

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi pada mulanya adalah aktivitas manusia dan karena itu telah ada sejak keberadaan manusia. Komunikasi Tuhan dengan makhluk-makhluknya terjadi dan sebagian terekam dengan indah dalam sarana komunikasi (termasuk kitab suci). Tanpa komunikasi, peradaban manusia tidak dapat berkembang. Untuk mengilustrasikan hal ini, tidaklah berlebihan untuk merujuk pada kisah Al-Qur'an tentang penciptaan Adam (as) yang sejak penciptaannya berdialog (berkomunikasi) langsung dengan Allah penciptanya dan para malaikat yang meragukan keberadaannya saat itu. Sekaligus, hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan prasyarat mutlak bagi keberadaan manusia di muka bumi.

“Dan dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para malaikat lalu berkata, “Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda tu jika kamu orang-orang yang benar!” Mereka menjawab: “Mahasuci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami, sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.” Allah berfirman: “Bukankah sudah Ku-katakan kepadamu, bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan?” (QS.Al-Baqarah[2]: 31-33).

Komunikasi berfungsi tidak hanya untuk menyampaikan tanda atau pesan dari medium, tetapi terutama untuk saling memahami makna dan isi dari tanda atau pesan tersebut. Ayat dalam QS. Al-Baqarah [2]:31-33 di atas setidaknya merupakan contoh komunikasi yang luar biasa agar para pihak dalam proses komunikasi saling memahami.

Dakwah dalam Islam merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang dilakukan secara terus menerus dan bertujuan untuk merubah perilaku manusia berdasarkan ilmu dan sikap yang benar, yaitu agar manusia lebih beribadah kepada Allah, Allah dan Rasulnya. seperti kecintaan mereka terhadap diri sendiri. Dakwah juga bisa dipahami sebagai proses komunikasi (tabligh). Komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau tertulis, atau secara individu atau dalam kelompok.¹

Dalam situasi saat ini, model dan media komunikasi sudah begitu beragam dengan perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi ini menyebabkan munculnya beberapa model komunikasi baru yang sangat berbeda dengan model sebelumnya, terkadang bertentangan dengan masyarakat pada umumnya.² Dengan semakin meningkatnya penggunaan teknologi ini, muncul berbagai teknologi internet, media seperti televisi, surat kabar dan radio, dimana informasi dapat dengan mudah tersebar ke setiap pelosok. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi sangat cepat dan banyak digunakan. Dari anak-anak

¹ Isti Suryanita, *Strategi Penyiaran Tausiyah Islam Di Radio Lesitta 101.9 FM Kota Bengkulu* (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. 2020)

² Rachmat Kriyanto, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), vi

hingga orang tua, dari kota besar hingga pedesaan bisa menggunakan teknologi.

Radio merupakan hasil perkembangan teknologi yang memungkinkan transmisi suara secara bersamaan melalui gelombang radio udara. Sejak awal, radio telah berkembang menjadi sarana komunikasi massa yang kuat. Bahkan, radio pernah disebut sebagai estate kelima, setelah surat kabar. Namun, dengan perkembangan teknologi, radio juga mengalami beberapa perubahan. Dari sudut pandang teori definisi teknologi, perkembangan teknologi bukanlah hal yang sederhana. Perkembangan teknologi merevolusi media, membentuk orang yang menggunakannya (pengguna), bahkan membentuk masyarakat dan budaya. Sejarah radio menunjukkan bahwa perkembangan radio juga tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang mempengaruhi tidak hanya operasional radio tetapi juga pasar untuk mendefinisikan kembali radio itu sendiri sesuai dengan misi dan perannya.

Radio Swara Angkasa adalah salah satu radio swasta pertama yang terletak di Jl. Raya Serang, Km 2 Kadumerak Pandeglang Banten. Berdiri sejak 11 Agustus 1972, dikenal dengan nama udara Angkasa Radio 98,9 FM. Menyiarkan berbagai informasi yang terbaru dan *ter-update* serta siaran musik terbaru dengan berbagai macam genre terutama musik dangdut. Target atau sasaran radio ini adalah untuk pendengarnya yaitu *Sohib Angkasa* di semua kalangan usia terutama anak muda atau remaja dengan tagline *Suara Kreatif Terpopuler*. Angkasa Radio mengusung Tagline “Suara Kreatif Terpopuler”, ini didasarkan karena selalu setia memainkan karya-karya kreatif dan populer baik musik dangdut, pop, qasidah, religi,

dan beberapa kesenian sunda dan lagu-lagu sunda lainnya sesuai dengan kultur daerah Pandeglang.

Penulis memilih Angkasa radio sebagai pusat penelitian karena walaupun Angkasa radio bukan radio yang berbasis dakwah namun Angkasa radio masih menempatkan aspek dakwah di dalam program-programnya. Yaitu melalui program sirohana (Siraman Rohani Angkasa) yang disiarkan langsung oleh K. H. Arman Karim Al-Banjari setiap pagi hari mulai dari pukul 06.00-07.00 WIB dan disiarkan ulang setiap masuk waktu shalat dan juga ba'da maghrib. Program ini juga menjadi salah satu program unggulan dari beberapa program lainnya.. Untuk materi yang disampaikan setiap siaran pastinya berbeda dan radio tidak menentukan tema atau topik khusus untuk bahasan materi, semua materi diserahkan langsung kepada pemateri.

Keberadaan Angkasa Radio yang merupakan radio siaran FM di kawasan kota Pandeglang, yang lebih dikenal dengan julukan Kota Santri di Banten, disamping itu Kabupaten Pandeglang ini merupakan daerah berkembang untuk itu Angkasa Radio mengusung format kultur daerah di kota Pandeglang salah satunya dengan adanya format acara siraman rohani angkasa yang target sasaraannya merupakan kalangan menengah ke bawah yang masyarakatnya terdiri dari berbagai golongan, sehingga Angkasa Radio menempatkan diri sebagai media yang bersahabat dengan masyarakat, yang selalu berharap untuk terus bisa memberikan suasana hiburan, informasi, pendidikan serta dakwahnya bagi para pendengar di Kabupaten Pandeglang dan sekitarnya.

Setiap stasiun radio tentunya memiliki berbagai program siaran. Angkasa Radio juga memiliki beberapa program siaran

unggulan, diantaranya program *sirohana* (*Siraman Rohani Angkasa*), program yang menyiarkan tentang siraman rohani atau tausiyah setiap hari pada pukul 06.00 – 07.00 pagi, *grebeg pagi* setiap pukul 07-11.00 WIB menyajikan lagu-lagu dangdut pilihan pendengar sambil ditemani informasi seputar Banten, *hits terpopuler angkasa* sajian full musik terpopuler Indonesia maupun mancanegara, *zoka* (*zona kenangan angkasa*) menyajikan acara menarik dan menghibur warga Pandeglang dengan lagu-lagu nostalgia, *digoda* (*digoyang dangdut angkasa*) hiburan lagu-lagu dangdut di malam hari dan program-program lainnya.

Dengan teknologi dan segala perubahan tersebut, serta munculnya media baru seperti internet dan media digital lainnya, peran radio sebagai media semakin berkurang. Selain itu, munculnya media baru mempertajam keunikan media lain. Dalam hal radio, tidak ada yang mengalahkan faktor pribadi dan keintiman yang dibangun radio untuk terhubung dengan pendengarnya. Contoh nyatanya bisa dilihat dari kondisi di sekitar kita. Radio baru muncul, yang lama ditinggalkan, tetapi hanya sedikit yang bertahan, termasuk Radio Swara Angkasa yang sudah eksis lebih dari 50 tahun. Ini menunjukkan bahwa radio ngga ada matinya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih dalam dengan mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Program Siaran Dakwah (Studi Pada Program “Siraman Rohani Angkasa” Di Radio Swara Angkasa Pandeglang)**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian berdasarkan latar belakang di atas yaitu :

1. Bagaimana strategi komunikasi Angkasa Radio dalam mempertahankan program siaran dakwah “Siraman Rohani Angkasa” ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam mempertahankan program siaran dakwah “Siraman Rohani Angkasa”?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Angkasa Radio dalam mempertahankan program siaran dakwah “Siraman Rohani Angkasa”.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam mempertahankan program siaran dakwah “Siraman Rohani Angkasa”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan ilmu yang lebih mendalam di bidang komunikasi dan dakwah. Serta menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi untuk penelitian lanjutan ataupun bahan diskusi kedepannya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi masyarakat, mahasiswa dan semua pembaca. Dan juga dijadikan sebagai bahan kajian dan bahan literasi guna memperoleh informasi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi khususnya mengenai strategi komunikasi dan juga radio.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Pertama, disertasi Siska Fitriah berjudul *Strategi Komunikasi Radio Dakwah 95.5 Ras fm Jakarta dalam Program Sore Cahaya Pondok Pesantren ON AIR* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2014. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Informasi diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Magang Islam Sore On Air Dakwah Cahaya adalah membahas isi kitab Bhulughul Maram dengan menjelaskan narasumber yang diberikan oleh KH. Cholil Nafis kemudian memberikan kesempatan kepada audiens untuk bertanya melalui SMS atau live on air.³

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi komunikasi. Perbedaannya adalah penelitian di atas lebih fokus kepada strategi komunikasi dakwah, sedangkan peneliti lebih fokus kepada strategi komunikasi untuk mempertahankan program siaran dakwah.

³ Siska Fitriah, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio 95,5 Rasfm Jakarta Pada Program Cahaya Sore Pesanten ON AIR*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014)

Kedua, Sarina, Miftahul Huda dan Jurnal Riset Dharma Saputra Estonia berjudul “*Strategi Komunikasi Radio Kendal FM Dalam Meningkatkan Minat Pendengar*”, Universitas Selamat Sri Kendal Jawa Tengah. Tahun 2021. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan menggunakan paradigma post-positivis dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Temuan dari penelitian ini adalah strategi Citra Radio dalam meningkatkan minat pendengar dengan menyusun program-program yang menarik, menggunakan media sosial Facebook, Instagram dan streaming dalam siaran, mengoperasikan perusahaan radio sebagai tombak dan hati, berpartisipasi aktif langsung di masyarakat dan menggunakan strategi yang relevan. Selain itu, Radio Citra melakukan perencanaan program yang matang, melaksanakan program siaran sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, mengevaluasi dan memonitorinya. ⁴

Perbedaan dari jurnal di atas dengan penelitian ini yaitu jurnal membahas tentang strategi komunikasi radio dalam meningkatkan minat pendengar sedangkan peneliti membahas tentang strategi komunikasi radio dalam mempertahankan program siaran dakwah.

Ketiga, Skripsi Ali Abdurrahman berjudul “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio Aswaja FM Dalam Menyebarkan Islam Nusantara*”, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2018. Sifat penelitian ini adalah kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumenter. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yang menggambarkan strategi komunikasi, kepemimpinan, efektifitas dan keyakinan Islam nusantara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah Islam Nusantara di radio Aswaja FM

⁴ Sarina, Miftahul Huda, Viro Dharma Saputra, *Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar* (Skripsi Universitas Selamat Sri Kendal Jawa Tengah, 2021).

melalui pengajian umum, kajian Bahtsul Masail, kajian Kitab Kuning, dan kegiatan sosial dan adat. ⁵

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian di atas fokus pada strategi komunikasi dakwah dalam menyebarkan ajaran Islam nusantara, sedangkan peneliti lebih fokus kepada strategi komunikasi untuk mempertahankan program siaran dakwah.

Keempat, Skripsi Ahmad Gozal berjudul *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Bandar Lampung*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh para penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandar Lampung adalah strategi kinerja para penyiar yang profesional dan kreatif dalam mengimplementasikan ide-ide di setiap siaran, karena para penyiar selalu agresif dalam menghubungkan kata-kata dan tindakan setiap program dalam menerapkan pesan informasi yang diperbarui untuk membuat pendengar tertarik mendengarkan siaran. ⁶

Perbedaannya dengan penelitian ini adalah penelitian di atas fokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyiar radio, sedangkan penelitian ini fokus kepada strategi komunikasi radio untuk mempertahankan program siaran dakwah.

Kelima, Gholdi Gemilang Penelitian *Strategi Komunikasi Radio Hard Rock FM Surabaya Dalam Mengelola Program*

⁵ Ali Abdurrahman, *Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Aswaja FM Dalam Menyebarkan Islam Nusantara*. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018).

⁶ Ahmad Gozali, *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Di Bandar Lampung*. (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

Penyiaran Selama Pandemi Covid-19, Universitas Negeri Surabaya. Tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah keputusan untuk menghentikan dua program siaran yang digantikan oleh program siaran Hard Rock FM Jakarta dan juga mengurangi jumlah karyawan, efektif mengatasi penurunan pendapatan utama dari iklan. Strategi komunikasi dalam manajemen program mengalihkan pendapatan produksi udara ke pendapatan online karena terbatasnya aktivitas off-air, akhirnya Hard Rock FM Surabaya mengalihkan anggaran off-air ke iklan online, yang merupakan langkah positif untuk merespon situasi Covid-19.⁷

Perbedaan dari jurnal penelitian di atas yang menjadi fokus penelitiannya yaitu tentang strategi komunikasi radio dalam mengelola program siaran di masa pandemi sedangkan peneliti yaitu strategi komunikasi radio untuk mempertahankan program siaran dakwah yang menjadi fokus penelitian.

F. Kerangka Teori

1. Strategi Komunikasi

Pada hakikatnya, strategi adalah kombinasi dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut ini, strategi harus menunjukkan taktik operasionalnya, bukan hanya jalan pintas.

Menurut beberapa ahli, termasuk Everett M. Rogers (1955), mendefinisikan komunikasi sebagai proses pengiriman ide dari sumber ke penerima dengan tujuan mengubah perilakunya.

⁷ Gholdi Gemilang, *Strategi Komunikasi Radio Hard Rock FM Surabaya Dalam Mengelola Program Siaran Pada Masa Pandemi Covid-19*, (Universitas Negeri Surabaya, 2021).

Theodore Herbert (1981) mendefinisikan komunikasi sebagai proses pemindahan makna informasi dari satu orang ke orang lain, biasanya untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Edward Depari (1990), komunikasi adalah penyampaian pikiran, keinginan dan pesan melalui simbol-simbol tertentu yang bermakna dan terjadi dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah proses pengiriman pesan transaksional atau informasi yang mengandung makna dari seorang pengirim (mediator) kepada seorang penerima (mediator) untuk mencapai tujuan tertentu.⁸

Strategi komunikasi sekaligus menjadi pedoman perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan seberapa fungsionalnya untuk diimplementasikan, dalam arti prosedurnya dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan keadaan..⁹

Strategi komunikasi adalah perencanaan (*planning*) dan pengelolaan atau pengarahan pesan-pesan untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi harus berbasis teori, karena teori didasarkan pada pengalaman (empiris) dan informasi yang terverifikasi. Harold D. Lasswell menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi paling baik dijelaskan dengan menjawab pertanyaan. “Siapa mengatakan apa dengan saluran mana kepada siapa dengan dampak apa?” (*What Says What Which Channel To Whom With What Effect?*).¹⁰

⁸ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2010), 3-4.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 29.

¹⁰ <https://senikomunikasi.com/strategi-komunikasi-pengertian-dan-ruang-lingkup/> Diakses pada 05 Desember 2022.

2. Radio

Teknologi radio menghasilkan sinyal melalui modulasi dan radiasi elektromagnetik, juga dikenal sebagai gelombang elektromagnetik. Gelombang elektromagnetik tidak memerlukan media pembawa, seperti molekul udara, sehingga mereka dapat merambat di udara dan di ruang kosong.¹¹

Radio—Salah satu jenis komunikasi massa adalah penyiaran, yang mencakup media massa atau saluran seperti surat kabar, majalah, atau televisi. Radio memiliki fungsi audio, yaitu digunakan di telinga atau pendengaran. Setelah eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga yudikatif) dan pers atau surat kabar, media radio dianggap sebagai “kekuasaan kelima” (*fifth power*). Media radio dianggap sebagai "kekuasaan kelima" (fifth power) setelah eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga yudikatif), dan pers atau surat kabar. Radio dianggap sebagai "adik laki-laki" surat kabar, dan karena daya tarik suara, musik, dan efeknya yang unik, radio dianggap sebagai "kekuasaan kelima"..¹²

3. Prgram Siaran

Siaran dapat berarti sebagian atau seluruh konten siaran radio atau televisi. Dengan kata lain, beberapa acara disiarkan. Atau, Anda bisa mengatakan bahwa seluruh siaran stasiun terdiri dari

¹¹ Hasan Asy'ari Orahama, *Jurnalistik Radio: Kiat Menulis Berita Radio* (Erlangga, 2012), h. 120.

¹² Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter Dan Script Writer*, (Bandung: Nuansa, 2014), h. 19.

satu atau lebih program. Setiap program membutuhkan waktu tertentu untuk disiarkan, yang biasanya bergantung pada jenis acaranya, apakah itu hiburan, informasi, atau berita. Waktu siaran diatur sesuai dengan topik, sehingga tidak ada siaran tunggal setiap hari..¹³

4. Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan.

Istilah dakwah mencakup beberapa pengertian antara lain:

- a.) Dakwah adalah kegiatan yang mendorong atau mengajak orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam.
- b.) Dakwah adalah proses pengajaran ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sengaja.
- c.) Dakwah merupakan kegiatan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara dan metode yang berbeda.
- d.) Dakwah adalah kegiatan mencari kebahagiaan hidup yang dilandasi keridhaan Allah.
- e.) Dakwah adalah upaya meningkatkan pemahaman keagamaan untuk mengubah gaya hidup, sikap dan perilaku orang-orang yang bertentangan dengan ajaran Islam dan berpegang teguh pada pedoman syariah untuk hidup di dunia ini menjadi bahagia. dan seterusnya.¹⁴
- f.) Merujuk dalam makna Al-Qur'an surat *an-Nahl*: 125, "*serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan himmah*

¹³ <https://www.pengertianilmu.com/2016/04/pengertian-program-siaran.html>
Diakses pada 31 Januari 2023

¹⁴ Muhamad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 17-21.

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.”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah upaya untuk menyampaikan pandangan Islam dan tujuan hidup manusia kepada orang lain, baik individu maupun kelompok. Dakwah dapat diartikan sebagai himbauan dan ajakan. Bisa juga diartikan sebagai panggilan, ajakan, seruan, atau dengan perilaku atau tindakan nyata. Secara lebih spesifik, dakwah adalah proses transmisi ajaran Islam dari satu orang ke orang lain, baik secara individu maupun kelompok.

Penyampaian ajaran tersebut dapat berupa perintah untuk berbuat baik dan mencegah perbuatan yang dibenci oleh Allah dan Rasul-Nya (amr ma'ruf nahy al-munkar). Upaya dakwah harus dilakukan secara sadar dengan tujuan membentuk individu dan keluarga yang bahagia (khayr al-usrah) dan masyarakat atau umat terbaik (khayr al-ummah) sesuai dengan ajaran Islam, untuk mencapai apa yang diinginkan .¹⁵

G. Sistematika Pembahasan

Berikut ini peneliti menggambarkan sistematika pembahasan untuk mempermudah pembahasan yang menjadi fokus masalah dalam penelitian agar lebih sistematis dan terarah, diantaranya:

Bab I Pendahuluan. Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, kemudian menjelaskan

¹⁵ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia), h. 6.

rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, yang digunakan sebagai landasan dalam melakukan sebuah penelitian, dan juga sebagai landasan yang digunakan penulis untuk menjelaskan tentang beberapa kajian pustaka, diantaranya yaitu materi tentang strategi komunikasi, program siaran radio dan pengertian dakwah.

Bab III Metodologi Penelitian, menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian dan jenis penelitian, menjelaskan lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, menjelaskan inti dari penelitian yang membahas tentang sejarah berdirinya Radio Swara Angkasa, visi dan misi, profil perusahaan, struktur kepengurusan, program acara radio. Kemudian membahas hasil dari penelitian serta menjawab dari yang menjadi rumusan masalah yaitu tentang strategi komunikasi radio dalam mempertahankan program siaran dakwah, serta tentang faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam mempertahankan program siaran dakwah “Siraman Rohani Angkasa (Sirohana)”.

Bab V Penutup, dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang akan menjawab masalah yang telah dirumuskan, dan juga saran.