

“STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROGRAM MUTIARA HIKMAH DI RADIO RASIKA FM”

Misbahul Munir

Warta Nasional

Email : misbahazza21@gmail.com

ABSTRACT

This research is to know how communication strategy in program of Mutiara Hikmah at Radio Rasika Fm. The research used is qualitative research, taking place in Radio Rasika Fm which is located in Ungaran city of Semarang regency. Data collection techniques used are using observation methods, interview methods and documentation methods. The method of analysis used in this research is descriptive analysis method. This analysis is useful for researchers to find out how the communication strategy used in the program Mutiara Hikmah.

The result of this research is that the strategy used by Rasika Fm radio in Mutiara Hikmah program is to develop communication strategy and program strategy. In formulating the communication strategy can be seen from the analysis of the audience is through membership surveys, the preparation of messages through the AIDDA method, the determination of methods through redundancy and canalizing methods, and the selection of media communication by using various media to support the program Mutiara Hikmah to be better known by audience listeners. In terms of program strategy is through broadcast program planning process, production process and program purchase, program execution process, and supervision process and program evaluation, all of which are very important and needed in the process of preparing one of the program that is Mutiara Hikmah program,

Keywords: *strategy, communication, radio*

ABSTRAK

Penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam program Mutiara Hikmah di Radio Rasika Fm. Penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil tempat di Radio Rasika Fm yang berada di kota Ungaran kabupaten Semarang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Analisis ini berguna bagi peneliti untuk menemukan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam program Mutiara Hikmah.

Hasil dari penelitian ini bahwa secara umum strategi yang digunakan oleh radio Rasika Fm dalam program Mutiara Hikmah adalah menyusun strategi komunikasi dan strategi program. Dalam menyusun strategi komunikasi dapat terlihat dari analisis khalayak yaitu dengan melalui survey membership, penyusunan pesan melalui metode AIDDA, penetapan metode melalui metode redundancy dan canalizing, dan pemilihan media komunikasi dengan menggunakan berbagai macam media untuk menunjang program Mutiara Hikmah agar lebih dikenal oleh khalayak pendengar. Dari segi strategi program yaitu melalui proses perencanaan program siaran, proses produksi dan pembelian program, proses eksekusi program, dan proses pengawasan serta evaluasi program, yang semua itu sangat penting dan dibutuhkan dalam proses penyusunan salah satu programnya yaitu program Mutiara Hikmah,

Kata kunci: *strategi, komunikasi, radio*

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan tugas suci yang dibebankan kepada setiap muslim di mana saja ia berada, dengan segala aktivitas yang mengajak orang untuk berubah dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang baik. Pengertian tersebut mengandung makna bahwa dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, yang dilakukan secara sadar baik secara individual maupun kelompok. Tujuannya, agar dalam diri individu muncul suatu pengertian, kesadaran, dan sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang di-sampaikan kepada manusia dengan tanpa ada unsur-unsur paksaan. Dengan demikian, maka esensi dakwah terletak pada ajakan dorongan (motivasi) rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran (Arifin, 2000:6).

Komunikasi akan berhasil dengan baik, jika suatu strategi digunakan dalam melakukan komunikasi. Tentunya setiap komunikator memiliki strategi yang berbeda-beda dalam melakukan komunikasi. Keberhasilan sebuah strategi dapat dilakukan jika setiap komunikator memperhatikan hal-hal yang terkait dengan strategi yaitu melihat kondisi, situasi lingkungan, pesan, efek, dan komunikannya. Hal ini dinilai sangat penting karena hubungan antara komunikator dengan komunikan akan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu komunikasi. Seorang da'i atau dalam hal ini komunikator, harus pintar-pintar membaca keadaan. Maksudnya adalah harus pintar memilih media untuk sarana dakwahnya, terlebih lagi seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat mengharuskan kita sebagai seorang da'i

juga harus memacu tingkat kemajuan ilmu dan teknologi, tidak terkecuali teknologi komunikasi yang merupakan suatu sarana yang menghubungkan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain. Salah satu alternatif berdakwah yaitu menggunakan media radio.

Radio adalah suatu medium komunikasi, dimana pesan berupa suara yang diubah menjadi sinyal suara, dipancarkan dari suatu sumber dengan antenna pemancar, tanpa perangkat kabel, melalui gelombang elektro-magnetik, kemudian diterima oleh antena penerima pada pesawat penerima, yang mengubah sinyal suara menjadi pesan berupa suara kembali. Radio tidak membutuhkan sentuhan langsung antara sumber dan penerima, sebab antena pemancar melepaskan radiasi energy dalam bentuk gelombang radio udara (Wibowo, 2012:1).

Radio dianggap menjadi media massa yang sangat penting karena lebih banyak orang yang menangkap atau mendengar radio dari pada media lainnya. Tiga alasan mengapa radio dianggap menarik, karena sifat ketersegeraan (*actuality*), berita radio yang tersaji secara langsung menjadi daya tarik tersendiri karena aktualitas dan objektivitasnya terjamin tanpa rekayasa ulang dari redaktur. Sifat format kemasan (*bodystyle*), kemasan radio dewasa ini semakin bervariasi, sehingga memudahkan pendengar untuk memilih kemasan yang pas buat mereka, dan mencatat waktu penyiaran yang sesuai dengan kesibukan mereka. Sifat lokalitasnya, sebagai sarana komunikasi publik, radio menganut segmentasi menurut kedekatan geografis dan perilaku sosial masyarakat sekitarnya. Prinsip ini mengharuskan radio bersifat sangat lokal karena itu radio lebih mampu menyerap lebih dalam aspirasi lokal dan menyiarkannya (Masduki, 2001: 6-7).

Demikian pula dengan sebuah program dakwah yang disiarkan melalui sebuah stasiun radio harus dimaksimalkan peranannya untuk memberikan dampak yang positif dan dapat mengubah perilaku insan manusia ke arah yang lebih baik di tengah masyarakat yang saat ini kurang dalam hal norma-norma agama. Melalui keunggulan stasiun radio yang dapat menjangkau khalayak pendengar secara luas, dapat dijadikan sebagai peluang untuk berdakwah tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak. Untuk itu, sampai saat ini banyak stasiun-stasiun radio yang masih memutar program-program yang bermuatan dakwah dikarenakan masyarakat yang mayoritas beragama Islam masih membutuhkan siraman rohani yang bermuatan Islami.

Allah berfirman dalam al-Quran surat Al-Imran ayat 104, yaitu:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan yang menyeru/mengajak kepada kebajikan. Menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang munkar, mereka itulah orang-orang beruntung".

Dakwah dapat dikatakan suatu strategi penyampaian nilai-nilai ajaran Islam pada umat manusia demi terwujudnya suatu tatanan hidup yang Islami. Dakwah juga dapat dikatakan sebagai agen yang mengubah manusia dari arah yang tidak baik ke arah yang baik bila diterapkan sesuai dengan kondisi *mad'unya*. Sebagaimana yang telah ditegaskan dalam al-Qur'an surat an-Nahl/16 ayat 125 yang berbunyi:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".

Dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas, karena melalui siaran radio akan lebih mudah dan praktis serta mampu menjangkau komunikan yang lebih tersebar. Efektifitas dan efisiensi juga akan tercipta jika da'i mampu mengemas atau memodifikasi dakwah dengan metode yang tepat dan cocok sesuai dengan situasi dan kondisi, untuk itulah da'i harus memiliki strategi yang tepat. Dengan banyaknya media radio, masyarakat memiliki alternatif untuk mendengarkan radio yang ada di kabupaten Semarang yaitu Radio Rasika FM yang merupakan milik PT. Radio Rasika Dananda Utama sebuah Perseroan Terbatas menurut Hukum Indonesia yang berkedudukan, berkantor di Jl. Semangka no. 7 Ungaran dan radio Rasika FM sendiri menempati frekuensi FM 105.6 Mhz. Radio Rasika FM mulai didirikan sekitar bulan Juni 1990 oleh H. Noto Soebronto dan mengudara di frekuensi AM 1242 KHz. Satu setengah tahun kemudian Rasika pindah frekuensi dari AM menjadi Stereo di frekuensi FM 107.55 MHz, dengan *coverage area* Ungaran dan sekitarnya, dengan pertimbangan agar senantiasa melekat di hati masyarakat

Peran Radio Rasika Fm dinilai cukup berpengaruh terhadap masyarakat karena sesuai dengan misinya yaitu menyelenggarakan program radio yang mendukung dengan tingkat kepuasan maksimal bagi pendengar dan mitra usaha, selain itu radio Rasika ingin memberikan pencapaian yang mendatangkan nilai kebahagiaan yang berarti kepada masyarakat, pendengar, mitra usaha, karyawan dan pemegang saham, menumbuhkan motivasi dan partisipasi masyarakat dalam dakwah Islamiyah dengan silaturahmi (melalui udara) menjadikan pendengar lebih bijaksana serta lebih meningkatkan keimanan dan ketaqwaan pendengar kepada Allah SWT. Dan ini merupakan visi misi yang dikembangkan oleh almarhum K.H Ahmad Al Asrori yang merupakan pendiri dari konsep program Mutiara Hikmah.

Berkaitan dengan radio sebagai media dakwah, radio Rasika FM sendiri memiliki peran penting dalam kegiatan penyiaran dakwah Islam. Hal ini terlihat dari beberapa program yang mengandung nilai-nilai keislaman. Salah satu program religi yang format komunikasinya efektif untuk penyampaian misi dakwah yaitu program acara “*Mutiara Hikmah*” yang isinya mengandung nilai-nilai agama dan spiritualitas Islam. Program Mutiara Hikmah adalah sebuah program rekaman pengajian tasawuf yang disampaikan oleh almarhum KH. Ahmad Asrori Al Ishaqi Ra pendiri Ponpes Al Fitrah Surabaya dan juga Mursyid Thoriqoh Qadiriyyah Nagsabandiyah yang memiliki ribuan jamaah di Jawa Tengah. Mutiara Hikmah ditayangkan tiga kali dengan durasi satu jam, di dalamnya juga ditayangkan jadwal kegiatan Jamaah Al Khidmah. Pengambilan nama Mutiara Hikmah sendiri diambil dari bagaimana program dengan nama yang

pendek akan tetapi mengena di hati pendengarnya. Diharapkan pendengar setelah mendengarkan program Mutiara Hikmah mendapatkan hikmah dari apa yang disampaikan oleh beliau yang berisi mengenai akhlak dan akhlak merupakan sebuah mutiara yang nantinya akan mendatangkan hikmah bagi pendengarnya.

Minat masyarakat terhadap Radio Rasika FM cukup besar khususnya pada program religi yaitu Mutiara Hikmah yang sejak dulu merupakan program acara unggulan dengan pencapaian rating yang tertinggi pada program tersebut sekaligus merupakan pembeda dengan stasiun radio lain di kabupaten Semarang. Karena itu, Radio Rasika biarpun sudah berdiri lama akan tetapi masih tetap eksis di udara dengan misinya yaitu memberikan pencapaian yang mendatangkan kebahagiaan bagi para pendengarnya. Beberapa penghargaan dan prestasi yang diraih oleh Radio Rasika FM antara lain, pelopor *radio traffic* atau informasi jalan di Semarang bahkan Jawa Tengah, penyelenggara festival barongsay pertama di Indonesia pada tahun 2000, pelopor radio yang memutar lagu Mandarin di Semarang dari tahun 1999-2006, program inovasi terbaik ke 3 dalam acara Indonesia Radio Award pada tahun 2011, radio swasta terbaik di Jawa Tengah di ajang Hasiarnas Jateng pada tahun 2012, juara pertama di ajang Indigo Fellowship di kategori radio digital terbaik pada tahun 2013, penghargaan dari Museum Rekor Indonesia di ajang festival kuda lumping terlama pada tahun 2013 (wawancara dengan manager Rasika, Ratna Mufidah, Semarang: 9 Januari 2017).

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana strategi komunikasi dalam program Mutiara Hikmah di Radio Rasika FM?

Konsep Strategi Komunikasi

i. Pengertian strategi komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2007:35)

ii. Tujuan Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D Paterson, dan M Dallas Burnet dalam (Effendy, 2006: 32) tujuan sentral komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu (1) *to secure understanding*, (2) *to establish acceptance*, (3) *to motivate action*. *To secure understanding* artinya memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata komunikan sudah mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*). Dengan begitu tujuan komunikasi adalah menyampaikan pesan kepada komunikan agar pesan yang disampaikan dapat mengajak pada hal kebaikan dalam hal ini adalah efek reaksi yang telah disampaikan oleh komunikator.

iii. Menyusun strategi komunikasi

Untuk menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu komponen komunikasi (komunikator, komunikan, pesan, media).

Untuk memperkuat strategi komunikasi maka harus didukung teori. Salah satunya menghubungkan strategi komunikasi dengan teori yang dikemukakan oleh Harold D Laswell, yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumusan komunikasi yaitu *Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect* (siapa komunikatornya dan pesan apa yang disampaikan menggunakan media apa untuk siapa dan dengan efek apa).

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun Strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009 :183), yaitu:

a. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tapi juga saling mempengaruhi. Hal itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*), faktor situasi dan kondisi komunikan yang meliputi:

- 1) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak
- 2) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada
- 3) Situasi dimana khalayak berada

Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikan tidak akan berlangsung, untuk berlangsungnya suatu

komunikasi dan kemudian tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Hal ini sesuai dengan rumus klasik AIDDA sebagai *adoption process*, yaitu *Attention, Interest, Desire, Decision*, dan *Action*. Artinya dimulai dari membangkitkan perhatian (*Attention*), kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*Interest*), sehingga khalayak memiliki hasrat (*Desire*), untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator, dan akhirnya diambil keputusan (*Decision*) untuk mengamalkannya dalam tindakan (*Action*) (Fajar, 2009: 93).

Menurut Wilbur Schramm yang dikutip oleh Effendi bahwa apa yang dinamakan *the condition of success in communication* yaitu syarat-syarat untuk keberhasilan dalam menyusun pesan antara lain sebagai berikut:

- 1) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud
- 2) Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada

pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan

- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut
- 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Effendi, 1986: 41)

c. Menetapkan Metode

Untuk mencapai efektifitas komunikasi, selain dari kemampuan isi pesan yang diselaraskan dengan kerangka referensi, situasi dan kondisi khalayak, maka metode komunikasi merupakan hal yang dapat mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*, sedangkan menurut bentuk isinya dikenal dengan metode *informative, persuasive, edukatif* dan *kursif*.

1) *Redudancy (repetition)*

Merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan mengulang-ulang pesan. Metode ini memungkinkan peluang mendapat khalayak semakin besar, pesan penting mudah diingat oleh khalayak dan member kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya. Dengan penggunaan metode ini banyak manfaat yang dapat diambil, manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator. Meskipun demikian sebaiknya komunikator

tetap memperhatikan variasi-variasi yang menarik dan tidak membosankan dalam pengulangan pesannya (Fajar, 2009: 198-199).

2) *Canalizing*

Pada mulanya komunikator memberikan pesan kepada khalayak, kemudian secara perlahan diubah pola pikir dan sikapnya ke arah yang komunikator kehendaki. Cara inilah yang disebut sebagai metode *canalizing*. Maksudnya komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Pada metode ini proses komunikasinya adalah komunikator terlebih dahulu mengenal khalayak kemudian memberikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak kemudian dirubah sedikit demi sedikit ke arah tujuan yang komunikator kehendaki (Fajar, 2009: 199-200).

3) *Informatif*

Metode ini lebih ditunjukkan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.

4) *Persuasif*

Metode ini mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.

5) *Edukatif*,

Metode ini memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung-jawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan terencana dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

6) *Kursif*

Merupakan metode mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Dalam hal

ini khalayak dipaksa tanpa perlu berpikir panjang

d. Penetapan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal. (Fajar, 2009: 204).

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting yang harus diperhitungkan. Menurut Elizabeth-Noelle Neuman yang dikutip oleh Rakhmat, secara teknik menunjukkan empat tanda pokok dari komunikasi menggunakan media, khususnya media massa yaitu:

- 1) Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis.
- 2) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi atau para komunikan.
- 3) Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.
- 4) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar. (Rakhmat, 2005: 189).

Radio Rasika FM dalam Program Mutiara Hikmah

Secara umum program Mutiara Hikmah itu berisi tentang bagaimana manusia itu bertatakrama terhadap dirinya, orang tuanya, guru-gurunya, para wali dan rosul. Hal ini karena kaitannya secara

khusus ketika radio rasika pertama kali menyelenggarakan siaran Mutiara Hikmah tahun 90-an, Thoriqoh itu belum diterima secara umum dan menganggap bahwa Thoriqoh itu tidak berdasarkan Qur'an dan Hadis. Jadi program Mutiara Hikmah secara umum mengajarkan tentang adab contohnya yaitu ungkapan rasa syukur seorang anak sebagai bentuk penghormatan terhadap orang tuanya, gurunya dan orang yang sudah meninggal itu adanya kegiatan khaul, baik di desa, kecamatan, maupun kota dan nantinya di daerah Surabaya sebagai puncak kegiatan khaulnya. Di Jawa Tengah dahulu hanya diadakan satu tahun sekali di setiap kabupaten sudah bagus, tetapi sekarang ini di radio rasika group yang berada di Sragen, Pati, Rembang, Kudus dan Semarang hampir setiap hari ada pengumuman jadwal mengenai khaul dan secara umum maupun secara khusus alhamdulillah sudah diterima masyarakat.

Secara umum konsep dakwah dalam program mutiara hikmah ada tiga, yaitu: a) mengajak orang berzikir dan beribadah secara langsung, b) mengajak orang untuk meningkatkan pemahaman, c) melaksanakan kegiatan kemajelisan. Di radio lain strategi dakwah pada umumnya tidak melakukan tiga hal tersebut, sementara di radio rasika konsep dakwahnya bahwa orang setelah mendengarkan program Mutiara Hikmah diharapkan paham, tahu sesuatu dan mengajak orang lain untuk berdzikir seperti istighozah, pembacaan yasin, kirim fatihah dan membuat majelis khaul.

Dalam hal komunikasi vertikal apa yang dilakukan program Mutiara Hikmah itu goalnya adalah bagaimana masyarakat memahami tentang tata krama beribadah, dan pelaksanaan pada umumnya adalah orang-orang yang tidak paham tentang tata krama beribadah. Karena itu sifat dari

program ini adalah intruksional, jadi ada rapat perencanaan setiap bulan, monitoring mingguan dan setiap pagi ada kegiatan *morning briefing*, itu semua berkaitan dengan dampak dari program yang sudah direncanakan, dan *briefing* itu berkaitan dengan apakah setiap minggunya cukup banyak respon dari masyarakat yang berkaitan dengan majelis dzikir dan bagaimana masyarakat dengan mendengar program Mutiara Hikmah. Karena Mutiara Hikmah itu tidak hanya ada satu gelombang ceramah, tetapi juga ada amalan-amalan yang dilakukan dengan dengan mengikutsertakan pendengar juga menggerakkan agar masyarakat menyelenggarakan majelis dzikir. Contohnya yaitu program Mutiara Hikmah yang selalu berkaitan dengan jurnal kegiatan Al-Hikmah dan ini merupakan pola mendengarkan program Mutiara Hikmah di Radio Rasika FM.

Dalam hal komunikasi horizontal karena program Mutiara Hikmah sudah ada petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknisnya, salah satunya yaitu program Mutiara Hikmah ini tidak boleh diselingi oleh iklan, program yang tidak boleh dipotong secara mendadak dengan suatu alasan apapun. Misalnya pada waktu penayangan jadwal diganti atau dibeli oleh orang lain maka antara sesama staf Rasika harus saling mengingatkan karena mereka sudah sama-sama tahu bagaimana program ini harus dijalankan sebagai tindak lanjut biasanya masing-masing divisi memberikan sanggahan ataupun mengajukan rencana apa yang akan dilakukan ke depannya.

Program Mutiara Hikmah sendiri disiarkan pada Rasika Group yaitu Rasika Pekalongan, Rasika Sragen, Rasika Semarang dan Rasika USA, akan tetapi banyak juga radio lainnya yang meminta file rekaman program Mutiara Hikmah

untuk disiarkan dalam radionya khususnya radio yang berbasis keislaman dengan harapan ingin bersama-sama belajar dan berinovasi di dunia radio. Program ini juga ditunjang dengan kegiatan *off air* berupa penyelenggaraan majelis, setiap daerah yang akan menyelenggarakan majelis dzikir, maulid maupun tahlil mereka bisa bergabung dengan Al Hikmah dan bisa meminta tolong kepada pihak rasika untuk mengumumkan dan radio Rrasika akan mensupport bahkan apabila kegiatannya di tingkat kabupaten, radio Rasika akan menyiarkannya secara langsung dari lokasi yang bersangkutan.

Pendiri sekaligus pengisi program Mutiara Hikmah memang sudah tiada, tetapi beliau dapat menciptakan sebuah sistem dimana sistem ini terus berlangsung sampai sekarang. Sistemnya yaitu keinginan beliau yang dituangkan ke dalam pengajian-pengajian agar orang-orang senang berdzikir, membaca solawat, dan mengikuti kegiatan kemajelis dengan menghimbau di setiap kawasan baik itu di tingkat kelurahan, kecamatan maupun kabupaten selalu mengadakan secara terstruktur dan itu bertahan sampai sekarang, sehingga tidak perlu adanya beliaupun rogram Mutiara Hikmah tetap berjalan dan tetap diputar karena materinya yang kontemporer tetapi klasikal artinya sampai kapanpun program ini tetap relevan.

1. Menyusun Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun Strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009 :183), yaitu:

a. Mengetahui Khalayak

Dalam hal penyusunan strategi komunikasi, seorang komunikator harus lebih dulu mengetahui bagaimana sasaran khalayak pendengar yang dituju. Hal itu

bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*), faktor situasi dan kondisi komunikasi.

Untuk mengetahui khalayak pendengar khususnya dalam program Mutiara Hikmah, Radio Rasika FM melakukan survey membership dan juga adanya sistem registrasi melalui via whatsapp ataupun sms dan selalu update mengenai biodata pendengar dan melalui program unggulannya yaitu program Mutiara Hikmah sendiri. Ada juga melalui program *off air* dan setiap minggunya mengadakan kegiatan istighozah dan khaul umum sehingga akan lebih mengetahui karakter khalayak pendengar

Dengan daya pancar 5000 watt sasaran khalayak Radio Rasika Fm adalah daerah Ungaran, Semarang dan Ambarawa, Salatiga, Purwodadi dengan jangkauan tak terduga yaitu wilayah Tawangmangu, Temanggung, Ponorogo, Ngawi dan Batu Malang, dan ini sangat baik untuk promosi maupun pengenalan program-programnya khususnya program mutiara hikmah sendiri . Secara umum maupun secara khusus pendengar Radio Rasika Fm rata-rata berusia 15-55 tahun dengan pendengar pria 45 % dan pendengar wanita 55 % karena dalam program mutiara hikmah sendiri target pendengarnya adalah multisegmen.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengetahui khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Isi yang ingin disampaikan dalam program Mutiara Hikmah adalah

bahwa manusia itu harus selalu mengucapkan rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah SWT atas keberadaan orang tuanya, gurunya dan orang yang berpengaruh di dalam kehidupannya.

Program Mutiara Hikmah menyajikan materi tentang keislaman yang isinya mencakup aqidah, syariah dan akhlak supaya masyarakat lebih mengerti dan menambah wawasan tentang ajaran Islam, dan materinya juga sudah ditentukan sejak dulu oleh beliau yang menciptakan program mutiara hikmah dan ada beberapa kitab yang menjadi rujukan dalam program mutiara hikmah yaitu: *Fatkhul Muin, Risalatul Khusaeriyah* dan lain-lainnya, jadi pihak Rasika hanya memutar dan mengulang sesuai dengan bulannya, misalnya apabila bulan maulid maka radio Rasika akan memutar dengan tema-tema maulid begitupun dengan bulan-bulan lainnya.

Beberapa tema dan materi yang disajikan dalam program mutiara hikmah antara lain:

- a) Ilmu
- b) Dzikir
- c) Amal
- d) Ibadah Thoriqoh
- e) Penyakit hati
- f) Kemuliaan
- g) Kepemimpinan
- h) Tata krama doa
- i) Kebenaran Islam
- j) Fatimah sebagai tuntunan hidup

c. Menetapkan Metode

Menurut cara pelaksanaannya dalam menetapkan metode, program Mutiara Hikmah melakukan kegiatan secara *on air* dengan menetapkan metode *redundancy* atau *repetition* yaitu kegiatan dengan mengulang-ulang materi atau pesan siarannya melalui rekaman yang telah dibuat oleh pihak Radio Rasika, dan juga

metode *canalizing* dengan cara pihak radio Rasika menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak selain itu juga kegiatan *off airnya* seperti kegiatan istighozah, khaul umum yang diadakan di Ponpes Al-Fitrah Surabaya (Wawancara dengan station manager Ratna Mufidah, 7 Januari 2017).

Menurut bentuk isinya dikenal dengan metode informatif, persuasif, dan edukatif dan kursif.

- 1) Metode *informatif*, lebih ditunjukkan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode *informatif* ini diterapkan pada program Mutiara Hikmah yang selalu memberikan informasi terkait dengan materi atau pesan Islami yang tentunya sangat bermanfaat bagi pendengar setiap harinya untuk membekali diri di masa akhiratnya.
- 2) Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk, dan metode *edukatif* yaitu memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya. Metode persuasif dan edukatif ini diterapkan dalam program Mutiara Hikmah, hal ini dikarenakan dalam program tersebut pesan-pesan yang disampaikan berisi pendidikan dan ajakan terhadap khalayak pendengar untuk selalu berbuat kebaikan.
- 3) Metode *cursive* yaitu metode mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Dalam hal ini program Mutiara Hikmah juga memiliki pesan atau materi yang isinya adalah ancaman bagi orang-orang yang

berbuat tidak sesuai dengan apa yang diperintahkan al quran dan hadist, orang-orang yang memiliki penyakit hati, dan lainnya yang nantinya memiliki ancaman tersendiri sehingga akan mempengaruhi khalayak pendengar.

d. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

Dalam pemilihan media komunikasi karena masyarakat Indonesia pada umumnya akrab dengan radio karena murah dan efektif dibawa kemana-mana. Dan radio itu yang mendatangi publik, orang didatangi pesan bukan orang mencari pesan untuk itu dalam menyiarkan program Mutiara Hikmah kita memilih radio karena kita menganggap radio itu cukup efektif untuk mengubah sikap, mental, dan gaya hidup manusia. Program ini juga dikenalkan dengan melalui sms langsung, melalui siaran iklan di radio dan melalui brosur, selain itu juga menggunakan berbagai macam akun media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan *radio streaming*.

Cara mengetahui terujinya konsep program Mutiara Hikmah yaitu dengan semakin banyaknya terbentuk pengurus-pengurus Al-Hikmah baik di kabupaten, kecamatan maupun desa sebagai bentuk dari keinginan mereka untuk melalui kegiatan melalui majelis-majelisnya. Secara khusus radio Rasika FM setiap hari menerima fax, email dan WA banyak sekali permohonan mengenai pengumuman jadwal kegiatan, ini menunjukkan bahwa

program Mutiara Hikmah telah teruji dan tercapai. Seandainya tidak teruji sampai sekarang tidak ada kegiatan khaul di mana-mana. (Wawancara dengan direktur radio rasika Hasanuddin pada tanggal 17 september 2017).

Strategi Radio Rasika Program Mutiara Hikmah

a. Perencanaan Program Siaran

Perencanaan program siaran meliputi perencanaan dari radio rasika sendiri dan juga perencanaan program Mutiara Hikmah. Dari segi perencanaan radio meliputi: Perencanaan jangka panjang yaitu mulai dari visi misi Radio Rasika FM yang sejak awal berdiri ingin menjadi radio yang memberikan sebuah solusi dan inovasi dan bermanfaat bagi pendengar, untuk perencanaan jangka menengah radio rasika banyak melakukan program-program yang dibuat sesuai dengan agenda (*market ivort*), jadi ada agenda tahunan mulai dari melihat tanggal-tanggal penting yang diaplikasikan ke dalam satu program seperti hari-hari penting nasional, hari-hari penting daerah Jawa Tengah/regional sampai ke daerah kabupaten/kota. Sehingga semua program yang ada di Rasika itu sudah lebih banyak melihat pada agenda yang ada. Sedangkan untuk perencanaan jangka pendeknya radio rasika lebih ke harian yaitu dengan adanya FGD (*forum group discussion*) dari masing-masing divisi yang setiap seminggu sekali melakukan evaluasi baik pra maupun pasca *on air*, dan juga ada kegiatan *morning briefing* setiap harinya.

Untuk perencanaan program Mutiara Hikmah sendiri sudah terjadwal untuk hari senin sampai hari minggu dengan durasi pengajiannya itu 30 menit. Karena sebenarnya rekaman pengajian yang disampaikan oleh beliau itu hampir satu jam lebih, untuk itu ada proses pemotongan

dan editing dari segi durasi tidak dari segi penyampaian ceramahnya menjadi 30 menit, sehingga membuat pendengar tidak akan merasa bosan.

b. Produksi dan Pembelian Program

Dalam proses produksi menarik atau tidaknya sebuah program itu tergantung selera pendengar, untuk memproduksi Radio Rasika FM hanya memproduksi acara-acara paket tiap mingguan, akan tetapi untuk diproduseri itu adanya laporan pra dan pasca *on air*. Jadi kalau produksi itu diartikan sebagai sebuah produk dengan mengadakan FGD masing-masing divisi kemudian mencari keuntungan atau kelebihan ketika mengangkat sebuah acara dan lebih melihat ke perkembangan market ifort dan radio rasika lebih memfokuskan ke isu-isu nasional dan masih baru.

Seperti halnya visi Radio Rasika FM disamping sebagai hiburan juga memberikan solusi dan inovasi serta manfaat bagi pendengar misalnya program Mutiara Hikmah yang ada di radio Rasika yang proses produksinya simple dan tidak rumit, dikarenakan programnya yang sudah mempunyai masa sendiri jadi pendengarnya lebih banyak yang pasif dibandingkan pendengar aktifnya. Dan proses produksi program Mutiara Hikmah sendiri sudah sejak awal dilakukan dan sesuai perintah dari beliau almarhum K.H Asrori bahwa program ini durasinya harus 30 menit jangan sampai orang yang mendengarkan merasa bosan, karena orang yang mendengarkan ceramahnya melalui radio itu berbeda dengan mendengarkan secara langsung bertatap muka dengan beliau pada waktu beliau masih hidup. Dan pada waktu itu program Mutiara Hikmah sendiri diambil secara rutin dari pengajian beliau di minggu ke dua pada bulan Qomariyah melalui safari yang dilakukan oleh beliau ke berbagai daerah, sedangkan untuk

pembelian program, program mutiara hikmah dibuat oleh radio Rasika sendiri melalui kerja sama dengan Pondok Pesantren Al-Fitrah di Kedinding Surabaya.

c. Eksekusi Program

Radio Rasika dalam program Mutiara Hikmah dalam melakukan eksekusi program agar berjalan sesuai dengan rencana yaitu dengan melihat target audien, untuk tergetnya sendiri adalah all segment dan dengan melihat kondisi demografi pendengar. Dan itu kembali ke jadwal program Mutiara Hikmah yang menyiarkan programnya mengambil di waktu-waktu lengang yaitu di pagi hari ketika orang telah melaksanakan sholat subuh, di siang hari ketika orang-orang sedang beristirahat dan di malam hari ketika orang-orang sedang berkumpul dengan keluarga. Ada juga program Mutiara Hikmah yang khusus di bulan Ramadhan yang biasanya diputar pada waktu sebelum berbuka puasa dan pada malam hari sebelum penutupan acara.

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Dalam melakukan pengawasan dan evaluasi radio Rasika khususnya dalam program Mutiara Hikmah yaitu evaluasi dari segi SDM yang berperan dalam proses pemutaran program Mutiara Hikmah, kemudian evaluasi dari segi kerja, evaluasi dari segi teknik apakah program mutiara hikmah dalam melakukan siarannya ada keterlambatan atau juga ada kesalahan tema yang diputar apakah tema tersebut sudah diputar kemarin atau belum karena hal-hal semacam ini biasanya akan berdampak pada radio Rasika FM sendiri dikarenakan pendengar akan melakukan komplain dan merasa kecewa.(Wawancara dengan program director Yulius Ardhian, 25 September 2017).

Analisis Dalam Menyusun Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Analisis Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam hal menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif melainkan aktif. Sehingga nantinya antara komunikator dan komunikan tidak hanya berhubungan, akan tetapi juga saling mempengaruhi satu sama lainnya.

Pada strategi komunikasi, khalayak atau komunikan merupakan komponen yang paling banyak menyita perhatian komunikator, karena komunikan bersifat heterogen. Sebelum melakukan komunikasi, hal yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah mengetahui siapa saja yang akan menjadi sasaran atau target komunikasi. Hal ini sesuai dengan dengan tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (metode informatif) atau agar komunikan melakukan suatu tindakan tertentu (metode persuasif). Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah faktor kerangka referensi (*frame of reference*) faktor situasi dan kondisi komunikan.

Khalayak pendengar radio Rasika fm saat ini khususnya pada program Mutiara Hikmah berada di daerah Ungaran, Salatiga dan Ambarawa, dan untuk pendengarnya sendiri lebih didominasi oleh pendengar perempuan dengan presentase kurang lebih 55% dan untuk pendengar laki-laki hanya 45% dan target pendengar dalam program Mutiara Hikmah sendiri adalah all segmen, jadi dari berbagai kalangan dan berbagai umur. Untuk mengenal khalayak pendengar

khususnya dalam program Mutiara Hikmah, Radio Rasika Fm melakukan survey membership dan juga adanya sistem registrasi melalui via watshapp ataupun sms dan selalu update mengenai biodata pendengar dan melalui program program Mutiara Hikmah sendiri. Ada juga melalui program *off air* dan setiap minggunya mengadakan kegiatan istighozah dan khaul umum sehingga akan lebih mengenal karakter khalayak pendengar dan perlu diketahui bahwa pendengar pasif jauh lebih banyak dibandingkan dengan pendengar aktifnya, hal ini dikarenakan kegiatan *off air* selalu dihadiri oleh jamaah program mutiara hikmah dari seluruh wilayah Indonesia.

1. Analisis Dalam Menyusun Pesan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, pesan merupakan salah satu komponen yang sangat penting untuk mewujudkan komunikasi yang efektif. Maka dari itu diperlukan penyusunan pesan yang tepat dan mengena terhadap khalayak pendengar. Menyusun pesan yang disiarkan melalui media radio haruslah pesan yang bersifat umum dan informatif, dan dapat dimengerti semua orang, hal ini untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau hal-hal yang rancu dikalangan khalayak pendengar. Dalam menyusun pesan komunikasi, syarat utama untuk mempengaruhi khalayak pendengar adalah mampu membangkitkan perhatian (*attention*), yang kemudian akan mampu mengubah sikap dan pandangan serta perilaku pendengar.

Dalam penyusunan pesan komunikasi tentunya program Mutiara Hikmah memulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) khalayak pendengar dengan mencari hal-hal yang sedang disukai di kalangan masyarakat, yaitu dengan memutar dan menyiarkan isi pengajian

sesuai dengan bulan ataupun peringatan hari-hari keislaman, dan nantinya juga radio Rasika memberikan kesempatan bagi para pendengarnya yang akan menyelenggarakan kegiatan kemajelisan untuk membuat list orang-orang ataupun kerabat dekat yang sudah meninggal untuk dikirim doa bersama melalui kegiatan donatur fatihah. Setelah menarik perhatian selanjutnya radio Rasika mencoba menumbuhkan minat (*interest*) pendengar dengan melakukan pengenalan program unggulannya yaitu program Mutiara Hikmah karena program ini memiliki jumlah pendengar yang relatif lebih banyak dibanding program yang lainnya, dan pengenalan program ini dilakukan melalui internet ataupun melalui kegiatan *off air* yang dilakukan oleh radio Rasika FM. Setelah membaca dan mengetahui informasi pesan yang telah disampaikan dalam program Mutiara Hikmah, maka diharapkan khalayak pendengar nantinya akan mengambil keputusan (*desire*) sesuai dengan yang dikehendakinya dengan mengirimkan sms ataupun pengumuman melalui jadwal kegiatan di masing-masing majelis yang diselenggarakan oleh radio Rasika. Dan pada akhirnya pendengar akan mengambil suatu tindakan (*action*) dengan sering mengikuti kegiatan Mutiara Hikmah yang diamalkan melalui kegiatan dzikir bersama, bershawat, tahlil yang mana ini semua merupakan salah satu tujuan dari program ini.

Program Mutiara Hikmah sendiri merupakan program yang isi pesannya sudah ditentukan oleh pembuat programnya sendiri yaitu beliau K.H Ahmad Asrori yang menginginkan setiap manusia selalu mengucapkan rasa syukur atas segala nikmat yang telah diberikan Allah SWT. Isi program mutiara hikmah juga mencakup materi tentang keislaman baik itu tentang

aqidah, syariah maupun akhlak yang dalam penyampainya beliau juga merujuk beberapa kitab sebagai sumber acuannya, beberapa diantaranya adalah kitab *Al-Hikmah*, *Fatkhul Muin*, *Risalatul Khusaeriyah* dan kitab-kitab lainnya.

2. Analisis Metode

Dalam menjalankan strategi yang efektif selain isi pesan yang harus sesuai dengan keadaan situasi dan kondisi khalayak, penetapan metode yang digunakan juga harus tepat agar proses penyampaian ke pada khalayak pendengar dapat mengena sesuai sasaran dan mudah dipahami.

Metode penyampaian yang digunakan dalam program Mutiara Hikmah terdiri dari dua aspek yaitu secara *on air* di studio maupun secara *off air* biasanya dengan mengadakan acara seperti istighozah kubro, khaul umum dan pengajian yang bertujuan menumbuhkan motivasi dan partisipasi masyarakat dalam dakwah islamiyah dengan senantiasa saling bersilaturahmi dengan kegiatan tersebut, selain itu juga untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan pendengar kepada Allah SWT. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*, sedangkan menurut bentuk isinya dikenal dengan metode *informative*, *persuasive*, *edukatif* dan *kursif*.

Metode *redundancy (repetition)* merupakan metode yang digunakan dengan cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan, metode ini mengambil dari rekaman-rekaman pengajian dari almarhum K.H Ahmad Al Asrori, yang isinya membahas tentang akhlak dan tatakrama manusia. Jadi pengajian ini bersifat luas dan abstrak sehingga pendengar tidak akan merasa bosan. Setelah itu adanya metode

canalizing yaitu metode dengan memberikan pesan kepada khalayak, kemudian secara perlahan diubah pola pikir dan sikapnya ke arah yang komunikator kehendaki. Almarhum K.H Ahmad Al Asrori, memberikan pengajian tidak hanya sekedar ceramah, beliau juga merupakan seorang Mursyid Thoriqoh. Jadi apa yang disampaikan beliau memiliki bobot nilai tersendiri bagi khalayak pendengarnya. Dan beliau merupakan seorang Mursyid yang fatroh, dalam kaidah Thoriqoh fatroh itu segala sesuatunya merujuk kepada beliau dan kemursyidan itu tidak bisa diwariskan karena itu merupakan sebuah keistimewaan yang diberikan secara langsung oleh Allah SWT.

Sedangkan menurut bentuk isinya radio Rasika FM menggunakan metode yang sudah sesuai dengan program acaranya seperti metode informatif, metode ini digunakan dalam program mutiara hikmah yang tujuannya yang memberikan informasi terkait dengan materi atau pesan Islami, kemudian metode persuasif dan metode edukatif yang dituangkan dalam program mutiara hikmah, pada program ini berisi tentang pesan yang mengandung nilai pendidikan dan tema yang diberikan dalam program ini berupaya mengajak kepada khalayak pendengar untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta, selain itu juga adanya metode kursive yaitu metode untuk mempengaruhi pendengar dengan jalan memaksa dan memberikan ancaman. Ancaman disini tidak berkaitan dengan ancaman dalam bentuk kekerasan fisik ataupun lainnya akan tetapi ancaman dalam bentuk peringatan terhadap orang-orang yang lalai dalam urusan akhirat dan dengan metode ini diharapkan program mutiara hikmah mampu memberikan kesadaran terhadap orang-orang untuk selalu berbuat kebaikan.

3. Analisis Pemilihan Media Komunikasi

Aktifitas dakwah saat ini tidak cukup dengan menggunakan media tradisional saja, melainkan harus dibarengi dengan media-media modern yang berkembang pesat saat ini. Penggunaan media komunikasi modern saat ini harus disesuaikan dengan taraf perkembangan daya pikir manusia yang harus dimanfaatkan sedemikian rupa agar dakwah dan komunikasi lebih mengena sasaran. Dalam buku Teori Komunikasi Massa, John Vivian menyebutkan media komunikasi adalah buku, majalah, koran, radio, advertising, internet dan televisi. Pemilihan media komunikasi untuk mencapai sasaran kepada khalayak pendengar dapat menggunakan gabungan dari beberapa media. Periklanan atau advertising adalah hal yang paling ampuh dalam menarik minat pendengar, baik dilakukan melalui radio frekuensi maupun radio internet, ini sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan maupun teknik yang akan digunakan.

Dalam pemilihan media komunikasi karena masyarakat Indonesia pada umumnya akrab dengan radio karena murah dan efektif dibawa kemana-mana. Karena radio itu yang mendatangi publik, orang didatangi pesan bukan orang mencari pesan untuk itu dalam menyiarkan program mutiara hikmah lebih condong ke media radio karena menganggap radio itu cukup efektif untuk mengubah sikap, mental, dan gaya hidup manusia. Radio Rasika FM memiliki jangkauan sekitar 5 km, hal ini tentunya mempermudah untuk menjangkau pendengar dan mengenalkan lebih dekat mengenai program Mutiara Hikmah.

Untuk memperluas jangkauan siaran, selain mengudara secara konvensional pada frekuensi 105,6 FM, radio Rasika FM juga mempermudah pendengar dengan

memanfaatkan perangkat teknologi informasi dan komunikasi yaitu melalui radio streaming yang dapat diakses melalui aplikasi *smartphone*. Pengguna radio streaming ini memungkinkan dapat menjangkau para pendengar yang lokasinya jauh dari jangkauan siaran pemancar tanpa menyalahi aturan. Selain itu program mutiara hikmah juga memanfaatkan berbagai media sosial seperti facebook, twitter, *instagram*, email dan web resmi yang khusus untuk menampilkan profil lembaga radio rasika, karena media sosial diharapkan ampuh dan efektif untuk mempengaruhi khalayak pendengar yang sekarang berada di zaman modern.

Analisis Strategi Radio Rasika Program Mutiara Hikmah

Faktor yang terpenting dan berpengaruh dalam menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio adalah dilihat dari segi program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan *programming* atau penata acara (Prayudha, 2005: 43).

1. Analisis Perencanaan Program Siaran

Perencanaan siaran secara umum melahirkan kebijakan umum tentang bagaimana mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam sehari, seminggu, hingga setahun. Perencanaan program siaran harus mencakup pekerjaan untuk mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan suatu tujuannya. *Pertama* adalah perencanaan jangka panjang di Radio Rasika FM yang meliputi visi dan misinya yaitu ingin memberikan solusi dan inovasi bagi pendengarnya. Visi adalah jawaban mau ke mana radio Rasika nantinya akan dibawa, sedangkan misi adalah jawaban atas bagaimana radio

Rasika nantinya akan mewujudkan sebuah visi tersebut, untuk itu dalam pemilihan visi harus memenuhi kriteria visi, antara lain:

Kriteria visi yang pertama yaitu bahwa visi harus menantang, artinya bahwa setiap karyawan dan manajemen yang ada di Radio Rasika FM harus merasa tertantang dengan visi yang telah dibuat dan mereka akan termotivasi dan tertantang untuk mewujudkannya. Kriteria visi yang ke dua yaitu visi haruslah rasional, artinya bahwa suatu misi harus dapat diwujudkan secara nalar atau dapat dicapai. Ketiga yaitu visi haruslah konsisten, artinya sekali diucapkan semua karyawan dan manajemen yang ada di Radio Rasika harus berani mengikutinya meskipun terkadang arahnya tidak mengenai sasaran atau sesuai target. Keempat yaitu visi haruslah jelas dan sederhana artinya setiap karyawan khususnya di Radio Rasika dapat mengerti dan memahami. Kelima yaitu visi haruslah disosialisasikan dan menggambarkan suatu keunikan sebuah perusahaan agar sebuah perusahaan dapat menciptakan *brand image* yang baik.

Seperti halnya visi, dari segi misi Radio Rasika juga harus memiliki kriterianya yaitu: pertama bahwa misi haruslah visioner dan berlaku pada periode tertentu, artinya diharapkan sebuah misi usaha yang telah ditentukan tetap sesuai dengan perkembangan zaman selama strategi tersebut masih dipakai. Kedua yaitu misi haruslah menjelaskan maksud dan aspirasi perusahaan, mengapa perusahaan itu ada dan mengapa perusahaan itu dibangun. Ketiga yaitu misi harus menjadi jiwa perusahaan, keberadaan perusahaan yang tercermin dalam sebuah misi akan menjadikannya sebagai pernyataan yang harus dijiwai oleh seluruh karyawan dalam sebuah perusahaan.

Untuk itu agar sebuah visi dan misi berhasil, seorang pemimpin di Radio Rasika menurut Burt Nanus yang dikutip dalam buku operasionalisasi strategi haruslah bertindak hati-hati:

- a. Jangan melakukannya sendiri
- b. Jangan berlebihan dalam idealisme
- c. Kurangi kemungkinan kejutan yang ada
- d. Jangan terlalu mengandalkan batas minimum
- e. Bersikaplah fleksibel dan bersabar dalam mengimplementasikannya
- f. Jangan pernah puas (Hutabarat dan Huseini, 2006: 29).

Kedua adalah perencanaan jangka menengah, di Radio Rasika sendiri untuk perencanaan jangka menengahnya banyak melakukan program-program yang sudah dibuat sesuai dengan agenda-agenda penanggalan yang ada, khususnya program Mutiara Hikmah yang sebenarnya sudah cukup bagus dikarenakan program ini sudah terjadwal sejak pertama kali dibuat sehingga pihak perusahaan dapat mempersiapkannya secara matang. Akan tetapi setiap agenda atau program yang ada/sudah terjadwal belum tentu dapat terlaksana sesuai dengan target yang sudah ditentukan, hal ini dikarenakan yang namanya rencana yang sudah terjadwal ada kalanya rencana itu gagal dengan sebab tertentu yang tidak bisa dihindari, untuk itu diperlukan rencana kedua atau *planning B* agar dapat meminimalisir kegagalan yang dapat terjadi sewaktu-waktu.

Ketiga adalah perencanaan jangka pendek, di mana rencana jangka pendek merupakan bagian terpenting dalam sebuah proses perencanaan perusahaan khususnya di Radio Rasika, karena rencana jangka pendek merupakan sebuah langkah yang dilakukan setiap harinya guna menunjang perencanaan jangka menengah ataupun perencanaan jangka panjang. Di Radio

Rasika sendiri perencanaan jangka pendeknya lebih ke kegiatan sehari-sehari yaitu dengan adanya kegiatan *morning briefing* yaitu rapat harian dan juga kegiatan FGD atau *Forum Group Discussion* setiap minggunya. Kegiatan ini yaitu membahas dan mengevaluasi sebuah program (program Mutiara Hikmah) yang telah berjalan baik pra maupun pasca on air, yang dihadiri oleh para staf dan karyawan Radio Rasika dan menghasilkan sebuah catatan ataupun hasil diskusi yang dicantumkan di dalam sebuah buku yang dinamakan buku putih. Hal ini tentunya dapat memberikan dampak positif bagi setiap karyawan maupun staf di Radio Rasika untuk dapat memperbaiki hal-hal yang kurang dan mengembangkan hal-hal yang sudah baik agar menjadi lebih baik lagi khususnya dalam program Mutiara Hikmah.

2. Analisis Produksi dan Pembelian Program

Kegiatan ini merupakan produksi untuk pembuatan sebuah program yang ada di Radio Rasika khususnya program Mutiara Hikmah yang dirancang untuk diperdengarkan kepada khalayak pendengar. Karena radio merupakan media yang auditif yang hanya dinikmati alat pendengaran, oleh karena itu dalam proses produksi harus memiliki gagasan, ide ataupun pesan yang dapat mengena ke sasaran khalayak pendengar. Di sini peran seorang programmer sangatlah penting dalam melakukan proses produksi bagaimana mengolah program ini, dan harus memiliki kreatifitas dan inovasi dalam mengemas produksi yang hendak disiarkan, untuk itu seorang programmer tidak bisa bekerja sendiri dan diperlukan kerjasama tim yang nantinya dapat bertukar pikiran maupun ide untuk membuat produksi program yang berkualitas.

Di Radio Rasika sendiri tidak ada pembelian program, semua program telah dibuat sendiri yang tentunya ini membuat keorisinilan sebuah program karena tanpa campur tangan dari pihak lain, khususnya program Mutiara Hikmah yang sudah sejak dulu dibuat walaupun pendiri sekaligus pengisi program Mutiara Hikmah memang sudah tiada, tetapi beliau dapat menciptakan sebuah sistem dimana sistem ini terus berlangsung sampai sekarang. Sistemnya yaitu keinginan beliau yang dituangkan ke dalam pengajian-pengajian agar orang-orang senang berdzikir, membaca sholawat, dan mengikuti kegiatan kemajelisannya dengan menghibur di setiap kawasan baik itu di tingkat kelurahan, kecamatan maupun kabupaten selalu mengadakan secara terstruktur dan itu bertahan sampai sekarang, sehingga tidak perlu adanya beliaupun program Mutiara Hikmah tetap berjalan dan tetap diputar karena materinya yang kontemporer tetapi klasikal artinya sampai kapanpun program ini tetap relevan. Dan dalam melakukan produksi sebuah program juga perlu memperhatikan secara detail bagaimana elemen-elemen yang digunakan dalam produksi programnya, karena hal ini dapat mempengaruhi kualitas sebuah program yang nantinya akan diperdengarkan ke khalayak pendengar.

3. Analisis Eksekusi Program

Proses eksekusi sebuah program akan dinilai berhasil apabila dalam pelaksanaannya mampu membuat khalayak pendengar merespon apa yang telah kita lakukan. Program Mutiara Hikmah sendiri dalam mengeksekusi programnya agar sesuai dengan rencana yang telah ditargetkan yaitu dengan melihat target audien mulai dari kondisi demografi, geografi maupun psikografi pendengar.

Melihat stasiun radio yang berada di wilayah kabupaten Semarang dan sebagai pusat ibukotanya Jawa Tengah tentunya akan semakin mempermudah untuk menjaring pendengar khususnya untuk pengenalan program Mutiara Hikmah, baik dari kalangan bawah, menengah maupun kalangan atas sekalipun. Proses eksekusi sebuah program akan berhasil jika banyak pendengar program Mutiara Hikmah banyak yang merespon program ini, untuk itu peran seorang marketing sangat penting guna menunjang proses eksekusi sebuah program, akan tetapi juga diperlukan yang namanya kerjasama tim agar semua proses eksekusi program dapat berjalan dengan lancar dan ringan tanpa adanya halangan meskipun yang namanya sebuah pekerjaan tentunya memiliki resiko tersendiri akan tetapi intinya kita dapat meminimalisir resiko tersebut.

4. Analisis Pengawasan dan Evaluasi Program

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi suatu program menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Kegiatan evaluasi secara berkala maupun periodik terhadap masing-masing individu maupun departemen yang ada di Radio Rasika memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang telah direncanakan.

Menurut hemat peneliti program Mutiara Hikmah sendiri sudah baik dalam melakukan proses pengawasan dan evaluasi, hal ini terlihat dari beberapa tindakan yang dilakukan oleh Radio Rasika dalam proses pelaksanaan program Mutiara Hikmah tersebut, yaitu yang pertama evaluasi dari segi siaran dengan selalu melakukan konseling terhadap para SDM,

adanya *weekly meeting* dan pemantauan terhadap proses pemutaran program Mutiara Hikmah baik pra maupun pasca on air. Yang kedua yaitu adanya evaluasi dari segi kerja, dengan adanya kegiatan *morning briefing*, FGD, *weekly report*, *weekly meeting*, raker dan juga rakor yang diadakan agar seluruh karyawan yang ada di Radio Rasika dapat mengevaluasi dan berintrospeksi terhadap kinerjanya masing-masing. Kegiatan ini tentunya harus rutin dilakukan dan harus dibarengi dengan sifat keistiqomahan yang nantinya akan berpengaruh juga terhadap perkembangan program Mutiara Hikmah nantinya.

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis, maka skripsi yang berjudul "*Strategi Komunikasi Dalam Program Mutiara Hikmah Di Radio Rasika FM*" dapat disimpulkan bahwa secara umum strategi yang digunakan oleh radio Rasika Fm dalam program Mutiara Hikmah adalah menyusun strategi komunikasi dan strategi program. Dalam menyusun strategi komunikasi dapat terlihat dari analisis khalayak yaitu dengan melalui survey membership, penyusunan pesan melalui metode AIDDA, penetapan metode melalui metode *redundancy* dan *canalizing*, dan pemilihan media komunikasi dengan menggunakan berbagai macam media untuk menunjang program Mutiara Hikmah agar lebih dikenal oleh khalayak pendengar.

Dari segi strategi program yaitu melalui proses perencanaan program siaran, proses produksi dan pembelian program, proses eksekusi program, dan proses pengawasan serta evaluasi program, yang semua itu sangat penting dan dibutuhkan dalam proses penyusunan program Mutiara Hikmah, karena program ini memiliki latar belakang, kelebihan dan kelemahan

tersendiri dalam pembuatannya untuk itu perlu adanya strategi yang efektif yang dapat membantu berjalannya program yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Study, Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Effendy, Onong Uchjana, Radio Siaran dan Praktik, Bandung: Alumni, 1990.
- _____, Ilmu Komunikasi, Bandung: Rosda Karya, 2007.
- Fajar, Marhaeni, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Masduki, Menjadi Broadcaster Profesional, Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS, 2004.
- Rahmat, Jalaluddin, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1996.
- _____, Metodologi Penelitian Komunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Sumadiria, Haris AS, Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Wibowo, Fred, Teknik Produksi Program Radio Siaran, Yogyakarta: Grasia Book Publisher, 2012.
- Wiryanto, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: PT. Grasindo, 2000.
- WS, Indrawan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1998.