

POTENSI RADIO DALAM MENSIARKAN DAKWAH ISLAM

IMAM KHALID

Dosen Prodi Komunikasi Penyiaran Islam STAI An-Nadwah Kuala Tungkal

Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Email: imamm.khalid@gmail.com

ABSTRACT

Communication Technology in the digital era requires radio station management to have a strategy that is capable of competition in an effort to expand its audience in the middle of the computerization era. Radio Transformation through online-based internet networking and livestreaming is a way that can be taken so that conventional radio broadcasts exist and are not abandoned by listeners, especially in broadcasting Islamic da'wah. The strategy in broadening the target audience is to build branding and display broadcast formats that fit the needs of the audience about Islamic information, then conduct listener research with the aim that the propaganda material that is relevant to the state of society. The thing that must be fulfilled mainly is by utilizing radio in community broadcasts, namely by forming communities in each line so that listeners are increasingly widespread, especially in remote places that have no signal or internet connection. Modification and collaboration through online broadcast programs is a step that must be done, the ability of radio to broadcast on line with live streaming as done on social media that is in great demand by all groups so that the radio still exists not eroded by the development of communication technology so that it remains to be excellent by the listener.

ABSTRAK

Teknologi Komunikasi di era digital menuntut manajemen stasiun radio harus memiliki strategi itu mampu persaingan dalam upaya memperluas pendengarnya di tengah era komputerisasi. Transformasi Radio melalui jairngan Internet berbasis *online* dan *livestreaming* adalah cara yang dapat ditempuh agar siaran radio konvensional agar tetap eksis dan tidak ditinggalkan oleh pendengarnya terutama dalam siar dakwah Islam. Strategi dalam memperluas target pendengar yaitu dengan membangun *branding* dan menampilkan format siaran yang sesuai dengan kebutuhan khalayak tentang informasi Islam, kemudian mengadakan riset pendengar dengan tujuan agar materi dakwah yang relevan dengan keadaan masyarakat. Hal yang harus dipenuhi terutama adalah dengan memanfaatkan radio pada siaran komunitas yaitu dengan membentuk komunitas disetiap lini agar pendengar semakin meluas terutama pada tempat-tempat terpencil yang tidak memiliki signal atau koneksi internet. Modifikasi dan kolaborasi melauai program siaran online adalah suatu langkah yang harus dilakukan, kemampuan radio untuk siaran *on line* dengan *live sreaming* seperti yang dilakukan pada media sosial yang banyak diminati

oleh seluruh kalangan sehingga dengan radio tetap eksis tidak tergerus oleh perkembangan teknologi komunikasi sehingga tetap menjadi primadona oleh pendengarnya.

Kata Kunci: Radio, Dakwah, Program Siaran

A. PENDAHULUAN

Perkembangan Media saat ini harusnya dapat memberikan kontribusi bagi umat Islam dari berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari. Penyampaian dakwah secara langsung atau tatap muka memiliki jangkauan yang sangat terbatas, sehingga yang mendapatkan informasi seputar keilmuan agama hanya yang berada pada tempat tersebut. Dengan adanya media menjadi suatu harapan masyarakat dalam memperoleh informasi seputar ilmu keagamaan, hal ini tidak terlepas dari peran personal para ahli pelaku operasi media tersebut. Hal ini untuk meredam pengaruh yang menjadikan kaum muslimin tergerus dengan budaya asing yang tidak sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia seperti hedonisme, yang menjadi gaya hidup berlebihan dalam kehidupan sosial hingga terjadinya ketimpangan akhlak dan pergaulan bebas.

Ajaran agama Islam berisi tentang petunjuk-petunjuk kepada umat manusia secara umum atau secara individual yang menjadikan karakter manusia lebih baik, beradab dan selalu berbuat terhadap semua manusia. Dalam membentuk karakter yang berkesinambungan dengan perkembangan zaman saat ini, media komunikasi massa merupakan sasaran yang paling berpotensi untuk membangun pengetahuan masyarakat tentang keagamaan dalam jangka panjang. Seperti media radio yang saat ini terlihat mulai ditinggalkan sebagai media komunikasi karena terbentang kemajuan teknologi yang serba praktis dan ekonomis.

Depdikbud, (1997:808) Radio secara etimologi adalah pengiriman suara atau bunyi melalui udara. Menurut Ton Kertapati (1996:12), pada dasarnya radio ialah medium untuk bercerita yang dalam permulaannya segala apa yang disiarkan mempunyai bentuk cerita, namun di dalam bercerita itu diikuti faktor lain yang membedakannya dengan surat kabar yaitu efek suara, musik, dan dialog. Mc. Quail (1984:15), Radio sebagai media massa elektronik muncul setelah adanya beberapa

penemuan teknologi telepon, fotografi (yang bergerak dan tidak bergerak), dan rekaman suara.

Di zaman digitalisasi dapat kita lihat bahwa persaingan dalam siaran radio semakin ketat, ditengah-tengah banyaknya orang yang mulai meninggalkan radio secara perlahan-lahan beralih kemedi digital yang semakin mudah. Melihat kondisi ini tentu kita dapat mensiasati sejauhmana radio dapat berperan dan berpotensi dalam menyiarkan dakwah Islam secara terus menerus. Dakwah sendiri dapat diartikan seruan atau ajakan kepada kebaikan dalam keselamatan dunia dan akhirat, seruan ini tidak akan meluas jika tidak dibantu dengan media massa baik cetak maupun elektronik yang dalam hal ini adalah radio.

Agar sikap manusia dapat berubah dari hal ketidaktahuan menjadi lebih tahu, radio dapat dipandang sebagai sarana yang paling tepat karena tidak membutuhkan kuota dan jaringan untuk dapat menikmati atau mendengarkan radio, berbeda dengan televisi dan media internet yang mewajibkan sebuah jaringan agar terkoneksi. Dakwah harus dapat berkumandang disetiap sudut tempat tinggal masyarakat yang sulit dijangkau oleh jaringan internet atau listrik, hal ini yang mendasari bahwasanya Radio sangat berpotensi untuk terus dapat mengumandangkan siaran dakwah kepada masyarakat tanpa melihat ruang dan tempat tinggal masyarakat. Hal ini menyangkut dengan tujuan dakwah jangka pendek dan jangka panjang seperti yang diungkapkan oleh Bahri Ghazali (1997:7) yang mengatakan bahwa tujuan dakwah dalam jangka pendek adalah untuk memberikan pemahaman tentang Islam kepada masyarakat sasaran dakwah itu. Dengan adanya pemahaman masyarakat tentang Islam maka masyarakat akan terhindar dari sikap dan perbuatan yang mungkar dan jahat. Tujuan Jangka Panjang Adanya dakwah itu adalah untuk mengadakan perubahan sikap masyarakat dakwah itu. Sikap yang dimaksud adalah perilaku-perilaku yang tidak terpuji bagi masyarakat yang tergolong kepada kemaksiatan yang tentunya membawa kepada kemudharatan dan mengganggu ketentraman masyarakat lingkungannya. Kedua tujuan di atas secara jelas telah tergambar di dalam Alquran surat Ali Imran ayat 104.

Stasiun Radio harus jeli dan teliti dalam melihat peluang yang dapat dikembangkan melalui program siaran untuk menyiasati agar Radio tetap bertahan

dan bisa lebih maju selangkah dari media lain. Hal ini tentu tidak mudah dan sesederhana seperti yang dibayangkan, butuh perjuangan dan pemikiran untuk menjadikan stasiun radio harus diakui dan diminati, dibutuhkan pengelolaan manajemen siaran yang tepat. Melihat kecenderungan itu penyelenggaraan stasiun radio tentu perlu melakukan perubahan secara cermat untuk memproyeksi minat masyarakat terhadap Radio.

Minat masyarakat terhadap radio dalam mendengarkan siaran dakwah harus berjalan sejajar dan berkesinambungan, banyaknya pendengar radio akan berpengaruh terhadap hasil capaian dakwah dalam jangka panjang. Penyusunan program siaran tentu harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang dibentang oleh perkembangan zaman. Masduki (2005:35) Dalam dunia keradioan, mengerti format stasiun (*station format*) adalah jantung dari seluruh kinerja pemrograman. Setiap olah produksi program siaran mengacu pada pilihan format stasiun radio yang makin spesifik (*segmented*) seiring makin banyaknya jumlah radio dan makin tersegmentasinya pendengar. Makin modern radio, makin terspesialisasi formatnya, makin kompetitif sebuah radio maka makin fokus posisi programnya. Penajaman program siaran adalah konsekuensi dari tajamnya format stasiun.

Untuk itu Program siaran Radio merupakan senjata utama dalam menarik perhatian pendengar atau audien karena selera audien adalah sesuatu yang sulit ditentukan, namun disatu sisi hal ini merupakan inisiatif pimpinan stasiun radio untuk melakukan eksperimen dalam melakukan rekayasa program siaran dakwah sesuai dengan kebutuhan masyarakat secara umum. Perkembangan teknologi yang semakin maju dan berinovasi telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan terutama dalam mendengarkan siaran kajian dakwah, Radio harus lebih maju dan berinovasi dalam memenuhi semua kebutuhan masyarakat yang terus berkembang agar tidak tertinggal dari media digital. Terlebih saat ini mencari sebuah informasi sangat mudah diperoleh hanya dengan menggunakan satu media yang dapat mengekses kebutuhan informasi tanpa batas dibandingkan dengan Radio yang hanya sebatas mendengar.

B. PEMBAHASAN

Media massa merupakan lembaga sarana memberikan informasi yang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap masyarakat, oleh karena itu kekuatan

ini harus dapat dimaksimalkan agar media dan informasi yang disampaikan tetap diminati dan menjadi sumber pengetahuan masyarakat. Momen saat era digital saat ini sebenarnya dapat dimanfaatkan stasiun Radio ditengah-tengah masyarakat mulai menggandrungi media internet yang semakin luas dan tanpa batas, hal ini hanya berlaku pada ketersediaan jaringan atau koneksi jaringan internet. Seperti kita ketahui bahwa tidak semua wilayah Indonesia terdapat jaringan untuk mengakses internet pada *smartphone*. Artinya informasi yang terdapat di internet bukan tanpa kekurangan, banyak terjadi pembenturan dan propaganda yang kita temukan pada media internet, hal ini tentu dapat menurunkan elektabilitas semakin menurun.

kebutuhan sebuah informasi membuat masyarakat berusaha untuk mencari sumber informasi yang memiliki akurasi tinggi disekian banyaknya informasi pada media massa yang ada. Akurasi itu sendiri merupakan kebenaran informasi yang dapat dikonsumsi masyarakat terhadap media massa yang benar-benar menjadi sumber informasi dan pengetahuan. Dapat kita lihat saat ini media massa banyak terbentang dihadapan masyarakat dengan kelebihan-kelebihan yang luar biasa dan semua merambah pada jaringan koneksi internet, Saat ini masyarakat dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam mencari sumber informasi seperti radio, media cetak, televisi dan yang media yang baru saat ini adalah media *online*. Internet merupakan sarana yang paling mudah untuk mengetahui kebutuhan dalam mencari apa pun yang diinginkan. Di internet anda dapat mencari kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Berita dan berbagai informasi yang diperlukan dapat anda temukan diinternet, termasuk hiburan. Cara yang digunakan pun sangat mudah, hanya dengan mengetik alamat situs atau mencarinya dengan mesin pencari hanya dengan hitungan detik kebutuhan yang dicari bisa anda dapatkan (Hartono, 2009:1).

Hal yang menjadi persoalan ialah bagaimana dakwah dan perkembangan teknologi dapat bersinergi dan beriringan dapat diterima masyarakat, dalam mengajak orang untuk berbuat baik tentu dapat dilakukan melalui media massa yang dalam hal ini adalah salah satu media konvensional yaitu Radio. Radio sebagai media massa elektronik muncul setelah adanya beberapa penemuan teknologi telepon, fotografi (yang bergerak dan tidak bergerak), dan rekaman suara. Radio merupakan alat atau sarana yang di dalamnya terkandung arti penerangan, ajakan, pendidikan, dan hiburan selain itu mampu memengaruhi manusia untuk cenderung berbuat baik dari apa yang didengarkan. Dengan kata lain Radio bermanfaat sebagai

media khalayak sebagai hiburan, pendidikan, dan informasi yang dapat dijadikan suatu kegiatan yang bersifat positif dalam kajian siaran dakwah kepada masyarakat.

Dengan sifat *auditif*, radio terbatas kepada rangkaian suara atau bunyi yang hanya menepa indera telinga saja, karena radio tidak menuntut khalayak untuk memiliki kemampuan membaca, juga melihat melainkan cukup dengan sekedar mengandalkan kemampuan mendengar (Muryanto, 1996:12). Dengan mendengar tentu akan lebih mudah mencerna informasi yang ada tanpa harus membaca dan melihat sebuah video seperti media televisi, yang membutuhkan daya dan alat lain sebagai penangkap siaran (channel) dalam memilih program tertentu. Profesor E.H. Armstrong tahun 1933 memperkenalkan Sistem Frequency Modulation (F.M) sebagai penyempurnaan Amplitude Modulation (A.M) yang biasa digunakan Radio siaran. Yang masing-masing memiliki kelebihan.

Keuntungan FM dari AM ialah :

1. Dapat menghilangkan *Interference* (gangguan, pencampuran yang disebabkan cuaca, bintik-bintik matahari atau listrik);
2. Dapat menghilangkan *interference* yang disebabkan dua stasiun yang mengudara pada gelombang yang sama;
3. Dapat menyiarkan suara sebaik-baiknya bagi telinga manusia yang sensitif.

Perkembangan Radio di Indonesia sendiri didirikan pada tanggal 16 Juni 1925 ialah Bataviase Radio Vereniging (BRV) di Batavia dan hingga saat ini berkembang semakin maju, ditengah-tengah teknologi yang canggih Radio masih tetap eksis menemani pendengar setianya. Hal ini membuktikan bahwa peluang ini dapat dimanfaatkan sebagai mengembalikan eksistensi Radio pada tataran media yang diminati. Untuk melihat potensi Radio dalam menyiarkan dakwah ditengah-tengah masyarakat akan lebih baik kita terlebih dahulu mengulas atau memahami lebih dalam dari media massa pada zaman digital saat ini, sehingga dengan penjelasan yang detail dapat memberikan pemahaman yang mendasar tentang media dan dakwah itu sendiri, mulai dari pengertian, karakter, fungsi dan pemahaman lain terkait Radio.

Dalam buku yang berjudul *Jurnalistik Terapan* (Syaripudin, 2010:27) Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan oleh publik dalam mereferensi tempat dipublikasinya suatu berita. Hasil kerja jurnalistik para wartawan dipublikasikan melalui media massa. Pengertian media massa sangat luas. Media massa dapat diartikan sebagai segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk penyaluran dan pempublikasian berita kepada publik atau masyarakat.

Sarana publikasi itu sendiri terbagi kedalam beberapa macam, dalam buku Syaripudin (2010:27) menyebutkan media massa dikategorikan ke dalam 3 jenis sebagai berikut :

- 1) Media cetak, yang terdiri atas surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid, majalah, buletin/jural, dan sebagainya.
- 2) Media elektronik, yang terdiri atas radio dan televisi.
- 3) Media *Online*, yaitu media internet, seperti *wabsite*, *blog*, dan lain-lain.

Seperti yang kita lihat Radio tergolong media elektronik yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi dari berbagai aspek, tergantung pada program siaran yang disiarkan kepada masyarakat luas tanpa adanya hambatan dan faktor lain yang mengganggu sehingga Radio tetap dapat mengudara menyapa pendengarnya.

1. Radio

Hasan (2012:36) Radio menurut bahasa adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Sedangkan radio menurut istilah adalah media komunikasi melalui gelombang udara tanpa kabel dan siaran pengiriman suara atau bunyi melalui udara. Menurut Rusdi (2002:17) menyebutkan Radio merupakan salah satu alat komunikasi bagian dari media elektronek, secara umum radio dapat diartikan sebagai suatu alat penghubung untuk menyebarkan, menyiarkan dan menyalurkan buah pikiran dan pendapat seseorang kepada masyarakat banyak untuk diketahui sebagai bahan pertimbangan guna diikuti maupun tidak diikuti.

Radio merupakan perlengkapan elektronik yang dapat digunakan untuk mendengarkan berita yang bagus dan aktual, dapat mengetahui beberapa kejadian dan peristiwa-peristiwa penting dan baru, masalahmasalah kehidupan dan sebagainya. Radio dapat digunakan sebagai media dakwah yang cukup

efektif, dan media ini juga mampu mewujudkan partisipasi aktif bagi si pendengar⁸⁴, di antara para *da'i* kepada seorang *madu*. (Azhar, 2007:149).

Radio mempunyai kelemahan dan kelebihan dan diantara kelebihan radio ini adalah sebagai berikut :

- a) Radio dapat mengatasi ruang dan waktu, serta jangkauannya lebih luas,
- b) Sifatnya mobile artinya radio dapat dipindahkan dari satu ruangan ke ruangan yang lain dengan mudah,
- c) Radio dapat mengembangkan imajinasi seorang *mad'u*,
- d) dapat merangsang partisipasi aktif dari para seorang *mad'u*,
- e) radio dapat memusatkan perhatian peserta seorang *mad'u* untuk mendengarkan syiar-syiar Islam.

Sedangkan kelemahan radio media dakwah adalah sebagai beriku:

- a) Sifat komunikasinya bersifat satu arah (*one way communication*),
- b) Biasanya siaran disentralisir sehingga guru tidak dapat mengontrolnya,
- c) Radio tidak dapat memberi informasi terperinci,
- d) Daya jangkauannya terbatas (Azhar, 2007:170-174).

Dari kelebihan dan kekurangan yang dipaparkan di atas dapat dilahat bahwa hal ini merupakan ukuran standar akan tetapi bukan menjadi ukuran mutlak terutama yang terdapat beberapa kekurangan pada Radio, kekurangan yang ada saat ini dapat diantisipasi dengan menggabungkan antara siaran prekuensi radio dengan jaringan Internet meski dengan aspek-aspek tertentu sesuai dengan kebutuhan sinkronisasi. Oleh karena itu dapat dilihat jenis-jenis Radio di Indonesia diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Radio Publik

Radio publik adalah radio yang dikuasai secara tegas oleh pemerintah yang pengelolaannya diserahkan kepada salah satu departemen. Pemerintah Indonesia misalnya, menempatkan RRI pada departemen penerangan. RRI dikukuhkan dengan SK menteri penerangan RI No. 19 tahun 1968, karena dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah, maka radio siaran pemerintah melakukan operasinya dengan menyandang misi pemerintah (Syukur, 2005:150-152), dan biayanya pun termasuk anggaran pemerintah. Perbedaan RRI dan radio siaran pemerintah pada umumnya adalah bahwa RRI mencari sumber biaya dari periklanan,

meskipun pelaksanaannya tetap dibatasi dengan ketentuan yang berlaku dalam hal aktivitas dan penggunaan hasil.

b. Radio Swasta

Radio swasta adalah radio ini dimiliki perorangan dan sifatnya komersial, dengan lisensi pemerintah untuk biaya kelangsungan hidupnya diperoleh dari periklanan dan sponsor sesuai dengan sistem pemerintahan. Badan radio siaran tersebut mempunyai kebebasan sepenuhnya dalam arti kata tidak mengenal sensor, dan ini tidak berarti bahwa para pengelolanya tidak mengenal tanggungjawab nasional dan sosial, tanggung jawab mereka adalah pada kesadaran sendiri dan hati nurani sendiri untuk tanggungjawab secara nasional dan sosial (Suprijanto, 2005:171).

c. Radio Komunitas

Radio komunitas merupakan salah satu media komunikasi yang bersifat audio, istilah radio komunitas sendiri adalah radio yang dibangun secara gotong royong oleh warga suatu komunitas dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia di daerah tersebut. Peralatan radio yang digunakan dalam model radio ini cenderung sederhana dan tidak mahal, ini terkait dengan jangkauan siarannya yang masih terbatas pada wilayah mereka sendiri (Syaiful, 2010:124).

Radio komunitas dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas, radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Intinya radio komunitas adalah “dari, oleh, untuk, dan tentang komunitas” , sedangkan radio komunitas di Indonesia mulai berkembang pada tahun 2000, radio komunitas merupakan buah dari reformasi politik pada tahun 1998 yang ditandai dengan dibubarkan departemen penerangan sebagai otoritas tunggal pengendali media ditangan pemerintah.⁹⁷ Keberadaan radio komunitas di Indonesia menjadi makin kuat setelah disahkannya Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran (Arsyad, 2010:48).

d. Radio Berlangganan

Radio berlangganan merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Lembaga penyiaran berlangganan

memancarluaskan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia, atau media informasi lainnya (Asmawir dkk, 2013:102). Dalam menyelenggarakan siarannya, lembaga penyiaran berlangganan harus melakukan sensor internal terhadap semua isi siaran yang akan disiarkan atau disalurkan (2013:101-102). Selain itu lembaga tersebut juga harus menyediakan paling sedikit (sepuluh dari per-seratus) dari kapasitas kanal saluran untuk menyalurkan program dari lembaga penyiaran publik dan lembaga penyiaran swasta. Dan yang terakhir lembaga penyiaran berlangganan harus menyediakan (satu) kanal saluran siaran produksi dalam negeri berbanding (sepuluh) siaran produksi luar Negeri paling sedikit (satu) kanal saluran siaran produksi dalam negeri, dan sumber pembiayaan lembaga penyiaran berlangganan berasal dari iuran berlangganan dari usaha lain yang sah dan terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (2002:83).

2. Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah". *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menanamkan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.¹ Kata dakwah juga berarti doa (*al-du'a*), yakni harapan, permohonan kepada Allah dan mengesahkan-Nya (tauhid), (Islamil, 2006:144). Secara terminologi pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat (Anshari, 1996:87).

Dari pengertian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwasanya dakwah adalah proses penyampaian mengajak, menyerukan, serta menarik perhatian manusia ke jalan Allah *Subhana Wata'ala*. Untuk melaksanakan perintah-Nya dan menjauhkan larangan-Nya dalam upaya mencapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

Dan bahwasanya dakwah dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan, dan sudah termasuk dalam pengertian dakwah itu sendiri, dan tujuan dakwah merupakan salah satu faktor yang

sangat penting dalam proses dakwah. Oleh karena itu di bawah ini akan dijelaskan tujuan dakwah itu sendiri.

1. Tujuan Jangka Pendek

Dalam jangka pendek tujuan kegiatan dakwah itu adalah untuk memberikan pemahaman tentang Islam kepada masyarakat sasaran dakwah itu. Dengan adanya pemahaman masyarakat tentang Islam maka masyarakat akan terhindar dari sikap dan perbuatan yang mungkar dan jahat (Ghazali, 1997:7).

2. Tujuan Jangka Panjang

Adanya dakwah itu adalah untuk mengadakan perubahan sikap masyarakat dakwah itu. Sikap yang dimaksud adalah perilaku-perilaku yang tidak terpuji bagi masyarakat yang tergolong kepada kemaksiatan yang tentunya membawa kepada kemudharatan dan mengganggu ketentraman masyarakat lingkungannya. Kedua tujuan di atas secara jelas telah tergambar di dalam Alquran surat Ali Imran ayat 104 (Ghazali, 1997:07).

M. Natsir dkk (1990:70) menulis dakwah dan tujuannya, beliau memberikan beberapa ulasan tentang dakwah, terutama tujuannya. Menurut M. Natsir tujuannya adalah:

- a. Memanggil kita kepada syariat, untuk memecahkan persoalan hidup perorangan dan persoalan berumah tangga, berjamaah-bermasyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, dan berantar negara;
- b. Memanggil kita kepada fungsi hidup sebagai hamba Allah di atas dunia yang terbentang luas ini, berisikan berbagai jenis manusia, bermacam pola pendirian dan kepercayaannya, yakni fungsi sebagai *syuhadâ`ala an-nâs* menjadi pelopor dan pengawas bagi umat manusia;
- c. Memanggil kita kepada tujuan hidup yang hakiki, yakni menyembah Allah. Demikianlah, kita hidup mempunyai fungsi dan tujuan yang tertentu.

3. Media Dakwah

Dakwah akan semakin luas ketika diiringi dengan publikasi sebuah media massa baik itu konvensional maupun digital dan diantara semua media itu sangat memiliki potensi atau kelebihan masing-masing. Pembentukan karakter masyarakat dapat dipupuk dengan mendengar ceramah atau kajian-kajian tentang keagamaan, hal ini dapat didapatkan melalui media dengan ukuran adalah target dari dakwah tersebut benar-benar sampai kepada masyarakat dimanapun berada. Mengenai hal itu yang terpenting adalah bahwa media dan dakwah harus sama-sama bersinergi dan masing-masing memiliki kepentingan dengan sasaran yang saling menguntungkan dalam rangka membentuk dan memberikan pendidikan kepada seluruh masyarakat.

Kepentingan dakwah terhadap adanya alat atau media yang tepat dalam berdakwah sangat urgen sekali, sehingga dapat dikatakan dengan media dakwah akan lebih mudah diterima oleh komunikan (*mad'u*)nya. Pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah mengakibatkan komunikasi antara dai dan *mad'u* atau sasaran dakwahnya akan lebih dekat dan mudah diterima. Media dakwah juga memerlukan kesesuaian dengan bakat dan kemampuan dainya, artinya penerapan media dakwah harus didukung oleh potensi dai sebab alat atau media dakwah pada dasarnya sebagai menyampaikan pesan-pesan dakwah terhadap *mad'unya* (Aziz, 2004:107).

Pada dasarnya komunikasi penyampaian pesan dakwah melalui media massa dapat memberikan stimulus kepada seluruh masyarakat yang mendengar melalui indra-indra manusia. Hal ini menyangkut peran dan fungsi media sebagai wahana memberikan pendidikan yang bernilai positif bagi masyarakat, karena dakwah merupakan suatu konsep penting dalam kehidupan masyarakat dalam membangun masyarakat yang sejahtera dalam pandangan Islam untuk sebuah tujuan hidup seluruh umat manusia. Selain itu, Dakwah berperan sebagai sektor pemikiran yang berlandaskan agama, hal ini dikarenakan pemikiran akan membentuk prinsi-prinsip yang sangat diperlukan dalam

membangun penataan pemikiran tentang kehidupan yang membentuk prilaku dan pemikiran yang mulia.

Dapat diperhatikan bahwa semua media massa kelebihan dan kekurangannya masing-masing, akan tetapi bagaimana kemudian media yang semula mulai ditinggalkan dapat kembali eksis dan menjadi pilihan masyarakat dalam mencari informasi keagamaan. Hal ini dapat melibatkan atau mempertimbangkan dari beberapa aspek sesuai dengan jangkauan pada medium tersebut, yang dalam hal ini adalah stasiun penyiaran Radio. Tidak dapat dipungkiri bahwasanya Radio saat ini jauh tertinggal dibandingkan dengan media digital yang populer saat ini, akan tetapi kita dapat memanfaatkan kelemahan dari media yang menjadi primadona masyarakat saat ini yaitu harus menggunakan handphone yang terkoneksi dengan layanan internet melalui kuota data. Jika dicermati peralatan yang digunakan untuk terkoneksi dengan jaringan internet harus mengeluarkan pengeluaran lumayan mahal tergantung pada spesifikasi handphone android yang dicari, semakin tinggi spesifikasi semakin tinggi pula pengeluaran yang akan dikeluarkan.

Berbeda dengan radio yang hanya menggunakan frekuensi yang sudah ditentukan, frekuensi mudah didapatkan dengan model handphone yang belum memiliki fasilitas android dan tentu harga relatif lebih murah, dan program Radio juga dapat ditemukan pada alat elektronik lain seperti pada kendaraan roda empat dan bentuk-bentuk lain. Hal ini adalah peluang yang harus dicermati dan dapat menjadi sasaran dakwah Islam dimana pun berada selagi terdapat jangkauan frekuensi Radio, jika dilihat rata-rata wilayah telah memiliki jaringan frekuensi Radio. Mengapa kemudian Radio merupakan sarana komunikasi yang paling berpotensi untuk dakwah Islam ?. hal ini dilihat dari beberapa pertimbangan yaitu.

1. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakteristik yang mengkhususkan sebuah panca indra untuk dapat menikmatinya yaitu indra pendengaran atau telinga, dimulai dengan pendengaran akan merangsang langsung ke otak untuk mencerna sebuah pesan yang disampaikan. Selain itu radio juga memiliki ruang khusus dalam program siaran yang ditentukan yang langsung dapat dinikmati seluruh pendengarnya tanpa harus memilah-milah berita pada media lain seperti media Cetak, Televisi dan *Online*. Hal ini menandakan bahwasanya radio adalah media interaktif dan langsung menuju sasaran pendengar, seluaruh kajian dakwah Islam dapat

langsung On Air saat kajian berlangsung. Karakteristik ini yang membuat radio memiliki gaya tersendiri dibandingkan dengan media lain, karena sifat radio memiliki sifat (Kusnawan, 2004:54) yaitu :

a. Auditif

Yang dimaksud sifat auditif adalah bahwa keberadaan siaran radio hanya untuk didengar. Siaran yang sampai ke telinga pendengar pun hanya sepiantas lalu saja. Pendengar yang tidak mengerti suatu uraian dari radio siaran, tidak mungkin meminta kepada penyiar untuk mengulanginya lagi, sebab ia pun tidak melihat penyiar dan siaran berlalu seperti angin. Baru saja siaran itu tiba di telinga pendengar, sudah hilang lagi. Ketika pendengar baru saja mengingat dan memahami apa yang baru saja diterimanya, sudah datang kalimat lainnya.

b. Gangguan

Sebagai sebuah media massa, radio tidak luput dari kekurangan, yaitu memungkinkan terjadinya gangguan. Beberapa kemungkinan gangguan ini antara lain gangguan faktor bahasa, gangguan faktor *channel*, serta gangguan faktor mekanik.

Siaran radio tidak semulus dan sesempurna komunikasi antara dua orang yang berhadap-hadapan, sebab ia dilakukan melalui media yang medianya itu sendiri rentan atas gangguan-gangguan. Gangguan yang sifatnya alamiah, di antaranya sinar matahari, sehingga siaran radio lebih jelas diterima malam hari. Siaran juga kadang dipengaruhi cuaca dan turun naik gelombang atau gangguan teknis yang berupa tumpang tindih gelombang. Di samping itu, banyak gangguan lain, apalagi jika radionya sederhana, sehingga berbagai kelemahan penangkapan siaran terjadi.

c. Intim

Penyiar radio, penceramah, atau pun penghibur seakan berada di tengah-tengah pendengar. Seolah-olah di antara mereka terjadi persahabatan akrab dan intim, sapaan, canda, uraian petunjuk pada momen-momen tertentu, menjadikan siaran radio sangat *familier* dengan pendengarnya.

Dari uraian sifat radio di atas dapat terlihat bahwa radio memiliki kekurangan dalam penyiaran yang dilakukan, akan tetapi dengan kekurangan ini

merupakan suatu ukuran atau acuan untuk dapat diperbaiki. Karena sifatnya auditif tentu pendengar hanya memiliki keterbatasan untuk memahami materi atau informasi yang disampaikan, namun hal ini dapat dimimalisir dengan melakukan pengulangan kembali siaran yang telah disiarkan dengan tujuan agar pendengar dapat lebih memahami secara mendalam tentang tujuan yang menjadi sasaran pendengar. Terkait gangguan hal itu merupakan kondisional berdasarkan peralatan dan pengaturan pada saat siaran, hal ini terkait pelengkapan yang digunakan. Hal yang menjadi pertimbangan pokok adalah radio merupakan media audio yang dekat dengan penderanya karena radio dapat menjadi hiburan yang diminati yang masuk pada setiap kalangan. Keadaan ini yang dapat dimanfaatkan dalam menyiarkan program dakwah Islam secara terus menerus hingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dan menjadi program yang ditunggu oleh masyarakat.

2. Program Siaran

Keberhasilan sebuah stasiun penyiaran radio dalam mengelola acara dan pengaturan jadwal siaran merupakan hal yang krusial dari penyelenggaraan radio siaran. Akan tetapi dalam menyusun program acara dan penjadwalan siaran ditengah-tengah persaingan yang sangat kompetitif saat ini bukanlah perkara mudah. Kemajuan ditambah dengan adanya perkembangan teknologi telekomunikasi yang mendominasi dalam setiap aktivitas masyarakat sehari-hari, namun seiring dengan adanya kemajuan ini merupakan waktu yang tepat untuk berinovasi yang lebih kreatif. Perencanaan dalam program siaran merupakan syarat mutlak untuk menjadi media yang diminati dalam menari perhatian pendengar.

Program radio yang dapat mengalihkan perhatian pendegar dengan segala kebutuhan dan menjawab semua persoalan dalam kehidupan. Menurut Keith, Michael. C (1987:107) bahwa keunggulan sebuah siaran ditentukan oleh lima faktor, yaitu :

- (1). Materi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar, aktual
- (2). Kemasan acara yng interaktif dan memikat
- (3). Pemanduan yang kreatif; melibatkan bintang terkenal;
- (4). Penempatan waktu jam siar pada jam siar utama;
- (5). Interaksi partisipasi pendengar yang besar.

Radio bisa menjadi potensi dalam mengutamakan kebutuhan siaran dalam membina dan mendidik akhlak seluruh pendenagarnya yaitu dengan program siaran dakwah Islam, dengan program siaran yang diprogramkan melalui jadwal pada saat masyarakat istirahat bekerja atau beraktivitas dalam kesehariannya. Hal ini tentu butuh strategi untuk dapat bersinergi secara berkesinambungan, strategi itu dapat dilakukan seperti membangun *branding*, yang mana *branding* ini dapat dipopulerkan dengan menjadi stasiun radio komunitas yang dimulai dengan membentuk komunitas dari remaja hingga kalangan orang dewasa dan orang tua seperti faktor programs siaran yang diuraikan di atas.

Selain branding hal yang tidak kalah penting adalah *menampilkan format siaran yang sesuai dengan target pendengar* yaitu dengan kondisi masyarakat ditengah-tengah teknologi yang semakin memudahkan karakter sebagai manusia beriman. Sekain itu harus *mengadakan riset pendengar* sesuai dengan program yang diutamakan agar lebih tepat sasaran. Strategi yang yang terakhir adalah *Materi program dakwah yang relevan* untuk mengiringi aktivitas masyarakat selama 24 jam sesuai dengan keadaan dan waktu.

Jika strategi program siaran di atas dikelola dengan serius maka dapat menjadi peluang bagi stasiun radio untuk membangkitkan antusias masyarakat untuk kembali menggunakan media penyiaran radio seperti dulu lagi. Apabila telah muncul fanatisme pendengar terkait siaran dakwah dapat dipastikan loyalitas pendengar akan semakin meningkat, dengan demikian pesan yang diberikan akan sampai sesuai dengan tujuan.

3. Media Praktis

Dalam buku yang berjudul *Sosiologi Komunikasi*, Bungin (2008:71) Radio merupakan bentuk komunikasi massa, yaitu proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Melalui radio adalah suatu komunikasi yang akan disampaikan komunikator kepada khalayak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikasi akan menerima komunikasi secara kebersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan terpencar.

Saat ini Radio dapat ditemukan atau dinikmati secara mudah tanpa harus mengorbankan dalam beraktivitas sehari-hari, dengan kata lain sarana untuk

mendengarkan radio sangat mudah dan praktis hal ini yang merupakan peluang dengan pemanfaatan radio. Selain itu radio saat ini merupakan sebuah pelengkap yang melengkapi seluruh peralatan elektronik seperti handphone, tape yang rata-rata dimiliki oleh semua orang tanpa melihat golongan dalam masyarakat.

Di Indonesia radio sudah merupakan kebutuhan primer, karena radio hampir tersebar merata ke seluruh nusantara bahkan sampai di pelosok pedesaan dan wilayah terpencil. Radio dianggap efektif dalam menyampaikan informasi pada masyarakat, karena radio memiliki daya kekuatan sebagai berikut (Onong, 1992:139).

a) Daya Langsung

Radio siaran mencapai sasarannya yakni pendengar dan isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses yang kompleks. Setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis diatas kertas, kemudian tinggal dibacakan di depan corong radio sebanyak kali yang diinginkan.

b) Daya Tembus

alam arti kata radio tidak mengenal jarak dan rintangan, selain waktu, jarakpun bagi radio siaran tidak menjadi masalah.

c) Daya Tarik

Radio mempunyai tiga unsur daya tarik, yaitu musik, kata-kata dan efek suara (*sound effect*).

Kelebihan-kelebihan media radio ini semestinya digunakan semaksimal mungkin sebagai media penyiaran Islam. Penyiaran Islam melalui media radio mempunyai efektifitas tinggi, karena dapat menembus batas-batas geografis suatu wilayah serta memperpendek waktu berkomunikasi. Artinya media radio efektif untuk mencapai tujuan penyiaran Islam, yaitu perubahan kehidupan beragama Islam pada masyarakat, baik dalam bidang akidah, syariah maupun akhlakul karimah (Setiawan, 2009:89).

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa penyiaran Islam melalui radio memberi pengaruh terhadap pengetahuan agama pendengar aktif. Pendengar aktif merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah proses siaran dengan format dialog interaktif dengan karakter individu-individu yang memiliki *freedom of choice* dalam merespon suatu siaran. Pendengar aktif juga selektif dalam penerima pesan, jika pesan itu menarik, penting dan dibutuhkan,

itu artinya siaran agama Islam dalam bentuk dialog interaktif menjadi salah satu cara yang menarik bagi pendengar aktif (Marzuki, 2001:2-3). Kemajuan teknologi komunikasi pada saat ini memberikan dampak positif terhadap siaran radio, dengan adanya teknologi digital saat ini membuat siaran radio semakin jelas dan suara menjadi jernih. Keadaan ini tentu dapat dimanfaatkan dalam memaksimalkan siaran dakwah Islam dengan dukungan teknologi komunikasi dan program siaran yang lebih diprioritaskan.

4. Memperluas pengelolaan siaran berbasis komputerisasi.

Hal yang dimaksud dalam poin ini adalah menggunakan frekuensi dengan sistem digital. Seperti yang diuraikan pada konsep di atas bahwa radio memiliki dua frekuensi yaitu AM (*Amplitudo modulation*) dan FM (*frequency modulation*), saat ini radio dapat beralih ke sistem digital. Penyiaran radio siaran bersistem *digital(digital audio broadcasting)*, DAB dengan berbasis komputer merupakan teknologi terkini yang berkembang dalam industri radio siaran. Teknologi radio siaran saat ini ada dua bentuk yang bisa berjalan seiringan yaitu penyiaran radio lewat internet (*online radio*) dan penyiaran melalui satelit. Dalam pengembangan radio siaran melalui online bentuk pelayanannya berbeda dengan penyiaran melalui satelit, perbedaan yang ada terletak pada daya jangkauan untuk pendengar. Ada dua bentuk pelayanan pada radio online, yaitu (1). *On demand*, bentuk penyiarannya melalui *file audio* yang telah direkam sebelumnya, misalnya BBC melalui situs www.bbc.uk/indonesion. (2). *live (livecasting)*, menyiarkan acara pada saat bersamaan bisa disimak user melalui situs radio setempat (real time) seperti situs www.elshintatv.com atau indosat.net.id/lve.r.a.fafa (dalam Rihartono, 2015:61).

Proses dari pelayanan radio siaran melalui online secara teknis dilakukan dengan menampilkan dua jenis proses yaitu, *pertama, uncasting* untuk *on demand*, yaitu pengiriman data dari satu titik ke titik lain (dari *e-mail* personal kepersonal lain) secara berulang melalui fasilitas *streaming server*. *Kedua, multicasting* untuk *real time/live*, yaitu pengiriman data dari satu titik ke banyak titik yang merupakan kesatuan (*e-mail* personal ke *milis*), *User* tinggal mengklik software Real Time di front page. Penyiaran radio siaran saat ini dalam rangka pengembangan jangkauan siaran dituntut bahkan diwajibkan untuk membuka siarannya melalui *on line* demi untuk memperoleh pendengar sebanyak

mungkin, bahkan radio siaran yang hanya bertahan pada pola pengelolaan secara konvensional maka tinggal menunggu waktu saja untuk berhenti beroperasi. Kondisi saat ini pendengar menuntut kecepatan informasi tanpa harus menunggu terlalu lama dan informasi yang selalu *up to date* . Pengelolaan radio siaran melalui *on line* mempunyai implikasi yang sangat signifikan terhadap produksi siaran, terutama terdapat empat aspek, (1), adanya bentuk pelayanan siaran yang tidak hanya didengar saja , tetapi bisa di-*download* kapan saja oleh pendengar, sehingga pendengar bisa mengakses kapan saja mereka mau, (2), penyiaran bersifat total interaktif, artinya semua akses interaktif bisa digunakan pendengar, (3), pembuatan penulisan naskah siaran dibuat dengan bentuk audio, audio visual, dan cetak sehingga bentuk penulisan naskah menjadi bersifat konsumsi media, (4), radio siaran menjadi institusi berskala global sehingga studio radio menjadi wilayah yang transparan, karena data yang bersifat mentah maupun jadi pendengar seluruh dunia berhak untuk mendapatkannya (Rihartono, 2015:61).

C. PENUTUP

Radio akan lebih berpotensi jika dalam pengelolaannya telah menggunakan saluran *on line* pada saat siaran berlangsung, Kondisi masyarakat saat ini sudah sangat memungkinkan untuk mengakses radio melalui komputer maupun telpon seluler, hampir seluruh ponsel memberikan fasilitas radio di dalamnya. Strategi lain yang perlu dilakukan dalam pengelolaan radio siaran adalah pengaturan program siaran dakwah Islam yang relevan dengan aktivitas dan keadaan masyarakat. Dalam pengaturan judul acara perlu diperhatikan hal-hal yang menyangkut prinsip, bahasa, dan sifat siaran yang akan disampaikan ke pendengar. Disamping itu perlu juga diperhatikan pembuatan jadwal yang bersifat bulanan dan harian. Program acara siaran bulanan di jadikan pedoman dalam pelaksanaan program acara siaran harian, jadi program acara bulanan dapat mengakomodir kekurangan seluruh acara program acara harian.

Selain itu strategi dalam memperluas target pendengar juga harus dilakukan dengan membangun *branding*, menampilkan format siaran yang sesuai dengan kebutuhan pendengar, mengadakan riset pendengar, dan materi dakwah yang relevan dengan keadaan masyarakat pendengar. Hal yang harus dipenuhi terutama adalah dengan memanfaatkan radio pada siaran komunitas yaitu dengan membentuk komunitas disetiap lini agar pendengar semakin meluas terutama pada tempat-tempat terpencil yang tidak

memiliki signal atau koneksi internet. Modifikasi dan kolaborasi dengan program siaran online adalah suatu langkah yang harus dilakukan, kemampuan radio untuk siaran *on line* dengan *live streaming* seperti yang dilakukan pada media sosial yang banyak diminati oleh kalangan remaja. Hal ini menandakan kemampuan untuk berprogres positif dapat melakukan strategi pengelolaan radio siaran akan selalu berkembang sejajar dengan kemajuan teknologi. Apapun kemajuan teknologi komunikasi saat ini jika stasiun siaran radio dikelola secara baik maka radio sampai kapanpun akan terus diminati pendengarnya dan menjadi primadona dalam mencari informasi dan ilmu pengetahuan.

Siaran radio merupakan suatu potensi siaran dakwah Islam ditengah-tengah kemajuan teknologi komunikasi yang banyak terpengaruh penggunaannya pada arah negatif, dengan adanya siaran radio masuk ke dalam siaran livestreaming dalam materi dakwah islam akan dapat membantu meredam para penggunaannya agar tidak semakin tenggelam pada jurang kemaksiatan. Dengan program siaran ke Islaman lambat laun akan dapat masuk ditengah-tengah masyarakat berdasarkan *trending* atau media viral yang sedang digandrungi. Pelayanan terhadap pendengar dengan materi dakwah yang sesuai keadaan masyarakat akan semakin luas melalui ke jaringan internet yang lebih cepat dan praktis. Perencanaan siaran menjadi dasar utama sebagai pedoman pelaksanaan siaran. Format siaran yang didasarkan pada segmentasi pendengar akan mampu mendongkrak hasrat pendengar dan perlahan akan mempengaruhi terhadap apa yang telah didengar secara terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Bahri Ghazali, 1997. *Da'wah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu komunikasi Da'wah*. Jakarta: Pedoman Ilmu jaya.
- Aep Kusnawan, 2004. *Komunikasi dan Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, film, dan Media Digital*. Bandung: Benang Merah Press.
- A. Ilyas Ismail, 2006. *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub*. Jakarta: Penamadani,
- Ali aziz, 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Arief Setiawan, 2009. *Pengaruh Mendengarkan Siaran Dialog Agama Islam di Radio Kota Perak Yogyakarta Terhadap Pengetahuan Agama Islam Pendengar Aktif di Wilayah* D.I

- Yogyakarta. Yogyakarta: Thesis UIN Sunan Kalijaga. Depdikbud RI, 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, cet. Ke- 9,
- Burhan Bungin, 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group,
- Hartono Rudi, 2009. *Cerdas Jelajah Internet*, Jakarta: Kriya Pustaka
- M. Bahri Ghazali, 1997. *Da'wah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu komunikasi Da'wah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu jaya,
- Masduki, 2005. *Menjad Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS, cet. 2
- Muryanto Ginting Munthe, 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,
- Onong Uchjana Effendi, 1992. *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Masduki, 2000. *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS,
- Siantari Suhartono, 2015. Strategi Pengelolaan Radio Siaran di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga (Jurnal Komunikasi PROFETIK).
- Saifudin Anshari, 1969. *Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam*. Bandung: Pustaka Pelajar.
- Ton Kertapati, 1996. *Dasar-Dasar Publistik*. Jakarta: Soeroengan, vol. 3