

RADIO SEBAGAI SOLUSI PROBLEMA KEAGAMAAN MUSLIMAH

Oleh: Irzum Faribah

Dosen Tetap STAIN Kudus

Abstrak

Setiap manusia membutuhkan iman dalam keagamaan. Salah satunya adalah mendapatkan pencerahan dari orang yang lebih memahami ajaran agama tersebut atau yang lebih dikenal dengan da'i. Pada dasarnya, dakwah merupakan kewajiban bagi setiap manusia, sebagaimana yang dijelaskan dalam surat Ali Imron ayat 104. Dalam penyampaian dakwah para da'i menggunakan berbagai macam metode, sebagaimana dalam Surat An-Nahl ayat 125, yaitu metode bi al-hikmah, mauidhoh hasanah dan mujaadalah dan masing-masing metode dikembangkan lagi oleh para da'i dengan melihat kondisi sosio-religius masyarakat sebagai objek dakwah. Saat ini perubahan masyarakat terjadi begitu cepat dengan diikutinya perkembangan teknologi begitu juga dalam menyiarkan ajaran Islam. Kegiatan dakwah saat ini tidak hanya menggunakan metode ceramah dari satu tempat ke tempat lainnya yang membutuhkan waktu cukup lama. Namun, dengan menggunakan media cukup melalui satu tempat, pesan dakwah dapat didengarkan oleh para mad'u dari berbagai penjuru. Salah satu media dakwah yaitu radio, yang saat ini sudah mengalami perkembangan begitu cepat, misalnya media streaming. Dengan demikian, dakwah melalui media radio tidak hanya dinikmati oleh masyarakat terdekat, namun lebih luas sampai ke luar negeri. Siaran yang dilaksanakan oleh Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus dengan PAS FM Pati setiap hari Senin pagi dengan tema Fiqh Muslimah mencoba membantu permasalahan keagamaan perempuan baik di wilayah pantura Jawa Tengah, maupun propinsi lainnya bahkan jaringan yang lebih luas lagi yaitu negara tetangga.

Kata Kunci: Dakwah, Media radio, sosio-religius mad'u

A. Pendahuluan

Dakwah Islam telah berjalan dengan baik selama kurun waktu yang cukup panjang, semenjak Islam disampaikan oleh Nabi Muhammad kepada umat manusia. Banyak kemajuan yang telah dicapai tetapi belum mencapai kesempurnaan sesuai dengan tuntunan dan ajaran Islam. Aktivitas dakwah selama ini belum berjalan sempurna menurut rencana yang terarah sesuai dengan kemajuan zaman, terutama kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang begitu cepat.

Pelaksanaan dakwah Islam, sesungguhnya telah disebutkan dalam petunjuk-petunjuk yang tercantum dalam al-Qur'an maupun hadis sebagai sumber utama dalam ajaran Islam. Gerakan dakwah bagi setiap muslim merupakan kewajiban, baik itu fardhu 'ain maupun fardhu kifayah sebagaimana dalam firman Allah surat Ali Imran ayat: 104 yang artinya

“Dan Hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”.

Begitu pula dalam hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari: *“Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat”.* Apabila diperhatikan makna dari ayat dan hadis di atas, menunjukkan bahwa dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim, akan tetapi tidak semua muslim dapat melakukannya. Oleh karena itu haruslah diperhatikan metode-metode, strategi, dan ketentuan-ketentuan persyaratan tersendiri, apabila menghendaki dakwah berhasil sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri.

Dakwah merupakan salah satu cara melakukan perubahan sosial. Perilaku masyarakat yang melanggar norma dan etika yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat harus “diluruskan” agar dampak buruknya tidak menyebar dan menjadi “penyakit” kolektif. Masyarakat harus dibimbing dan diarahkan kepada hal-hal positif yang tidak hanya bermanfaat bagi dirinya, tetapi juga bermanfaat bagi orang lain. Realitas sosial memang selalu membutuhkan tuntunan spiritual agar sejalan dengan petunjuk Tuhan.

Kaum Muslim, sejak Nabi Muhammad diutus untuk menyampaikan risalah Islam hingga zaman modern ini, telah dijadikan sebagai umat terbaik karena peran mereka dalam perubahan sosial. *“Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah.*

Sekiranya Alh Kitab beriman, tentulah lebih baik bagi mereka: di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik,” (QS Ali Imran [3]: 110).

Menyiarkan suatu agama harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga kegiatan dakwah untuk menyiarkan agama tersebut dapat diterima dan dipeluk oleh umat manusia dengan kemauan dan kesadaran hatinya, bukan dengan paksaan. Suatu agama tidak akan tegak tanpa adanya dakwah, suatu ideologi atau aliran tidak akan tersebar dan tersiar tanpa adanya kegiatan untuk menyiarkannya. Rusaknya agama adalah para pemeluknya meninggalkan dakwah. Dengan kata lain, dakwah merupakan satu-satunya faktor yang sangat penting untuk kehidupan suatu ideologi yang disebarluaskan kepada khalayak ramai (Samsul Munir Amin, 2009: 55).

Kearifan dalam berdakwah merupakan salah satu jalan untuk mendekati umat dalam memahami ajaran agamanya secara baik dan benar dengan berorientasi pada perlindungan dan penghargaan atas hak-hak asasi manusia, dan pada saat yang sama, nilai-nilai kemanusiaan, seperti persamaan dan keadilan dapat ditegakkan. Dalam dakwah, seorang da'i menyampaikan pesan dakwah tidak cukup hanya berdakwah dengan lisan, tetapi juga dengan perbuatan.

Era teknologi informasi sekarang, sadar maupun tidak, umat manusia dihadapkan pada pilihan-pilihan. Pada satu sisi pilihan itu akan membawa hikmah dan manfaat bagi kehidupan dirinya. Dakwah yang selama ini dilakukan dengan metode pendekatan ceramah dan tabligh atau komunikasi satu arah (*one way communication*), dengan tanpa mengecilkan peran pendekatan ini, sudah saatnya diubah dengan menggunakan pendekatan-pendekatan dan strategi dakwah yang lebih substantif (bersifat langsung pada inti persoalan), objektif (sesuai persoalan objeknya, baik materi maupun mad'u yang dihadapi), efektif (mempertimbangkan kondisi ruang dan waktu), aktual (mengikuti perkembangan arah dan orientasi budaya masyarakat) dan faktual (mesti berdasarkan fakta-fakta empirik) (Aripuddin, 2012: 3).

Mediadakwah adalah sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Menurut Deddy Mulyana dalam Aripudin (2011: 13) bahwa media dapat merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal, seperti cahaya dan suara. Saluran juga bias merujuk pada cara penyajian, seperti tatap muka (langsung) atau lewat

media, seperti surat kabar, majalah, radio, telfon dan televisi. Sering juga disebut bahwa apa yang dikategorikan sebagai media juga disebut sebagai cara atau metode. Cara dakwah dengan menerangkan maupun menginformasikan, terutama menginformasikan lewat lisan misalnya yang sering disebut dengan dakwah bil lisan, karena menginformasikan dan menerangkannya dengan lisan. Jadi, terkadang penggunaan istilah memiliki konotasi sesuai dengan maksud penggunaannya, terutama istilah-istilah yang memiliki makna samar dan beragam.

Media komunikasi dakwah banyak sekali jumlahnya mulai yang tradisional sampai yang modern misalnya kentongan, beduk, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film radio, dan televisi. Dari semua itu, pada umumnya dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, aural, dan audiovisual.

Perlu diperhatikan pula bahwa dalam arus komunikasi, dalam beberapa hal, dakwah tidak mungkin mempertahankan. Beberapa hal metode lama, apalagi membentengi dengan mengadopsi teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi berkembang semakin *sophisticated*, tidak hanya *hardware*, tetapi juga daya jangkauan dan jelaahnya yang tidak kenal batas geografis dan kultural (Illaihi, 2010: 104).

Dengan berkembangnya media dakwah yang sangat beragam di masyarakat salah satunya media radio, maka lebih mudah pula masyarakat untuk memperoleh pencerahan dalam keagamaan tanpa harus bertatap muka secara langsung dan ketika pemirsa (dalam hal ini mad'u) ingin dialog interaktifpun sudah tersedia fasilitas untuk hal tersebut, tanpa harus bertatap muka secara langsung, hal ini bisa lebih efektif dan efisien.

B. Dakwah Sebagai suatu Kewajiban

Dakwah sebagai suatu kegiatan sosialisasi Islam yang memiliki berbagai pengertian sebagai berikut: a. mendorong manusia agar melakukan kebajikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh berbuat kebajikan dan meninggalkan kemunkaran agar memperoleh kebahagiaan dunia-akhirat. b. mengadakan seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik. c. mengubah umat dari satu situasi kepada situasi yang lebih baik di dalam segala segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari, baik bagi kehidupan seorang pribadi,

kehidupan keluarga maupun masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup manusia. d. menyampaikan panggilan Allah dan Rasul kepada apa yang menghidupkan umat manusia sesuai dengan martabat, fungsi dan tujuan hidupnya (Mul Khan, 1992: 100).

Pengertian dakwah tersebut di atas maka, penyampaian informasi (Islam) merupakan substansi dakwah. Penyampaian informasi tersebut bukan saja bertujuan supaya orang mengerti dan memahami isi suatu informasi, akan tetapi agar orang meyakini dan menundukkan diri pada isi atau pesan informasibtersebut. Dengan demikian suatu kegiatan dakwah akan berisi kegiatan dan proses sosialisasi idea dan konsep-konsep serta internalisasi nilai dan kaidah ajaran Islam, sehingga hal itu termasuk ke dalam kepribadian seseorang.

Keberadaan dakwah sangat urgen dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan yang satu dengan yang lainnya. Sebagaimana diketahui dakwah merupakan usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.

Hal ini berdasarkan firman Allah:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَالِغَةَ إِذَا أَحْسَنَ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
 أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

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 (QS. An-Nahl (16) : 125)

Kata *ud'u* yang diterjemahkan dengan seruan dan ajakan adalah *fi'il amr* yang menurut kaidah ushul fiqh setiap *fi'il amr* adalah perintah dan setiap perintah adalah wajib dan harus dilaksanakan selama tidak ada dalil lain yang memalingkan dari kewajiban itu dan hal ini disepakati oleh para ulama.hanya saja terdapat perbedaan pendapat para ulama tentang status kewajiban itu apakah fardlu ain atau fardlu kifayah (Amin, 2009: 51).

Mengenai kewajiban menyampaikan dakwah kepada masyarakat penerima dakwah, para ulama berbeda pendapat mengenai status

hukumnya. Pendapat pertama, menyatakan bahwa berdakwah itu hukumnya *fardhu ain* maksudnya setiap orang Islam yang sudah dewasa, kaya-miskin, pandai-bodoh, semuanya tanpa kecuali wajib melaksanakan dakwah. Pendapat kedua, mengatakan bahwa berdakwah itu hukumnya tidak *fardhu ain* melainkan *fardhu kifayah*. Artinya, apabila dakwah sudah disampaikan oleh sekelompok atau sebagian orang maka gugurlah kewajiban dakwah itu dari kewajiban seluruh kaum muslimin, sebab sudah ada yang melaksanakan walaupun oleh sebagian orang.

Perbedaan pendapat para ulama ini karena perbedaan penafsiran terhadap Alqur'an Surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran (3): 104)

Perbedaan penafsiran ini terletak pada *min* “*min*” diberikan pengertian “*littab'idh*” yang berarti sebagian, sehingga menunjukkan kepada hukum *fardhu kifayah*. Sedangkan pendapat lainnya mengartikan “*min*” dengan “*littabyin*” atau “*lil-bayaniyyah*” atau menerangkan sehingga menunjukkan kepada hukum *fardhu ain*.

C. Radio sebagai Media Dakwah

Radio merupakan teknologi yang dipakai untuk menghantar sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang tersebut melintas dan merambat melalui jalur udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Perkembangan dunia teknologi kini berdampak pula terhadap siaran radio. Dulu kita hanya dapat menikmati siaran radio dengan gelombang AM (*amplitude modulation*). Namun, kini pendengar pun dimanjakan oleh kemunculan gelombang radio FM (*frequency modulation*) yang bersuara lebih jernih (www.islamcendekia.com diakses tanggal 1 Juli 2014). Seiring dengan perkembangan zaman, Radio banyak berperan dalam berbagai bidang salah satunya adalah dalam bidang dakwah. Radio dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi

ataupun sarana khutbah yang bersifat Islami. Walaupun banyak media yang berkembang pesat saat ini, namun media radio mampu bertahan sampai sekarang dan masih banyak penggunaannya.

Kata media, berasal dari bahasa Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara (Asmuni Syukir, 1986 : 17) Wilbur Schramm (1977) mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Secara umum dipahami bahwa istilah ‘media’ mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*) dan sinema. Namun, terdapat rentang media yang luas mencakup pelbagai jenis hiburan (*entertainment*) dan informasi untuk audiens yang besar-majalah atau industri musik. Terdapat juga industri yang mendukung pelbagai aktivitas media, bahkan jika industri-industri tersebut tidak berkomunikasi secara langsung dengan publik: Press Association mensuplai berita, Screen Services membuat ulasan untuk film, Gallup menyediakan riset pasar. Kemudian terdapat industri telekomunikasi yang ‘membawa’ materi untuk media-kabel atau satelit. Untuk maksud-maksud itu, akan diasumsikan bahwa ‘media’ merujuk pada pelbagai institusi atau bisnis yang berkomunikasi dengan para audiens, terutama dalam menyediakan pengisi waktu luang (Burton, 2012: 9-10).

Media yaitu alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (*indirect communication*), dan sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan. Untuk itu, komunikasi melalui media bersifat satu arah sehingga komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan dengan seketika. Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat ia berkomunikasi. Oleh karena itu, dalam melancarkan komunikasi yang bermedia, komunikator harus lebih matang dalam merencanakan dan dalam persiapan sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya tersebut akan berhasil. Untuk itu, ia harus memperhatikan beberapa faktor. Komunikator harus mengetahui

sifat-sifat komunikasi yang akan dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan. Komunikasi yang dituju dengan menggunakan media bentukannya bisa hanya seorang, dapat dengan kelompok kecil orang, bisa juga sejumlah orang yang amat banyak (Illaihi, 2010: 104).

Perkembangan media massa berawal pada kemajuan teknologi komunikasi dan informasi dekade 1970-an dan masuknya zaman industrialisasi negara-negara Barat yang akhirnya sedikit banyak membantu terbitnya surat kabar, radio, televisi, dan lain-lain. Baik media massa surat kabar, radio maupun televisi pada umumnya memiliki karakteristik khusus, yaitu massal. Massal dalam arti adalah seluruh berita yang dibuat oleh media massa tidak bersifat pribadi, akan tetapi lebih dikonsentrasikan kepada masyarakat umum.

Media radio juga tidak kalah pentingnya dengan media massa lainnya. Menurut para ahli, radio mempunyai kelebihan-kelebihan yaitu: siaran radio bersifat langsung, siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan, dan siaran radio mempunyai daya tarik sendiri, seperti adanya suara, music, dan efek suara. Radio menjadi tampak hidup karena dukungan suara yang ikut melengkapi setiap acara yang disajikannya (Muhtadi, 2012: 79). Misalnya, ketika acara siraman rohani diiringi dengan musik padang pasir.

Radio hadir memasuki setiap sudut kehidupan di bumi ini, menawarkan berbagai macam informasi, dari pesan keagamaan sampai informasi banjir, gunung meletus dan lainnya ke seluruh daerah dari perkotaan sampai pelosok yang sulit dijangkau. Radio memiliki banyak kelebihan, diantaranya radio memiliki kesederhanaan bentuk sehingga mudah di bawa-bawa (*portability*) dan kemampuan yang tinggi untuk menjangkau setiap pendengarnya yang sedang melakukan kegiatan lain sekalipun, atau bahkan sedang menikmati media massa lainnya.

Perubahan teknologi pada komunikasi juga membawa perubahan pada teknologi penyiaran radio. Kehadiran internet juga mengubah format siaran radio konvensional menjadi *internet Radio* (radio internet). Perubahan ini ditandai ketika Carl Malamud (1993), meluncurkan *Internet Talk Radio* semacam *radio talk show* tentang komputer pertama yang setiap minggu mewawancarai seorang pakar komputer. Sejauh itu radio internet masih berupa konsep yang dibicarakan.

Istilah radio internet juga dikenal dengan *web radio*, *net radio*, *streaming radio* atau *e-radio* adalah layanan penyiaran audio yang

ditransmisikan melalui internet. Penyiaran yang dilakukan melalui internet disebut sebagai *webcasting* karena tidak menular secara luas melalui sarana nirkabel. Cara yang digunakan untuk menyiarkan radio internet adalah melalui teknologi *streaming*, yaitu teknologi yang dapat menerima serta mengirim informasi dari satu pihak ke pihak lain menggunakan alat yang dapat menerima aliran media *streaming* tersebut juga.

Radio internet memiliki media *streaming* yang dapat menyediakan saluran audio terus-menerus dan tanpa batasan operasional penyiaran seperti media penyiaran tradisional pada umumnya, dengan kata lain 1x24 jam. Banyak stasiun radio internet yang bersosialisasi dengan stasiun radio tradisional (bukan stasiun radio internet), namun bagi radio internet yang jaringannya hanya menggunakan internet dan tidak bersosiasasi dengan radio tradisional, maka stasiun radionya bersifat independen dan tidak tergabung dalam perusahaan penyiaran mana pun (Tamburaka, 2013: 56-60).

Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Wardi Bachtiar, 1997: 35). Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.

Radio merupakan salah satu media dakwah yang bersifat auditif, murah, dan merakyat. Selain itu, radio juga praktis digunakan sebagai media dakwah karena tidak tergantung oleh ruang dan waktu serta berkumpulnya mad'u. Era reformasi seperti ini, banyak masyarakat yang meninggalkan radio, mereka menganggap radio bukan kebutuhan yang penting artinya tidak setiap hari mereka mendengarkan radio, tetapi hanya diwaktu senggang saja. Berbeda dengan televisi ataupun koran, yang selalu menemani dalam sehari-hari.

Melihat kondisi seperti ini radio perlu dikembangkan kembali dengan menggugah minat masyarakat untuk mendengarkan radio dan dimanfaatkan sebagai kebutuhan sehari-hari. Sebagai penerus masa depan, mari kita mencoba mengisi acara-acara siaran dakwah dengan bentuk yang lebih menarik. Radio juga memiliki peran dalam menentukan kehidupan masyarakat apalagi dibidang teknologi komunikasi

menyebabkan pengaruh yang besar terhadap penyebarluasan informasi atau gagasan. Dengan dakwah melalui radio, kegiatan penyebaran agama Islam akan mudah diterima masyarakat dengan cepat dan serentak (Widjaya, 1993: 75 dalam library. Walisongo.com diakses tanggal 2 Juli 2014).

Radio merupakan media komunikasi yang dipergunakan dalam mengirim warta jarak jauh yang dapat ditangkap oleh sekelompok orang yang mendengarnya melalui pemancar radio yang diinginkan. Dalam kegiatan dakwah, radio memegang peran penting dalam penyampaian materi dakwah dalam bentuk-bentuk pidato dan ceramah atau kuliah. Pesawat radio dapat menjangkau mad'unya dalam jarak jauh dan meluas.

Oleh karena itu pesawat radio merupakan media yang efektif dalam penyampaian dakwah untuk semua kalangan. Media radio merupakan alat yang jauh lebih hebat daya penetrasinya, radio dapat menembus ke pelosok-pelosok yang tidak dapat dicapai oleh media tercetak (Raf'iuddin, 1997: 52). Dakwah melalui radio, untuk mencapai sasarannya yakni pendengar tidak mengalami proses yang kompleks. Hanya saja perlu hati-hati dalam penyampaian materi dakwah di tengah masyarakat yang plural.

Materi Dakwah merupakan pesan - pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya, yang pada pokoknya mengandung 3 (tiga) prinsip pokok yaitu Aqidah, Syariat dan Akhlaq:

1. Akidah, yang menyangkut sistem keimanan/kepercayaan terhadap Allah SWT. Ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktivitas seseorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental maupun sikap lakunya, dan sifat sifat yang dimiliki.
2. Syariat, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan, dan mana yang tidak boleh, mana yang halal dan mana yang haram, mana yang mubah dan sebagainya.
3. Akhlak, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk Allah SWT (Tatiek, 2006: 31).

Ketiga materi dakwah memuat keseluruhan ajaran Islam yang mencakup seluruh aspek/dimensi kehidupan manusia lahir, batin, dunia,

akhirat dan semua bentuk hubungan vertikal maupun horizontal di atas. Wajib disampaikan dengan baik agar ajaran Islam dapat diamalkan secara maksimal dan dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari.

Materi dakwah harus disampaikan kepada sasaran dakwah sebagai bekal di akhirat kelak. Dengan kata lain, materi dakwah bukan hanya hal-hal yang berkaitan dengan masalah keakhiratan saja namun juga masalah kehidupan dunia, sehingga tidak hanya terbatas pada langkah dan gerak hidup umat manusia sebagaimana hukum Islam dipahami, namun dakwah Islam harus berperan lebih aktif untuk meraih kebaikannya dan mencakup arti kesejahteraan di dunia yang secara otomatis akan berkonsekwensi diakhirat.

Ada beberapa tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kepastiannya sebagai media publik: *pertama*, radio sebagai penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. *Kedua*, radio sebagai sarana mobilitasi pendapat publik untuk memengaruhi kebijaksanaan. *Ketiga*, radio sebagai sarana mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan dan *keempat*, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran (Masduki, 2001: 2-3)

Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektivitas dan efisiensi berdakwah. Hal ini nampak dari adanya bentuk yang sederhana tanpa harus bertemu antara da'i dan mad'unya. Oleh karena itu, perlu sekali radio dimanfaatkan sebagai media dakwah seperti yang terlihat sekarang ini. Penggunaan radio sebagai media dakwah Islam dipandang cukup membawa hasil dan sampai pada sasarannya tanpa banyak mengalami hambatan.

Radio sebagai media dakwah memiliki beberapa keutamaan antara lain: *pertama*, program radio dipersiapkan oleh seorang ahli, sehingga bahan yang disampaikan benar-benar bermutu. *Kedua*, radio merupakan bagian dari budaya masyarakat. *Ketiga*, harga dan biaya cukup murah, sehingga masyarakat mayoritas memiliki. *Keempat*, mudah dijangkau oleh masyarakat, artinya audien atau pendengar cukup di rumah. *Kelima*, radio mampu menyampaikan kebijaksanaan, informasi secara tepat dan akurat dan keenam, pesawat mudah dibawa kemana-mana. (Asmuni, 1983: 176-177).

Dalam pemahaman modern, pandangan radio bukan lagi objek yang menggunakan telinga untuk menyimak sebuah acara. Mereka juga menggunakan nalar fikiran dan sekaligus empati, sehingga membentuk

sikap kritis. Jika program yang ditayangkan Radio tidak sesuai, maka sikap mereka tidak sekedar memindah channel atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersifat antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan.

D. Dakwah dan Perubahan Sosial (pendekatan sosio-religius)

Secara sosiologis, masyarakat terbentuk melalui proses interaksi antarindividu melalui kegiatan komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi menjadi alat perekat yang dapat membangun kontak untuk memperoleh saling pengertian antaranggota dalam suatu komunitas. Dalam suatu komunitas baru, setiap individu akan saling berusaha melakukan kontak, baik untuk melengkapi kebutuhan sosialnya maupun memenuhi kebutuhan psikologisnya. Pemenuhan kedua kebutuhan tersebut akan menjadi fasilitas yang dapat mengantarkan eksistensinya menjadi warga suatu masyarakat. Dalam masyarakat seperti itu, selain berpengaruh pada proses pengukuhan, pengakuan antarindividu juga dapat memberikan efek sosial terhadap keberadaan individu lainnya.

Komunikasi dapat berlangsung, paling tidak karena dua faktor. *Pertama*, karena adanya kontak diantara para pelaku komunikasi. Komunikasi berlangsung dalam suatu lingkungan tertentu melalui fasilitas sosial yang salah satu diantaranya, disebut hubungan sosial (*social relationship*). *Kedua*, karena adanya dukungan konteks di mana komunikasi itu berlangsung.

Secara bahasa, kata religiusitas adalah kata kerja yang berasal dari kata benda *religion*. Religi itu sendiri berasal dari kata *re* dan *ligare* artinya menghubungkan kembali yang telah putus, yaitu menghubungkan kembali tali hubungan antara Tuhan dan manusia yang telah terputus oleh dosa-dosanya (www.dalimunthe.com). Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesai (1993), *religious* adalah taan pada agama (Sholeh).

Menurut Gazalba (1985), kata *religi* berasal dari bahasa latin *religio* yang berasal dari akar kata *religare* yang berarti mengikat. Maksudnya adalah ikatan manusia dengan suatu tenaga yaitu tenaga gaib yang kudus. *Religi* adalah kecenderungan rohani manusia untuk berhubungan dengan alam semesta, nilai yang meliputi segalanya, makna yang terakhir, dan hakekat dari semuanya. Menurut Daradjat (1989), ada dua istilah yang dikenal dalam agama yaitu kesadaran beragama (*religious conciousnes*) dan pengalaman beragama (*religious experience*).

Jalaluddin (2000: 212), mendefinisikan religiusitas sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas merupakan konsistensi anatara kepercayaan terhadap agama sebagai unsure konatif, perasaan terhadap agama sebagai unsure afektif dan perilaku agama sebagai unsure kognitif. Jadi aspek keberagamaannya merupakan integrasi dari pengetahuan, perasaan dan perilaku keagamaan dalam diri manusia.

Kesadaran beragama adalah segi agama yang terasa dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi atau dapat dikatakan sebagai aspek mental dari aktivitas agama. Sedangkan pengalaman beragama adalah unsur perasaan dalam kesadaran beragama yaitu perasaan yang membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan. Untuk mengukur religiusitas tersebut, kita mengenal tiga dimensi dalam Islam yaitu aspek akidah (keyakinan), syariah (praktik agama, ritual formal) dan akhlak (pengamalan dari akidah dan syariah).

Thoules (2000: 34) mengemukakan faktor yang mempengaruhi sikap religious seseorang, yaitu:

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan dan lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan tersebut.
2. Faktor pengalaman, hal ini berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan seseorang. Terutama mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan.
3. Faktor kehidupan yang mempengaruhi dapat dibagi menjadi empat, yaitu: kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri dan kebutuhan yang timbul adanya ancaman kematian.
4. Faktor intelektual yang berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Sosio-Religious Masyarakat Jawa

Secara sosiologis, masyarakat terbentuk melalui proses interaksi antarindividu melalui kegiatan komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi menjadi alat perekat yang dapat membangun kontak untuk memperoleh saling pengertian antaranggota dalam suatu komunitas. Dalam suatu komunitas baru, setiap individu akan saling berusaha melakukan

kontak, baik untuk melengkapi kebutuhan sosialnya maupun memenuhi kebutuhan psikologisnya. Pemenuhan kedua kebutuhan tersebut akan menjadi fasilitas yang dapat mengantarkan eksistensinya menjadi warga suatu masyarakat. Dalam masyarakat seperti itu, selain berpengaruh pada proses pengukuhan, pengakuan antarindividu juga dapat memberikan efek sosial terhadap keberadaan individu lainnya.

Komunikasi dapat berlangsung, paling tidak karena dua faktor. *Pertama*, karena adanya kontak diantara para pelaku komunikasi. Komunikasi berlangsung dalam suatu lingkungan tertentu melalui fasilitas sosial yang salah satu diantaranya, disebut hubungan sosial (*social relationship*). *Kedua*, karena adanya dukungan konteks di mana komunikasi itu berlangsung. Dalam istilah DeFleur (1993), faktor konteks dalam komunikasi biasa disebut lingkungan fisik (*physical surrounding*). Bahkan secara pragmatik, kedua faktor tersebut juga masih dipengaruhi oleh situasi sosio-kultural (*socio cultural situation*) di mana suatu peristiwa komunikasi berlangsung.

Faktor-faktor komunikasi itulah yang dalam proses pembentukan masyarakat menjadi fasilitas yang memungkinkan setiap anggotanya melakukan peniruan dan penyesuaian. Pada praktiknya, proses peniruan dan penyesuaian ini berlangsung dalam aktivitas komunikasi sebab komunikasi efektif hanya dapat berlangsung melalui upaya penemuan kesamaan-kesamaan simbol yang digunakannya, yang secara teknis dapat diperoleh melalui usaha tersebut. Demikian pula peristiwa komunikasi yang melibatkan antarpemeluk agama yang berbeda. Disadari ataupun tidak, para pelaku komunikasi itu akan saling meniru dan menyesuaikan terhadap simbol-simbol yang digunakan oleh setiap pelaku komunikasi. Dalam situasi interaktif seperti itulah, akan terbentuk budaya baru masyarakat yang secara fungsional diakui bersama.

Kontak dan konteks merupakan dua faktor penting dalam proses pembentukan suatu masyarakat. Melalui proses interaksi, setiap individu akan menunjukkan eksistensi budayanya masing-masing sebab setiap individu yang terlibat dalam proses tersebut pada dasarnya telah memiliki budaya masing-masing yang sejak sebelumnya telah dianut dan diturunkan dari generasi ke generasi. Karena itu, pada umumnya, dalam situasi kultural yang cenderung heterogen, terbuka peluang berlangsungnya proses komunikasi antarbudaya, yaitu komunikasi yang melibatkan individu-individu yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Termasuk ke dalam bentuk komunikasi ini, peristiwa komunikasi

antarpemeluk agama yang berbeda. Simbol-simbol nonverbal dalam komunikasi ini, pada umumnya lebih dominan muncul sehingga satu sama lain memungkinkan terjadinya misinterpretasi. Bahkan, pada tingkat tertentu, misinterpretasi yang diakibatkan kegagalan dalam memakai simbol-simbol komunikasi yang digunakan dapat pula melahirkan konflik. Oleh karena itu, penting sekali memahami sosio cultural suatu masyarakat sebelum melakukan komunikasi.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Clifford Geertz di Mojokuto (nama rekaan untuk kota Pare di Jawa Timur tempat Clifford Geertz melakukan penelitian lapangan), ia telah membagi tiga kelompok masyarakat Islam di Jawa, yaitu: abangan, santri dan priyayi.

Pertama, abangan yang secara harfiah berarti “yang merah” yang diturunkan dari pangkal kata abang (merah). Istilah ini berkaitan dengan orang Jawa yang beragama Islam yang kurang begitu memperhatikan perintah-perintah agama Islam dan kurang teliti dalam memenuhi kewajiban-kewajiban agama. Kelompok abangan menitikberatkan pada perpaduan unsur-unsur Islam dengan Budha-Hindu dan unsur-unsur asli sebagai sinkretisme Jawa dan sering dinamakan agama Jawa atau dikenal dengan sebagai tradisi rakyat (Geertz dalam Muchtarom, 2002: 12).

Kedua, Santri, istilah santri yang semula dipakai untuk menyebut seorang murid yang mengikuti pendidikan Islam, merupakan perubahan bentuk dari kata india “shastri” yang berarti orang yang tahu kitab-kitab suci (Hindu), seorang ahli kitab suci. Adapun kata shastri diturunkan dari kata shastra yang berarti kitab suci, karya keagamaan atau karya ilmiah (Verdi, 1970: 627). Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1993: 783) santri mempunyai arti orang yang mendalami agama Islam, orang yang beribadah dengan sungguh-sungguh, orang yang sholeh.

Ketiga, Priyayi. Golongan priyayi sikapnya menitikberatkan pada segi-segi Hindu dan berhubungan dengan unsur-unsur birokrasi yang mencakup para anggota dinas administratif, yaitu birokrasi pemerintah serta para cendekiawan yang berpendidikan akademis. Mereka menempati kedudukan pemerintahan dan tersusun menurut hierarkhi birokrasi, mulai dari priyayi rendahan (seperti juru tulis, guru sekolah, pegawai kantor pos setempat, pegawai kereta api) sampai priyayi tinggi yang berpangkat tinggi di kota-kota yang agak besar.

Melihat realitas yang muncul di masyarakat berkaitan dengan Dakwah Islam khususnya bagi para perempuan Islam baik dari golongan priyayi, abangan maupun santri di wilayah pantura Jawa Tengah, maka

Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus ingin mengambil bagian dalam syiar Islam melalui media Radio. Oleh karena itu, sejak tahun 2010 melakukan MoU dengan pihak PAS Fm dalam syiar Islam di daerah Khususnya pantura. Semula siaran bertemakan kajian perempuan dan gender yang dilaksanakan setiap hari Jum'at pukul 09.00 sampai 10.00. Namun sejak tahun 2013 tema siaran berubah menjadi kajian fiqh muslimah dengan waktu siaran yang sama.

Kajian fiqh muslimah ditujukan kepada masyarakat luas yang bertujuan untuk membantu problem masyarakat khususnya perempuan dari permasalahan thoharoh sampai permasalahan fiqh kontemporer yang dialami perempuan. Dalam siaran kajian fiqh muslimah dimulai dengan penyampaian materi yang dipandu seorang moderator dari salah satu penyiar radio PAS FM, kemudian dilanjutkan dialog interaktif antara pemateri (da'i) dengan pendengar radio PAS FM (mad'u). Para penanya ada yang melalui sms dan ada yang langsung melalui telepon, kemudian langsung ditanggapi dari pihak pemateri. Namun, terkadang penanya yang begitu banyak dan waktu untuk menjawab tidak cukup, sehingga sebagian jawaban terkadang terpending sampai minggu depan.

Tema yang disampaikan seputar fiqh muslimah dari ibadah, muamalah, politik, reproduksi dan permasalahan-permasalahan kontemporer. Narasumber dalam siaran ini adalah para dosen perempuan 4 (empat) dari Jurusan Dakwah dan Komunikasi yaitu: Farida, M.Si., Fatma Laili Khoirunnida, S.Ag., M.Si., Irzum Farihah, S.Ag., M.Si, Yuliyatun. 2 (dua) dari Jurusan Tarbiyah yaitu: Hj. Zaimatus Sa'diyah, Lc., M.A dan muflihah, S.Ag., MA, dan Jurusan Ushuluddin 1 (satu) orang yaitu: Efa Ida Amaliyah, MA.

Pendengar PAS FM tidak hanya dari daerah Pati dan sekitarnya, namun sampai luar negeri juga seperti Malaysia, Singapura. Hal ini dikarenakan radio PAS FM sudah menggunakan *streaming*, sehingga jangkauannya lebih luas. Hal ini dapat dibuktikan melalui pertanyaan yang masuk dari para pendengar tidak hanya wilayah Pati dan sekitarnya, namun penanya ada yang dari Batam, Singapura dan juga Malaysia.

Pati merupakan wilayah pantura di Jawa Tengah. Pemahaman agama masyarakat pantura pada dasarnya mayoritas adalah santri, hal ini tidak terlepas dengan penyebaran Islam di pulau Jawa melalui Wali Songo. Dengan perubahan yang terjadi di masyarakat secara umum dan khususnya masyarakat muslim, maka mulai beragam pula pola pemahaman beragama masyarakat Islam. Salah satunya adalah dengan

kemajuan teknologi yang begitu cepat dan pesat. Akhirnya ketika seorang da'i menghadapi pertanyaan masyarakat yang beragam, maka tugas seorang da'i tidak cukup hanya menguasai materinya (meskipun itu yang utama) saja, namun perlu sikap bijaksana yang harus diambil oleh seorang da'i. Sebagaimana dalam Surat an-Nahl ayat 125 tentang ragam metode dakwah, salah satunya adalah *bi al-hikmah (dengan bijaksana)*.

Misalnya, dalam satu tema berkaitan tentang cantik menurut pandangan Islam. Pada saat itu pertanyaan dari masyarakat sangat banyak. Hal ini tidak dapat terlepas dengan berkembangnya produk-produk kecantikan yang ditawarkan di masyarakat, seperti sulam alis, sulam bibir sampai operasi plastik. Pertanyaan berkaitan tentang hal tersebut pun muncul.

Menghadapi pertanyaan berkaitan hal tersebut, dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia ada yang masuk pada tipe abangan, santri dan priyayi. Seorang da'i dalam menghadapi pertanyaan seperti itu, diharapkan mampu mempunyai sikap bijak dalam memberikan jawaban, tentunya dengan mempertimbangkan kondisi sosial dan keagamaan masyarakat. Namun bukan berarti seorang da'i memudahkan dalam penetapan sebuah hukum. Ketegasan dalam menjawab dasar hukum terhadap sebuah permasalahan itu sangat utama namun retorika dakwah seorang da'i harus tetap dilakukan, agar tidak menyinggung pihak *mad'u*. Selain itu tugas seorang da'i juga mampu memberi nasehat yang baik pada setiap *mad'u* (pendengar kajian muslimah) sebagaimana dalam al-Qur'an disebut sebagai metode *mauidhob hasanah*. Dengan metode itu, da'i diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat secara umum, dan secara khusus bagi para pendengar kajian muslimah. Apalagi dakwah melalui media radio yang tidak dapat secara langsung bertatap muka dengan *mad'u*. Sikap da'i seperti di atas tetap diterapkan pada tema-tema yang lainnya.

E. Simpulan

Dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media paling populer di dunia ini seperti: channel, sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis program dakwah di radio, selain ceramah dan dialog Islam (*talkshow*). Materinyapun sangat beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Para da'i dan lembaga-lembaga dakwah harus memanfaatkan radio untuk menebarkan risalah Islam.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akherat. Mengajak ke jalan Allah wajib hukumnya. Keberhasilan ajakannya mencerminkan prospek dan pelestarian perkembangan Islam di masa mendatang, sebab maju dan mundurnya agama terletak di tangan penganut-penganut-Nya.

Kajian muslimah yang dilaksanakan oleh Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus, bekerjasama dengan radio PAS FM Pati. Siaran ini dilaksanakan setiap hari Senin sejak pukul 09.00-10.00 dengan tema fiqh muslimah, dengan sub tema yang beragam, sehingga setiap kali siaran selalu banyak yang berpartisipasi melalui pertanyaan yang diajukan dari para pendengar.

Melihat beragamnya masyarakat Indonesia khususnya para perempuan yang tinggal di daerah Pati dan sekitarnya. Maka seorang da'i dalam menyampaikan materi maupun menjawab pertanyaan yang diajukan harus berhati-hati dan selalu menjunjung tinggi sikap menghormati mad'u melalui metode *bi al-hikmah* (bijaksana), *mauidhob hasanah* dan menggunakan retorika dalam berdakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulkhan, Abdul Munir, 1992, *Paradigma Intelektual Muslim*, Yogyakarta: Siple.
- Aripuddin, Acep, 2012, *Dakwah Antarbudaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- , 2011, *Pengembangan Metode Dakwah*, Bandung: Rajawali Pers.
- Tamburaka, Apriadi, 2013, *Literasi Media*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Muhtadi, Asep Saeful, 2012, *Komunikasi Dakwah*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Syukir, Asymuni, 1983, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Penerbit Al-Ikhlâs.
- Bungin, Burhan, 2013, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1993, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Burton, Grame, 2012, *Media dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Muhammad, Husein, 2001, *Fiqh Perempuan*, Yogyakarta: LKis
- Rahmat, Jalaluddin, *Meraih Cinta Ilahi: Pencerahan Sufistik*, Bandung: Remaja
- Rafiuddin, Maman Abdul Jalil, 1997, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Rosdakarya, 2000. Robert H. Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: Rajawali.
- Amin, Samsul Munir, 2009, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah
- Illahi, Wahyu, 2010, *Komunikasi Dakwah*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Bavhtiar, Wardi, 1997, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos.
- Muchtarom, Zaini, 2002, *Islam di Jawa dalam Perspektif Santri dan Abangan*, Jakarta: Salemba Diniyah.

Irzum Farihah

[http//library.Walisongo.com](http://library.Walisongo.com) diakses tanggal 2 Juli 2014

www.dalimunthe.com, diakses pada Mei 2014

www.islamcendekia.com diakses tanggal 1 Juli 2014