republika*. Last modified 2015. <https://www.republika.co.id/berita/koran/khazanah-koran/15/03/17/nlcihg-dakwah-melalui-radio-makin-marak>.

Risantoso, Muhammad, Robeet Thadi, Moch Iqbal, and Intan Kurnia Syaputri. “Klasifikasi Pesan Dakwah Pada Radio Siaran L-Baas 97,6 FM.” *Jurnal Dawuh* 1, no. 1 (2020): 34–39. <https://siducat.org/index.php/dawuh/article/view/38>.

Saragih, M Yose Rizal. “Dakwah Via Jurnalistik Radio.” *an-Nadwah* 25, no. 1 (2019): 64–74. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/view/7481/3337>.

Selebesgroup.com. “About Us.” Accessed May 19, 2020. <https://selebesgroup.com/about-us/>.

Thaib, Erwin Jusuf. “Efektifitas RRI Gorontalo Sebagai Media Pembinaan Spiritualitas Masyarakat Di Kota Gorontalo.” *Farabi* 10, no. 1 (2013): 35–54. <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/view/765>.

Umaira, Ahmad Syahid, and Colle Said. “Dampak Siaran Dakwah Radio Republik Indonesia Palu Dalam Meningkatkan Kehidupan Masyarakat Religius Di Kota Palu.” *Jurnal Kolaboratif Sains* 1, no. 1 (2020). <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/jom/article/view/1296>.

Yanti, Fitri. “Membangun Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah.” *Bina’ al-Ummah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Komunitas* 7, no. 2 (2012). <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alummah/article/view/577>.

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