

PENGGUNAAN RADIO SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAKWAH

Oleh

Muktarruddin

Abstraksi

Dakwah merupakan salah satu praktik komunikasi yang mengambil berbagai bentuk, mulai dari komunikasi personal, komunikasi massa dan komunikasi kelompok. Di era globalisasi, dakwah dihadapkan pada tantangan menyampaikan syiar Islam melalui media massa. Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah menggunakan ajaran-ajaran Islam sebagai pesan yang harus disampaikan radio sesuai dengan fungsinya. Solusi yang ditawarkan dalam memaksimalkan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah dengan mendirikan radio siaran Islam dan memaksimalkan sumberdaya manusia yang beragama Islam untuk sama-sama memajukan stasiun radio Islam.

Pendahuluan

Substansi dari dakwah adalah bagaimana agar manusia beriman dan bertakwa kepada Allah Swt. Apapun yang diperbuat manusia agar dakwah benar-benar berhasil, selama tidak bertentangan dengan ajaran Islam, maka hal itu dibolehkan dan bahkan dianjurkan. Dengan demikian masing-masing manusia diharapkan mampu berfikir dan menganalisis dakwah yang baik.

Seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang komunikasi, maka penyampaian dakwahpun semakin berkembang, dari dakwah dalam bentuk komunikasi langsung, menjadi dakwah tidak langsung, dengan menggunakan khususnya media elektronik.

Salah satu media elektronik yang bisa digunakan sebagai media komunikasi dakwah adalah radio. Dengan menggunakan radio, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan kepada masyarakat yang lebih luas dan lebih banyak, bila dibandingkan dengan komunikasi dakwah tanpa menggunakan media (*tradisional*).

Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah, tidaklah semudah yang dibayangkan, *pertama* menyangkut apa yang diinginkan oleh si pemilik sebuah

perusahaan radio, hal ini berkaitan dengan *agenda setting siaran radio*. Kedua, apa yang diinginkan oleh pendengar siaran radio, hal ini berkaitan dengan teori *uses and gratification* pendengar radio. Ketiga berkaitan dengan kemampuan para penyiar dalam meramu berbagai siaran dakwah yang sesuai dengan selera kepentingan para pendengar.

Melihat dari ketiga kepentingan dan kondisi *kelompok radio* di atas, penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah akan memerlukan pengkajian dan analisis seputar bagaimana selayaknya penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah. Untuk itu makalah yang ada pada anda berupaya menjawab permasalahan tersebut dengan menguraikan pada sub pokok bahasan; sejarah penggunaan radio, Radio sebagai media komunikasi massa, Radio sebagai media komunikasi dakwah, dan diakhiri dengan solusi terhadap hambatan penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah.

Sejarah Penggunaan Radio

Penggunaan radio sebagai media komunikasi massa saat ini merupakan hasil dari sejarah yang panjang. Radio berasal dari temuan “*Dane*” pada tahun 1802 tentang ditemukannya suatu penerimaan pesan (*message*) dalam jarak pendek dengan menggunakan kawat beraliran listrik. Sementara itu perkembangan radio selanjutnya, seperti yang ditulis oleh David C. Philips, John M. Grogan dan Earl H. Ryan dalam buku yang berjudul “*Introduction to Radio and Television*” ,berkat ketekunan tiga orang cendekiawan muda. Diantaranya seorang ahli teori ilmu alam, berkebangsaan Inggris bernama James Maxwell yang mendapat julukan “*Scientific Father of Wireless*” berhasil menemukan rumus-rumus yang diduga mewujudkan gelombang elektro magnetis, yakni gelombang yang digunakan oleh radio dan televisi.¹

Selanjutnya, tahun 1884, teori elektro magnetis Maxwell dikembangkan oleh Heinrich Hertz, yang berumur 26 tahun dengan jalan eksperimen kemudian tahun 1896 dikembangkan kembali oleh Guglielmo Marconi, yang berusia 20 tahun, dan pada tahun

¹Lanjutan teori Maxwell, teori elektro magnetik tersebut ditemukannya pada tahun 1865 pada waktu beliau berumur 29 tahun sebagai pengajar dalam mata kuliah filsafat alam di *King College London*. Berdasarkan teorinya itu, ia menyatakan bahwa gerakan magnetis dapat mengarungi ruang angkasa secara bergelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yakni, 186.000 mil perdetik. Di kemudian hari ternyata teori tersebut dapat membuktikan kebenarannya (Effendy, 1991:21).

1894 Marconi telah mampu mengembangkan jarak siar radio sejauh 3 mil, dan pada tahun 1901, cara-cara pengiriman pesan tanpa kawat itu telah dapat dilakukan melintasi samudra atlantik.

Berbeda dengan apa yang ditulis oleh Theo Stokkink, mengatakan bahwa sejarah radio pertama dimulai pada tahun 1895 dengan munculnya “*The Wireless Telegraph Company*” yang didirikan oleh seorang insinyur elektronika dari Italia. Dia menemukan suatu alternatif pengiriman pesan tanpa menggunakan kabel melewati jarak yang cukup jauh.² Rangkaian siaran pertama dimulai pada tahun 1919 oleh seorang berkebangsaan Belanda. Dia adalah orang yang pertama mengudarakan siaran yang sudah diumumkannya sehingga orang-orang memang telah menunggu program siaran tersebut, dan siaran itu tidak didengar secara kebetulan.

Penyebaran penggunaan radio, dapat dilihat di berbagai negara di belahan dunia. Di Amerika Serikat, penggunaan radio dimulai pada tahun 1915, tepatnya pada kampanye pemilihan presiden antara Wilson dan Hughes, telah menggunakan radio, akan tetapi belum mendapat sambutan dan perhatian dari masyarakat. Mulai tahun 1920 masyarakat Amerika telah dapat menikmati radio siaran secara teratur dengan berbagai programnya. Bitner mencatat bahwa pada tahun 1977 saja, di Amerika dengan 10.000 stasiun pemancar, radio mampu menembus kehidupan hampir seluruh penduduk dunia.³

Di Jepang, radio siaran beroperasi mulai tahun 1925, yakni dengan munculnya stasiun-stasiun radio di Tokyo, Osaka dan Nagoya. Yang mendirikan adalah pengusaha-pengusaha yang ada kepentingannya dengan radio siaran, terutama surat kabar setempat. Eksperimen yang pertama mengenai radio di Jepang dilakukan pada tanggal 1 september 1923. Tokyo dilanda bencana, yakni apa yang disebut gempa bumi Kanto. Tragedi ini membuat eksperimen terhenti, tetapi pada saat yang sama membuat negara dan masyarakat menjadi sadar betapa pentingnya radio siaran untuk menyiarkan informasi.

Di Indonesia, radio siaran pertama bernama *Bataviase Radio Verenniging* (BRV), didirikan pada tanggal 16 juni 1925, lima tahun setelah di Amerika Serikat dan

² Theo Stokkink, *Penyiar Radio Profesional*. (Jogjakarta:Kanisius, 1996) h. 12

³ Asef Saiful Muhtadi. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. (Jakarta:Logos, 1999) h. 97

sama tahunnya dengan radio siaran di Jepang. Radio siaran di Indonesia pada masa penjajahan Belanda, bersifat swasta. Sejak berdirinya radio siaran BRV di Jakarta, maka bermunculanlah beberapa radio siaran di seluruh wilayah Indonesia.⁴

Perkembangan NIROM yang pesat itu disebabkan pula keuntungannya yang besar dalam bidang keuangan yakni dari pajak radio. Semakin banyak pesawat radio di kalangan masyarakat semakin banyak uang diterima oleh NIROM, dengan demikian NIROM dapat meningkatkan daya pancarnya, mengadakan stasiun-stasiun relay, mengadakan sambungan telepon khususnya dengan kota-kota besar.

Pada zaman penjajahan Jepang seiring dengan menyerahnya Belanda kepada Jepang pada tahun 1942, maka radio Belanda yang tadinya beroperasi berubah nama menjadi *Hoso Kanri Kyoku* yang merupakan pusat radio siaran yang berkedudukan di Jakarta, sedangkan cabang-cabangnya terdapat di Bandung, Purwakarta, Jogja, Surakarta, Semarang, Surabaya dan Malang.

Disamping stasiun siaran tadi, setiap *Hoso Kyoku* mempunyai cabang kantor bernama *Shodanso* yang terdapat di kabupaten-kabupaten. Kantor ini mempersatukan semua bengkel atau servis radio setempat, sehingga semua reperasi pesawat radio langsung dibawah pengawasan balatentara Jepang. Semua pesawat disegel, sehingga rakyat tidak bisa mendengarkan siaran luar negeri kecuali ke 8 *Hoso Kyoku* di Jawa tadi.

Zaman kemerdekaan, radio siaran digunakan sebagai media menyebarkan semangat patriotisme melawan penjajah Belanda yang baru saja datang ke Indonesia kembali dibonceng negara sekutu yang terdiri dari Inggris dan Australia. Dalam perjuangan melawan Belanda para penyiar radio memiliki jasa yang takterlupakan sampai kapanpun mengobarkan semangat perjuangan melawan penjajah ke seluruh saentero Indonesia.⁵

⁴Radio-radio siaran yang bermunculan di beberapa daerah wilayah Indonesia adalah: *Nederlandsch Indische Radio Omroep Mij* (NIROM) di Jakarta, Bandung, dan Medan, *Solossche Radio Vereniging* (SRV) dan *Vereniging voor Oosterse Radio Omroep* (VORO) di Surakarta, *Mataramse Vereniging voor Radio Omroep* (MAVRO) di Jogjakarta, VORO di Bandung, *Chinese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost java* (CIRVO) di Surabaya, *Eerste Madiunse Radio Omroep* (EMRO) di Madiun, radio Semarang di Semarang (Effendy, 1991:54).

⁵ Diantara tokoh-tokoh penyiar radio ketika itu adalah: Syachruddin, Yusuf Ronodipuro, dan Bachtiar Lubis. Dalam bidang mengusahakan siaran radio pada saat yang genting itu dikenal nama Dr. Abdurrachman Saleh, dan munculnya pahlawan radio yakni bung Tomo, dengan gayanya yang khas, mengucapkan *Allahu Akbar* berkali-kali sebagai lambang siaran radio pejuang Indonesia saat itu (Effendy, 1991:58).

Pada zaman Orde Baru, atau mulai dari akhir tahun 1966, RRII merupakan satu-satunya radio siaran di Indonesia yang dimiliki dan dikuasai pemerintah. Bersamaan dengan itu banyak bermunculan radio amatir⁶

Perkembangan radio di Indonesia selanjutnya ditandai dengan bermunculannya radio-radio swasta, maka pada tahun 1974 radio swasta mendirikan perhimpunan yang diberi nama Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI). Sejalan dengan tuntutan mempertahankan kelangsungan hidupnya, radio swasta, komersial dituntut lebih kreatif, sebab sebagai radio komersial yang hidup dari iklan, kehilangan pelanggan merupakan masalah yang tidak mudah diatasi.

Penggunaan radio di Indonesia sebagaimana yang ditulis Albert Hilbrink, bahwa pada tahun 1960-an sampai tahun 1970-an radio di Indonesia digunakan pemerintah sebagai alat penyuluh pertanian lewat penayangan Siaran Pedesaan. Lanjut Hilbrink, sebagai seorang penasehat (konsultan) di bidang pembangunan pertanian melalui siaran pedesaan menguraikan sejarah pertumbuhan dan perkembangan siaran pedesaan di Indonesia beserta kelompok-kelompok pendengarnya. Siaran pedesaan di Indonesia dimulai pada tahun 1969, bekerja sama dengan Perserikatan Bangsa-Bangsa. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan proyek initerdiri dari latihan-latihan mengadakan lokakarya bagi penyiar-penyiar radio pedesaan, mengadakan kompetisi nasional untuk siaran pedesaan, mengadakan survei-survei, dan studi perbandingan tentang pendengar dsb.⁷

Tercatat, pada tahun 1974, radio swasta niaga tercatat berjumlah 330 stasiun di seluruh Indonesia. Tahun 1982/83 bertambah menjadi 405 stasiun dan di awal tahun 1990 bertambah menjadi 449, diantaranya 403 mengudara di gelombang AM dan 46 stasiun pada gelombang FM, kesemuanya tersebar di 23 propinsi.

Di dunia ketiga pada masa lalu, pendirian sebuah stasiun radio untuk melayani dan memberikan informasi kepada sebagian besar rakyat terutama yang berada di pedesaan. Umpan balik dari pendengar sangat tidak memadai dan sering kali siaran

⁶ Radio amatir adalah seperangkat pemancar radio yang dipergunakan oleh seorang penggemar untuk berhubungan dengan penggemar lainnya. Sifatnya *two way traffic communication*. Radio amatir tidak mengadakan siaran tentang hiburan, warta berita maupun sandiwara ia hanya melayani percakapan saja.

⁷ Edward Colin Mac dan Andrews Depari, *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*. (Bandung: Gadjah Mada University Press, 1995) h. 118.

terganggu karena tidak ada dana untuk perbaikan.⁸ Berbeda dengan era kini, pemakaian radio sudah menguasai kota dan sumber pendanaanpun dapat teratasi, sehingga terpulang kepada stasiun radio dalam menentukan posisi di era persaingan antar stasiun radio.

Perkembangan radio dari segi saluran dan kapasitasnya terus mengalami perubahan. Gelombang-gelombang radio bermunculan. Dikenal pada awalnya, gelombang yang dipancarkan di SW, selanjutnya berkembang lagi sehingga ada radio MW dan FM. Perbedaan antara radio AM dan FM misalnya, pemancar AM (Amplitude Modulation) memanfaatkan cahaya matahari sementara FM tidak. Pemancar AM karena melalui sinar matahari tersebut rentan terhadap gangguan iklim dan cuaca tetapi memiliki jangkauan yang lebih luas, sementara FM lebih jelas dan terang namun jangkauannya lebih sedikit.

Radio sebagai Media Komunikasi Massa⁹

Sebagai media komunikasi massa, menurut Onong Uchjana radio berfungsi 1. menyampaikan informasi, 2. mendidik, 3. menghibur, 4. mempengaruhi, 5. mengkritik.¹⁰

Dalam konteks sebagai media komunikasi massa ada baiknya diketahui terlebih dahulu beberapa keunggulan serta kekurangan yang dimiliki radio dibanding dengan koran/majalah yang dapat dilihat di bawah ini:

⁸ Albert. L. dan To. Wailan. J Hester, *Pedoman Untuk Wartawan*. (Jakarta:Yayasan Obor, 1997) h. 235.

⁹Radio sebagai media komunikasi massa dimaksud, bahwa siaran radio dapat didengar bukan hanya didengar ratusan orang akan tetapi ribuan bahkan jutaan orang. Radio menyebabkan semua manusia dapat mengetahui apa yang terjadi di belahan dunia atau mampu menyiarkan berita keseluruh dunia, sehingga kebesaran dunia terasa semakin kecil. Sebagai komunikasi massa radio tentunya terikat kepada cirri-ciri media massa yaitu; *pertama*, komunikatornya melembaga dalam arti komunikator terikat kepada lembaga suatu radio siaran, sehingga segala yang disampaikan tidak bertentangan dengan keinginan pemilik radio siaran. *Kedua*, pesan yang disampaikan bersifat umum, karena ditujukan kepada khalayak umum (*public*) bukan khusus maka pesannya pun merupakan kontribusi masyarakat umum. *Ketiga*, media massa menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneous*) dalam arti acara yang disiarkan serentak dapat didengar khalayak pada jam dan situasi yang sama. *Keempat*, Komunikasi bersifat heterogen, komunikasi pada komunikasi massa berasal dari masyarakat yang tidak dibatasi oleh suku, agama, adat-istiadat. *Kelima*, berlangsung satu arah, yakni one way traffic communication atau secara linear. Ini berarti prosesnya tidak menimbulkan umpan balik (*feedback*). Kalaupun terjadi. Berlangsungnya secara tertunda (*delayed feedback*), itupaun tanggapan seorang atau dua orang saja (Effendy, 1991:11).

¹⁰ Asef Saiful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek...* h. 31

KEUNGGULAN RADIO DIBANDING KORAN/ MAJALAH	
<i>RADIO</i>	<i>KORAN/ MAJALAH</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Bersifat Audial (pendengaran) • Bisa digunakan (dengar) dengan santai • Daya jangkauannya lebih luas • Memungkinkan interaktif • Biayanya lebih ekonomis (sekali beli) • Informasinya lebih cepat • Komunikan bersifat akrab 	<ul style="list-style-type: none"> • Bersifat Bacaan • Digunakan (baca) dengan serius • Daya jangkauannya agak relatif • Tidak memungkinkan interaktif • Dibeliterus-menerus(langgan) • Informasinya melalui (edit & cetak) • Komunikan kurang akrab
KEKURANGAN RADIO DIBANDING KORAN/MAJALAH	
<i>RADIO</i>	<i>KORAN/MAJALAH</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memuat gambar • Informasi tidak dapat diulang • Memungkinkan bias informasi • Rentan terhadap gangguan teknis 	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat memuat gambar • Informasi dapat dibaca ulang • Tidak terjadi bias informasi • Kecil tingkat gangguan teknis

Kelebihan yang dimiliki radio siaran dibanding koran dan majalah sebagai media komunikasi menjadikannya tetap mendapat perhatian masyarakat, namun kekurangan yang dimilikinya mengakibatkan masyarakat mencari media massa yang lain sebagai pemberi informasi yang memuaskan.

Namun perlu rasanya disampaikan bahwa dengan kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi massa, kelihatan sekali mendorong terjadinya peralihan teknologi. Radio yang dulunya merupakan salah satu media yang digemari khalayak, menjadi kurang digemari/agak terpinggir setelah munculnya TV. Sebagaimana diketahui salah satu keunggulan TV yang tidak dapat disaingi oleh Radio adalah kemampuannya memvisualisasikan tayangan dan acara. Ini merupakan tantangan bagi pemilik radio siaran untuk lebih bekerja keras meningkatkan mutu dan segmen siaran yang menarik bagi pendengar. Jika pemilik radio siaran dan kawan-kawan terkait tidak

meningkatkan daya saing dalam merebut khalayak dikhawatirkan radio-radio siaran pada akhirnya akan ditinggalkan khalayak.

Untuk lebih lanjut mengetahui radio sebagai media komunikasi massa ada baiknya diperkenalkan terlebih dahulu hal-hal yang menentukan fungsi radio sebagai media komunikasi. Hal-hal yang menentukan itu adalah: *pertama* keberadaan studio dan pemancar, *kedua* keberadaan program/acara, *ketiga* waktu penyiaran, keempat kemampuan penyiar dalam penyiaran.

Studio dan Pemancar

Efektifnya sebuah siaran radio ditentukan oleh keberadaan studio dan pemancar.¹¹ Produksi siaran tidak dapat didengar di rumah-rumah kalau modulasi dari studio tidak disambungkan ke pemancar, atau kalau pemancarnya mati (*tidak di udara*). Meskipun pemancar hidup terus, juga tidak dapat dinikmati oleh pendengar di rumah-rumah kalau studio tidak mengeluarkan suara (listrik mati, atau ada kerusakan).

Namun demikian radio siaran juga memiliki kelemahan. Sebagai media yang audial, radio siaran hanya didengar sepiantas saja tanpa dapat diulang jika dirasakan kurang jelas, akan lain halnya dengan koran dan majalah. Kelemahan selanjutnya adalah bahwa dimungkinkan siaran radio mengalami gangguan, baik yang bersifat alami (*cuaca*) maupun bersifat teknis. Gangguan yang bersifat alami dapat berasal dari matahari, sedangkan yang bersifat teknis terjadinya radio siaran yang berdempetan dengan radio siaran yang lain.

Program Siaran Radio

Program siaran radio sangat berpengaruh terhadap respon masyarakat dalam hal menggunakan radio sebagai media komunikasi. Jika program yang disiarkan siaran suatu radio tidak memiliki daya tarik bagi masyarakat sebagai pendengar maka mereka tidak akan menjadikan radio sebagai media komunikasinya.

¹¹Pemancar adalah sebuah alat yang khusus dengan perlengkapan yang serba besar dan dengan kapasitasnya yang serba kuat pula, yang tidak mengeluarkan suara yang berarti. Pemancar hanya mempunyai karakter untuk memancarkan suara untuk mendukung suara yang dihasilkan studio.

Program penyiaran radio bila dilihat dari segi apa yang mendasari mereka menyiarkan sesuatu haruslah terlebih dahulu melihat siapa pemilik radio tersebut, dan apa kepentingan yang diinginkannya. Dalam kenyataan sehari-hari ada dua pemilik siaran radio yakni; radio siaran milik pemerintah dan radio siaran swasta. *Radio siaran milik pemerintah* tentunya tunduk kepada kepentingan pemerintah dan mereka dalam pembiayaannya disubsidi oleh pemerintah, sedangkan *radio swasta* cenderung bersifat komersial, dengan lisensi pemerintah, biaya produksinya diperoleh dari periklanan dan sponsor acara.

Dalam rangka menyiarkan program siaran radio, harus terikat kepada apa yang disebut dengan pedoman umum dan khusus. Di Indonesia misalnya, pedoman umum diarahkan agar seluruh program yang ditayangkan mendukung Pancasila dan UUD 1945, atau mencerminkan penjabaran dari Pancasila dan UUD 1945. Adapun pedoman khusus itu meliputi fungsi radio siaran sebagai pemberitaan dan penerangan, sebagai media pendidikan, media kebudayaan, dan sebagai media hiburan.¹²

Program yang bersifat **pemberitaan** dapat berupa *warta berita* (straight news), *reportase* (current affairs), *penerangan umum* (general information) dan *pengumuman* (public service). Sedangkan program yang bersifat **pendidikan** dapat berupa siaran kanak-kanak, siaran remaja, siaran sekolah, siaran pedesaan, siaran Keluarga Berencana (KB), ruang wanita dan pengetahuan umum. Program yang berkaitan dengan **kebudayaan** dapat berupa siaran kesusateraan, kesenian daerah/tradisional dan apresiasi seni. Program **hiburan** mencakup musik daerah, musik Indonesia, musik asing, dan hiburan ringan, sedangkan program yang bersifat **siaran lain-lain** dapat berupa ruangan iklan dll.¹³

Dari berbagai program yang diutarakan di atas, ternyata antara radio pemerintah dan swasta berbeda dalam hal menyajikan program. Program yang diutarakan di atas merupakan program siaran radio pemerintah akan berbeda halnya pada radio swasta.¹⁴

¹² Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori & Praktek*. (Bandung:Mandar Maju, 1990) h. 116

¹³ Ibid.. h. 117

¹⁴Bila dilihat tentang bagaimana persentase masing-masing program siaran yang akan ditayangkan, maka antara radio pemerintah dan radio swasta memiliki perbedaan sesuai dengan orientasinya. Sebagai contoh perbandingan komposisi siaran sbb: siaran pemberitaan dan penerangan 25 %, pendidikan 15 %, siaran kebudayaan 15 %, siaran hiburan 10 % siaran lain-lai 5 %. Komposisi siaran seperti ini diterapkan secara berbeda antar masing-masing siaran radio.

Radio pemerintah cenderung kepada pendidikan sementara radio swasta berpihak kepada musik dan hiburan lainnya yang berorientasi bisnis. Produser, bekerja sama dengan penyiar dalam menyusun program acara sebuah siaran radio. Dapat dikatakan bahwa program siaran itu tergantung kepada produser dan penyiar.

Waktu Penyiaran

Waktu penyiaran berbagai program siaran juga merupakan faktor yang menciptakan efektifnya suatu siaran radio. Tidak semua acara yang akan disiarkan dalam berbagai segmennya cocok disiarkan kapan saja. Seharusnya penyiar dan produser mampu menempatkan berbagai ragam acara tersebut sesuai dengan waktu yang tepat. Ada program siaran yang cocok disiarkan pada pagi hari, ada juga yang cocok pada siang hari, sore hari maupun pada malam hari. Acara yang menarik perhatian tidak akan efektif bilamana disiarkan tidak tepat pada waktunya.

Produser dan Penyiar

Produser bertugas mencari sekaligus menyusun program siaran, ia bekerjasama dengan penyiar¹⁵, kadang kala penyiar dapat berfungsi sebagai produser, penyiar, sekaligus penyaji. Produser yang merencanakan penyusunan siaran, dalam menyusun perencanaan siaran ia harus mampu mencari tahu: apa yang dibutuhkan masyarakat, bagaimana mendapatkan bahan siaran, perangkat apa yang digunakan, siapa pelaksananya serta bagaimana bentuk acaranya.¹⁶

Walau hampir sama dengan pemberitaan pada pers secara umum, secara khusus cara yang ditempuh produser dalam menyusun program apa yang harus disiarkan ialah dengan melihat apa yang sedang terjadi di masyarakat bahkan apa yang terlintas di pikirannya. Ia juga mencatat apa-apa peristiwa/acara yang akan terjadi dalam waktu dekat, ia juga mempererat relasi dengan orang lain, ini berarti bahwa ia membaca surat kabar, komik anak-anak, jurnal-jurnal, poster-poster, iklan-iklan, yang menurut pengalamannya dapat menjadi sumber gagasannya. Dia keluar dari studio untuk

¹⁵Penyiar radio adalah seorang petugas radio yang bekerja untuk dan dengan cara merangkai acara dan melakukan penyebaran informasi, ajakan, imbauan, menghibur, membentuk suasana, menimbulkan semangat, dengan mengandalkan kemampuannya berbicara melalui radio siaran secara langsung maupun tidak langsung. Penyiar radio merupakan bagian dari siaran itu sendiri, disamping fungsinya yang kadang-kadang bertindak sebagai produser atau pengarah acara dan juga kadang-kadang sebagai pengisi acara (Bari, 1995:76).

¹⁶ H.M. Natsir, *Manajemen Penyiaran Radio*. (Makalah, disampaikan pada Pendidikan dan Latihan Reportase di pekan Baru Tahun 2001) h. 7

mendengarkan perbincangan di media massa maupun pribadi, dia peka terhadap permasalahan masyarakat dan apa yang membuat mereka tertawa.¹⁷

Sebaik apapun program acara yang telah disusun dan ditempatkan pada waktu yang tepat, namun bila tidak dipandu dan disiarkan oleh seorang penyiar dengan baik maka hasilnya juga tidak baik. Oleh sebab itu penyiar radio haruslah memiliki beberapa persyaratan.¹⁸

Jika melihat persentase penggunaan rdiao, untuk skala kecil, misalnya berdasarkan penelitian di Sumatera Utara tahun 1998, persentase penduduk berumur 10 tahun keatas yang mendengarkan radio, terlihat bahwa kebanyakan pendengar radio di Sumatera berjenis kelamin perempuan; seperti di Tapanuli tengah misalnya pendengar radio yang berjenis kelamin pria sebanyak 37 % sementara perempuan sebanyak 29,25 %. Kelihatan juga bahwa semakin dekat suatu kabupaten dengan Ibu Kota Sumatera Utara semakin tinggi persentase penggunaan/pendengar radio.¹⁹

Radio Sebagai Media Komunikasi Dakwah

Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah membuat dan menyusun serta menyiarkan program acara yang intinya adalah *amar ma'ruh nahi munkar*, mengajak kepada ketundukan kepad Allah (*tauhid*).²⁰. Program siaran yang

¹⁷ Theo Stokkink, *Penyiar Radio Profesional...* h. 137

¹⁸Persyaratan yang dimaksud oleh M. Habib Bari yang harus dimiliki seorang penyiar radio adalah: 1. Harus memiliki vokal yang baik, mencakup; dasar suara, tehnik pengucapan, pengucapan frase, tehnik bernafas, tekana kata. 2. Kemampuan menumbuhkan imajinasi pendengar kepada apa yang dikehendakinya. 3. memiliki kekayaan khazanah kata. 4. Kemahiran mengolah kata. 5. Mampu membedakan acara yang serius dan yang santai. 6. Penguasaan seni budaya setempat. 7. Mengerti bahasa asing. 8. Dapat menyusun acara sendiri. 9. Memiliki jiwa pemimpin. 10. Lincah dan cepat membuat keputusan. 11. Kaya inisiatif. 12. Inteligensi. 13. Memiliki sense of humor. Hampir sama dengan persyaratan yang dikemukakan oleh Theo Stokkink (1991:20): 1. Selalu *in the mood* (melupakan persoalan pribadi selama siaran berlangsung). 2. Bisa mengatur waktu, bersifat dinamis. 3. Mudah menyesuaikan diri untuk berganti dari subjek yang satu ke subjek yang lain. 4. Mampu mempengaruhi orang untuk mendengarkannya, memiliki otoritas. 5. Memiliki identitas diri.

¹⁹ Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, *Persentase Penduduk Berumur 10 Tahun Keatas yang Mendengarkan Radio, Penonton, TV. Dan Membaca Surat Kabar/Majalah* tahun 1998. h. 78

²⁰Dalam Islam, bahwa seluruh aktivitas manusia haruslah didasari oleh nilai-nilai yang terkandung di dalam al-Quran maupun al-Hadis. Kehidupan manusia merupakan totalitas pengabdian kepada Allah (Q.S. al-Dzaariyat:56). Ayat ini mengisyaratkan adanya pertanggung jawaban manusia kelak di hadapan Allah. Dalam konteks penyiaran berita dan acara lewat radio, bagi si pemilik radio siaran, bagi produser dan penyiar tentunya haruslah menyesuaikan acara-acara dengan koridor ajaran Islam. Kalau dalam teori Pers dikenal Teori Tanggung Jawab Sosial (Harahap, 2003:6), maka dalam teori pers Islam adalah, pers yang bertanggung jawab kepada Tuhan (Allah SWT).

disiarkan melalui siaran radio yang mengandung unsur amar ma'ruh nahi mungkar adalah dakwah lewat radio.

Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah adalah menggunakan ajaran-ajaran Islam sebagai pesan yang harus disampaikan radio sesuai dengan fungsinya.²¹ Dalam menjalankan fungsinya, radio juga harus memperhatikan mana informasi yang layak dikomunikasikan dan tidak layak. Kelayakan menyampaikan komunikasi kepada pendengar, ditentukan oleh nilai-nilai yang diperpegangi pendengar, maka dalam konteks radio sebagai media komunikasi dakwah, pesan yang disampaikan adalah pesan ajaran Islam.²² Memasukkan nilai dakwah di setiap penyusunan program siaran radio dapat dilakukan tanpa menyebut secara tertulis judul judul program siaran radio dengan label dakwah, tetapi cukup memasukkan nilai dakwah pada setiap program yang disajikan. Bentuk penyusunan (infiltrasi) ini dirasakan lebih memungkinkan ditempuh dari pada secara terang-terangan, terlebih-lebih jika radio siaran tersebut bukan milik Islam. Dengan kata lain, memasukkan nilai dakwah jangan terpaku kepada simbolnya saja tetapi lebih kepada substansi yang dikandungnya, jika terpaku kepada simbolnya, dikhawatirkan akan terjebak kepada fungsi siaran radio yang berlaku untuk semua manusia dalam berbagai latar sosio agamanya, sehingga segmen dakwah akan semakin sempit. Disini dibutuhkan kejelian dan komitmen penyiar dan produser terhadap dakwah.

Jika demikian halnya maka penyajian serta penyusunan program acara siaran radio dalam berbagai sifatnya haruslah memasukkan unsur dakwah.²³ Namun memasukkan unsur dakwah dalam setiap program acara tidaklah begitu sulit manakala

²¹Fungsi radio dalam konteks dakwah adalah: 1. Mendidik pendengar sesuai dengan pendidikan Islam, 2. Menghibur pendengar sebagaimana hiburan dalam konteks ajaran Islam, 3. Memberikan informasi kepada pendengar sesuai dengan pemberian informasi dalam ajaran Islam, 4. Mempengaruhi opini publik pendengar sesuai dengan ajaran Islam, 5. Mengkritik pendengar dan masyarakat yang melakukan kesalahan dalam perspektif Islam, sekaligus memberikan alternatif.

²² H.M. Natsir, *Manajemen Penyiaran Radio...* h. 6

²³ Memasukkan unsur dakwah dalam setiap susunan acara program siaran radio bertujuan memberikan informasi kepada pendengar seputar ajaran Islam. Hal itu dapat dilakukan dengan mengemas seluruh program siaran yang pada tataran aksiologinya untuk kepentingan amar ma'ruh nahi mungkar. Dalam penyiaran berita misalnya, memberitakan apa-apa yang sebenarnya terjadi di masyarakat serta solusinya dalam perspektif ajaran Islam. Mengemas hiburan dan musik di radio dengan musik-musik yang bernuansa Islam. Musik yang bernuansa Islam tidak hanya dipahami seperti musik irama padang pasir (nasyid), tetapi dapat melalui musik-musik rock, keroncong, pop, dangdut dsb, yang menjadi perhatian bukan jenis musiknya, tetapi pesan yang disampaikan. Penyajian musik pada dasarnya bukan disajikan sebagai hiburan semata tetapi harus juga mampu memberikan kepuasan-kepuasan, kesenangan-kesenangan dan keberhasilan-keberhasilan (Widodo, 1997:7).

setiap *kelompok siaran radio* yang terdiri dari pemilik siaran radio (*share holder*) dan pengguna/pendengar radio (*khalayak*) serta *penyiar dan produser* siaran memiliki visi dan misi yang sama dalam mengembangkan dakwah lewat penggunaan radio. Akan tetapi jika kelompok siaran di atas tidak sejalan satu sama lain maka memasukkan unsur dakwah ke dalam siaran radio sulit dilakukan. Contohnya: pemilik siaran dan penyiar berupaya mengemas seluruh acara pada siaran radio agar memiliki nuansa dakwah tetapi akibatnya khalayak tidak/kurang senang mendengarnya²⁴ sehingga berpengaruh kepada iklan yang masuk, yang pada akhirnya menyulitkan pemilik siaran radio dalam membiayai operasionalnya, akibatnya pemilik siaran radio dan produser serta penyiar terpaksa merubah susunan acara yang memang memiliki daya respon yang tinggi dari khalayak/pendengar. Bisa juga terjadi pendengar senang akan acara yang mengandung unsur dakwah begitu juga penyiar mampu mengemasnya dan iklanpun mau masuk, tetapi karena perbedaan visi misi serta latar belakang pribadi, pemilik siaran radio tidak mau memasukkannya.²⁵

Pada dasarnya, di Indonesia berlaku undang-undang penyiaran radio swasta yang tunduk kepada peraturan pemerintah. Salah satu bunyi peraturan itu adalah bahwa siaran radio diperuntukkan kepada seluruh rakyat Indonesia, tidak boleh mendirikan siaran radio khusus untuk agama tertentu sama halnya dengan tidak boleh menggunakan radio sebagai media politik.²⁶

²⁴ Walau penulis belum menemukan satu hasil penelitian yang konkrit tentang respon umat Islam terhadap siaran radio yang bernuansa dakwah, tetapi dapat dikatakan bahwa belum tentu khalayak sebagai pendengar siaran radio yang notabene beragama Islam, senang dengan suguhan-suguhan yang mengandung ajaran Islam. Hal ini berkaitan dengan komitmen keimanan dan keislaman seseorang. Dari 80 % umat Islam yang ada di Indonesia misalnya, berapa persen yang benar-benar menginginkan penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah. Sebagai fenomena, mungkin dapat dilihat bagaimana kasus penyanyi Inul Daratista dengan goyang ngebornya, walaupun dengan kasab mata diakui bahwa apa yang dilakukan Inul tersebut dapat dinilai bertentangan dengan ajaran Islam (al-Quran dan Hadis), namun toh banyak umat Islam yang melakukan pembelaan dan persetujuan terhadap goyang ngebornya Inul. Hal ini bisa dijadikan sebagai prediksi lemahnya dukungan khalayak pendengar terhadap program siaran radio yang mengemas siaran radio dengan program-program yang bernuansa Islam.

²⁵ Jika permasalahannya ada pada pemilik siaran radio (pemodal) yang tidak mau memberikan perhatian terhadap dakwah pada setiap program siaran radio takut ditinggalkan pendengar produksi siaran radio tidak menguntungkan secara finansial, maka penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah akan sulit dilakukan. Akan lain halnya jika penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah diorientasikan tidak semata-mata mengejar bisnis dunia, tetapi bisnis dalam menuju kebahagiaan akhirat. Dalam rangka mendukung bisnis akhirat inilah tidak semua umat Islam, katakanlah pemilik siaran radio yang ada saat ini mau berkorban apapun resikonya.

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori & Praktek....* h. 116

Memasukkan unsur dakwah dalam setiap program siaran radio juga membutuhkan kemampuan dan keterampilan yang tidak sederhana bagaimana agar pendengar tetap merasa senang terhadap program yang disiarkan. Selama ini yang kita amati di radio-radio kota Medan apakah karena keterbatasan kemampuan produser dan penyiar dalam mengemas siaran radio yang bernuansa dakwah, bahwa bentuk dakwah yang disuguhkan adalah ceramah agama Islam yang dilakukan bersifat mingguan, bulanan atau tahunan, itupun sering berhenti (tidak disiarkan lagi) tanpa diketahui apa penyebabnya, kemudian menyiarkan azan sebagai pertanda masuknya waktu shalat. Ada kesan bahwa ceramah agama Islam yang disuguhkanpun belum ditangani secara profesional mulai dari menentukan bentuknya apakah interaktif atau tidak, atau penceramah mana yang diundang, apakah penceramah yang benar-benar disenangi pendengar atau tidak, sehingga dari segi acara siaran, yang mengandung nuansa dakwah kurang variatif dan tidak dikelola secara profesional. Faktor penyebabnya bisa dikarenakan produser dan penyiar tidak memahami pengemasan pesan dakwah pada setiap program siaran atau memang tidak memiliki komitmen terhadap pentingnya dakwah.

Jika memasukkan unsur dakwah pada siaran radio dipahami secara sempit yakni dengan ceramah/kuliah agama semata, baik yang disiarkan dalam bentuk satu arah ataupun dua arah, maka pemanfaatan radio sebagai media dakwah sangat sempit. Akan berbeda halnya jika dakwah lewat radio dilakukan dengan pengemasan yang baik dalam setiap acara.²⁷

Untuk menentukan program yang akan disajikan, yang diharapkan akan memberikan kepuasan kepada pendengar, ahli komunikasi telah memberikan setidaknya dua paradigma dalam pemanfaatan media massa. Teori itu dikenal dengan teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*) dan teori pertimbangan dalam melakukan setting (*agenda setting*).²⁸ Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah bila dilihat dari perspektif teori penggunaan dan kepuasan, seyogyanya upaya

²⁷Pengemasan siaran radio yang bernuansa dakwah dapat dilakukan dengan efektif hemat penulis haruslah didasari terlebih dahulu dengan hasil penelitian di lapangan.

²⁸Teori *uses and gratification* didirikan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch yang mengatakan bahwa khalayak memiliki merupakan makhluk yang aktif, selektif dalam memilih dan menentukan media yang disenanginya (apa yang dilakukan orang kepada media), kebalikannya adalah teori *agenda setting* yang menekankan apa yang dilakukan media kepada khalayak (media mempengaruhi khalayak lewat settingnya) (Rachmat, 1996:217 dan 228).

memasukkan pesan dakwah di dalam program siaran radio dilakukan setelah terlebih dahulu mengetahui bahwa respon yang positif khalayak terhadap siaran itu. Sebaliknya agenda setting juga dapat dilakukan produser dan penyiar siaran radio untuk mempengaruhi opini publik pendengar.

Yang terjadi saat ini di radio-radio di kota Medan khususnya menurut penulis, bahwa penyusunan program siaran radio yang bernuansa dakwah, belum dilakukan berdasarkan teori kepuasan yang diinginkan khalayak (*umat Islam*)²⁹ sebagai pendengar, tetapi cenderung berdasarkan *setting* produser dan penyiar radio. Siaran yang mungkin kurang komunikatif. Permasalahannya adalah jika produser dan penyiar menganggap pesan dakwah tidak penting disiarkan atau dimasukkan maka dari sekian banyak program siaran, hanya sedikit saja yang disetting dengan pesan-pesan yang bernuansa dakwah. Terlebih-lebih apabila diketahui khalayak memang kurang responsif terhadap acara-acara yang bernuansa dakwah tersebut.

Solusi Yang Harus Ditempuh

Melihat dan menganalisis problema yang dihadapi dalam menggunakan radio sebagai media komunikasi dakwah, maka ada beberapa solusi yang dapat dilakukan.

*1. Mendirikan Rradio Siaran Islam.*³⁰

Langkah ini ditempuh untuk meretas permasalahan yang ditimbulkan oleh keengganan produser dan penyiar radio untuk mengemas pesan dakwah dalam setiap acara yang disajikan baik karena alasan kurang mendapat respon dari pendengar (tidak

²⁹Faktor yang menjadi penghambat kurangnya radio siaran yang bernuansa Islam di Sumatera Utara, berdasarkan hasil diskusi dengan teman pada forum presentasi makalah adalah pertama, kurangnya SDM yang bergama dan berkomitmen Islam, dalam hal penyiaran radio. Kedua, bahwa dirasakan profesi sebagai penyiar radio atau mengisi acara-acara di radio, khususnya di kota Medan kurang menjanjikan secara ekonomi.

³⁰Merujuk kepada Peraturan Pemerintah tentang Radio Siaran Non Pemerintah Nomor 55 Tahun 1970 tentang fungsi, hak, kewajiban dan tanggung jawab radio siaran, pasal 2 menyatakan:

1. Radio siaran Harus berfungsi sosial yaitu sebagai alat pendidikan, alat penerangan dan hiburan.
2. Radio siaran tidak digunakan sebagai alat politik.
3. Setiap Warga Negara Indonesiadapat mengadakan Usaha Radio Siaran dengan mendirikan Badan Penyelenggara Radio Siaran yang berbentuk Badan Hukum.
4. Radio Siaran berkewajiban untuk membela, mendukung dan menegakkan Pancasila serta UUD 1945. Selanjutnya tentang fungsi sosial poin 6 menyatakan “ Acara siaran tidak diselenggarakan oleh dan untuk golongan tertentu, melainkan harus ditujukan kepada umum (Effendy, 1990:165 dan 184). Peraturan ini dimungkinkan sudah mengalami perubahan sesuai dengan gerakan reformasi yang disertai dengan kebebasan Pers di Indonesia.

ekonomis) atau alasan tidak ada komitmen dakwah. Pendirian radio siaran Islam ini dapat dilakukan dengan mencantumkan simbol/nama, sebagai radio Islam atau cukup mengedepankan substansi ajaran Islam pada setiap program siaran. Pendirian siaran radio Islam dalam bentuk ini mestilah didukung oleh dana yang kuat dari produser radio karena pendanaan operasionalnya tidak terikat kepada iklan. Dalam stasiun radio Islam ini mengedepankan dakwah Islam dalam berbagai bentuknya.³¹

Jika persoalan pendirian radio siaran Islam adalah pendanaan, tidak ada yang mau memberikan pendanaan awal, hemat penulis hal itu bukan merupakan kata terakhir, tetapi hambatan masih memungkinkan diatasi dengan beberapa kebijakan; diantaranya dengan menyusun program siaran yang menarik bagi pendengar dalam batas-batas keislaman, dengan demikian diyakini periklanan akan mau memberikan sponsor.

Sudah saatnya umat Islam memiliki radio yang diharapkan dapat menjadi penyeimbang arus informasi yang begitu cepat dan bebas masuk ke Indonesia lewat kemajuan teknologi komunikasi. Sebagaimana yang dikutip Umar Kayam, Marshall McLuhan menciptakan “the global village” (desa global), sebagai ungkapan terhadap terjadinya penyatuan budaya-budaya dunia, yang dampaknya meretas perbedaan-perbedaan nilai-nilai yang diperpegangi masyarakat.³²

2. Meningkatkan SDM Umat Islam di bidang Radio Siaran

Hal ini dilakukan manakala hambatan yang dihadapi dalam menjadikan radio sebagai media komunikasi dakwah, berporos pada tidak mampunya produser dan penyiar dalam mengemas pesan dakwah pada setiap program siaran sehingga menarik perhatian pendengar. Jalan yang dapat ditempuh adalah mengadakan penelitian lapangan terlebih dahulu di lokasi yang dapat dijangkau oleh siaran. Penelitian itu diarahkan untuk mengetahui respon pendengar khususnya umat Islam tentang bagaimana bentuk dakwah yang sebaiknya dilakukan lewat radio. Dengan hasil penelitian inilah, pihak produser dan penyiar menyusun program siaran.

³¹Untuk tidak meniadakan, sepertinya di kota Medan, menurut pengetahuan penulis belum ada radio siaran yang mengatakan radio Islam, terlepas dari adanya undang-undang yang mengatur hal itu, ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi umat Islam yang memiliki modal dan SDM dibidang radio siaran dalam mengembangkan dakwah. Kalaupun pernah ada radio suara Muhammadiyah di Sumatera Utara yang dioperasikan di UMSU Medan, katakanlah itu radio yang berasal dari aspirasi umat Islam, tetapi bagaimana eksistensinya saat ini dalam percaturan radio-radio siaran di kota Medan, penulis kurang mengetahuinya.

³² Idi subandi Ibrahim, *Ecstasy gaya Hidup*. (Bandung:Mizan, 1997) h. 121

Kondisi yang dihadapi umat Islam, khususnya di bidang penyiaran radio haruslah diatasi dengan kesadaran akan pentingnya pengetahuan. Bahkan seperti yang diungkapkan oleh Toto Tasmara “*Knowledge is Power*”. Apapun yang diinginkan umat Islam dalam upaya mengembangkan ajaran agamanya, bila tidak didukung oleh kemampuan SDM yang kompetitif dalam melakukannya dikhawatirkan semangat itu akan sis-sia.³³

Namun diakui bahwa tidak semuanya umat Islam (apalagi umat non Islam) senang terhadap program yang didalamnya ada nuansa Islam secara langsung maupun tersirat. Hal itu kembali kepada keberadaan umat Islam, katakanlah di kota Medan yang pemahaman dan komitmen keislamannya beragam.³⁴

Penutup

Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah dilakukan dengan terlebih dahulu mengetahui dan memahami eksistensi radio sebagai media komunikasi massa. Pemahaman ini akan mengantarkan pengetahuan terhadap fungsi-fungsi yang dimiliki radio dalam konteks menyampaikan informasi kepada pendengar. Pendirian siaran radio diikat kepada aturan yang berlaku di masing-masing tempat. Berkaitan dengan itu penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah tidak terlepas dari kepentingan pemilik siaran radio, keinginan khalayak pendengar dan kemampuan produser dan penyiar dalam menyusun dan mengemas program siaran. Berdasarkan keberadaan ketiga kelompok siaran radio inilah penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah disusun dalam program siaran yang akan disiarkan kepada pendengar.

³³ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*. (Jakarta:Gema Insani Press, 2002) h. 65

³⁴Penjelasannya bahwa ada umat Islam yang fanatik, sehingga senang kepada ajaran Islam, tetapi adajuga yang digelar dengan Islam KTP yang komitmennya terhadap penegakan ajaran Islam sangat memperhatikan. Hal itu, bisa dikaitkan dengan apa yang diteliti oleh Clifford Geertz di pulau Jawa, yang menghasilkan satu buku yang berjudul *The Religion of Java* tentang terbaginya umat Islam pulau Jawa kepada 3 bagian yaitu Islam santri, Islam priyayi dan Islam abangan (Lubis, 2000:65).

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 1998. *Persentase Penduduk Berumur 10 Tahun Keatas yang Mendengarkan Radio, Penonton, TV. Dan Membaca Surat Kabar/Majalah.*
- Bari, M. Habib. 1995. *Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi-Radio-MC, Sebuah Pengetahuan Praktis.* Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Depari, Edward dan Andrews, Colin Mac. 1995. *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan.* Bandung: Gajah Mada University Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Radio Siaran Teori & Praktek.* Bandung:Mandar Maju.
- Hester, Albert. L. dan To. Wailan. J. 1997. *Pedoman Untuk Wartawan.* Jakarta:Yayasan Obor.
- Ibrahim, Idi subandi. 1997. *Ecstasy gaya Hidup.* Bandung:Mizan.
- Harahap, Krisna. 2003. *Pasang Surut Kemerdekaan Pers di Indonesia.* Bandung: Grafitri.
- Lubis, Nur Ahmad Fadhil. 2000. *Agama Sebagai Sistem Kultural.* Medan:IAIN Press.
- Muhtadi, Asef Saiful. 1999. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek.* Jakarta:Logos.
- Natsir, H.M. 2001. *Manajemen Penyiaran Radio.* Makalah, disampaikan pada Pendidikan dan Latihan Reportase di pekan Baru Tahun 2001.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1996. *Psikologi komunikasi Edisi Revisi.* Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Stokkink, Theo. 1996. *Penyiar Radio Profesional.* Jogjakarta:Kanisius.
- Tasmara, Toto. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami.* Jakarta:Gema Insani Press.
- Widodo. 1997. *Teknik Wartawan Menulis Berita di Surat Kabar dan Majalah.* Surabaya. Indah.