

Dakwah Media Radio Jakarta Islami Center (JIC) di Era Digital

¹Moh. Amir Choiri, ²Pipin Yosepin

STAI AL Aqidah AL Hasyimiyyah Jakarta
Jl Kayu Manis Barat No. 99, Matraman, Jakarta Timur
E-mail: pipinyosepin02@gmail.com

Abstract

The development and advancement of today's technological world have helped overcome various obstacles in life. In the digital era, the fulfilment of information needs is a necessity that cannot be denied. Da'wah through radio media radio owned by the DKI Jakarta government is one of the radios that broadcast Islamic da'wah. Radio as a broadcasting media also has a role in its da'wah mission. Like Radio Jakarta Islamic Center by implementing da'wah programs in its broadcast content. It's broadcast content. This writing aims to describe the role of da'wah through JIC radio media in the digital era. Researchers conducted in-depth interviews with interviewing informants including the head of the JIC radio da'wah program, the head of JIC radio, and two JIC radio broadcasters. JIC, and two JIC radio broadcasters. The data analysis technique is carried out by the results showed that the role of JIC radio media da'wah in the digital era is increasingly enhanced following the development of the JIC radio program. The digital era is increasingly being improved by following technological developments and the use of social media such as YouTube and others. Radio JIC uses some creative strategies when there is media convergence to improve the quality of broadcasters and can to improve the quality of broadcasters and can strive for broadcasters to present material well.

Keywords: Digital Era, Da'wah, Media Convergence, Radio JIC

Abstrak

Perkembangan dan kemajuan dunia teknologi saat ini telah membantu mengatasi berbagai hambatan dalam kehidupan. Di era digital pemenuhan kebutuhan informasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipungkiri. Dakwah melalui media radio yang dimiliki pemerintah DKI Jakarta ini adalah salah satu radio yang menyiarkan dakwah Islam. Radio sebagai media penyiaran juga memiliki peran dalam misi dakwahnya. Seperti halnya pada Radio Jakarta Islamic Center dengan menerapkan program dakwah dalam konten siarannya. Penulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran dakwah melalui media radio JIC di era digital. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mewawancarai informan diantaranya ketua program dakwah radio JIC, pimpinan radio JIC, dan dua penyiar radio JIC. Adapun teknis analisis data dilakukan dengan reduksi data hasil wawancara dan dianalisis lalu disimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dakwah media radio JIC di era digital semakin ditingkatkan dengan mengikuti perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial seperti youtube dan lain-lain. Radio JIC melakukan beberapa strategi kreatif saat terjadi konvergensi media dengan tujuan agar dapat meningkatkan kualitas penyiar serta dapat mengupayakan penyiar dalam menyajikan materi dengan baik.

Kata Kunci: Era Digital, Dakwah, Konvergensi Media, Radio JIC

Pendahuluan

Islam mengajak umatnya untuk melakukan kegiatan dakwah dalam kehidupan. Sebagai agama dakwah Islam memerintahkan kepada pemeluknya untuk senantiasa menyebarkan ajaran Islam sebagai sebuah kebenaran agar diterima oleh masyarakat luas. Perkembangan dakwah tersebut berkesinambungan dari generasi ke generasi karena dakwah diartikan sebagai kewajiban umat muslim. ¹ Hal ini seperti tertuang dalam surat An-Nahl ayat 125 yang artinya : *“Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu , Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalanNYa dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”*.²

Radio merupakan salah satu media informasi yang memiliki peran penting dalam menyebarkan nilai-nilai Islam untuk membentuk kepribadian umat muslim. Radio yang memiliki basis dakwah menjadi sebuah tantangan dalam dakwah. Sejak awal radio diciptakan dengan kebutuhan auditif ³, dimana hanya suara yang berperan didalamnya. Melalui peran penyiar radio, apa yang disampaikan tersebar ke seluruh penjuru, sehingga mampu menciptakan sensasi oleh pendengarnya.

Peran penting radio dalam dakwah menjadi penting, karena dalam waktu yang relatif singkat pendengar akan menerima informasi/pesan tersebut. Mengingat Islam harus tersebar luas dengan *rahmatan lil alamin*, maka penyampaian kebenaran menjadi tanggung jawab umat Islam secara keseluruhan. Dan Islam harus menyampaikannya dengan wajah yang menarik agar umat lain beranggapan dan mempunyai pandangan bahwa kehadiran Islam bukan sebagai ancaman bagi eksistensi mereka melainkan pembawa kedamaian dan ketentraman sekaligus pengantar menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. ⁴ Hal ini seperti tertuang dalam 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”*. ⁵

Seiring pesatnya dunia teknologi saat ini tidak dapat dipungkiri radio menjadi media yang kurang mendapatkan respon dari masyarakat. Masyarakat lebih cepat tahu informasi dari media sosial. Penggunaan aplikasi

¹ Rully Asrul, Islam agama Dakwah , artikel dari Kompas, 27 januari 2023, diakses dari <https://www.kompasiana.com/anandapujian/63d3c75f04dff027c450b512/islam-agama-dakwah>, tgl. 23 september 2024.

² <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.htm>, diakses 23 September 2024.

³ Stanley R. Alten dikutip dari Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKis, 2004), h. 15

⁴ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer, Lkis 2004),h. 15.

⁵ Kementerian Agama RI, *Al Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Siqma, 2017), h.

dengan media sosial menjadi sebuah trik bagi media radio dalam meningkatkan persaingannya pada media massa terutama di dunia teknologi yang kian canggih dan cepat. Masyarakat bahkan lebih dapat mengetahui perkembangan apa yang sedang terjadi di seluruh dunia jauh lebih cepat, bahkan informasi dari dalam negeri kalah cepat. Sehingga *global village* atau desa global menjadi suatu keniscayaan kemunculannya.⁶

Fenomena tentang bisnis di dunia radio yang mengalami kematian alias bangkrut sudah banyak terjadi. Hal itu terjadi sejak teknologi handphone yang menawarkan ke pendengar youtube dan aplikasi music. Menurut data yang dilansir dari Komisi Penyiaran Indonesia di Jawa Tengah, banyak radio mati karena beberapa masalah yang beragam, seperti ketidaksiapan pengelola dalam berinvestasi, atau radio tidak lagi menghasilkan pemasukan sebagai bisnis. Selain itu perpanjangan izin yang terlambat sehingga frekuensi radio tidak dapat dilanjutkan dan berakhir.⁷ Hal ini juga terjadi pada saat terjadinya pandemic covid 19 pada tahun 2020 lalu, industri dunia radio mengalami dampak akibat PSBB yang dilakukan pemerintah saat terjadinya pandemi covid-19. Menurut pendapat Adrian di masa pandemi covid -19 perusahaan atau mitra iklan dan promosi melakukan penarikan dan menahan aktivitasnya sehingga menurunnya jumlah pendapatan radio dari segi iklan.⁸ Namun dari sisi lain adanya pembatasan aktivitas pada masyarakat saat itu membawa dampak terhadap kegiatan *off air radio* sebagai strategi promosi ikut terhenti. Namun peran radio sebagai komunikasi massa lantas tidak berhenti, di masa krisis pandemi justru radio melakukan berbagai peranan sebagai media informasi public yang selalu melakukan kampanye kebijakan pemerintah seperti PSBB, penggunaan masker di masyarakat. Menurut PRSSNI, 2020 lalu beberapa radio mengalami jumlah peningkatan pendengar di Jakarta tahun 2020 lalu. Hal itu dapat dilihat dari platform *streaming* atau radio online. Dampak pandemi juga menunjukkan adanya pergeseran dan peningkatan sekaligus sebagai momentum pembuktian adanya percepatan dan pemanfaatan teknologi digital pada sebuah industri radio.⁹

⁶Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. XII.

⁷Artikel dari Kpi.go.id, <https://www.kpi.go.id/id/umum/23-berita-daerah/36985-kpid-jateng-temukan-beberapa-radio-tutup-dan-terima-keluhan-tentang-siaran>

⁸ D.T. Kosasih, Melihat Bisnis Radio Saat Pandemi Covid 19, liputan 6 Com, 2021, <https://www.liputan6.com/saham/read/4482263/melihat-bisnis-radio-saat-pandemi-covid-19>

⁹ PRSSNI, Jumlah Pendengar radio Mengalami peningkatan, 2020, artikel dari <http://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio-mengalami-peningkatan>.

Dalam fenomena tersebut dampak pandemi covid -19 membawa era konvergensi media digital, dimana radio beralih menjadi radio online berbasis digital. Radio tidak hanya media audible saja namun sudah memanfaatkan aspek visual sebagai isi dan medium penyebaran informasi, Selama dua tahun terakhir membuktikan bahwa radio masih ada dan dapat memberikan kontribusinya bagi masyarakat sehingga radio menjadi salah satu media strategis yang dapat digunakan baik dari segi promosi maupun penyebarluasan informasi.¹⁰

Dari latar belakang tersebut untuk menjawab tantangan dakwah di era digital, bertumbuhnya media massa di era digital membuat radio dakwah Islam menjadi tertantang untuk berkembang dan membuka peluang baru bagi radio untuk mengikuti era digital, seperti pada Radio Jakarta Islamic Center (JIC) yang merupakan salah satu media penyiaran Islam. Radio JIC sampai saat ini masih berkegiatan dalam ruang lingkup kegiatan dari lembaga Jakarta Islamic Center di Koja Jakarta Utara. Radio yang dimiliki pemerintah DKI Jakarta ini adalah salah satu radio yang menyiarkan dakwah Islam. Dalam hal ini Radio JIC memiliki peran dalam misi dakwah dengan menerapkan program dakwah dalam konten siarannya.

Dalam hal ini penting untuk menelaah peran dakwah Islam melalui Media Radio JIC di era digital, dan faktor yang mendukung dan menghambat dakwah Islam melalui media radio JIC di era digital. Tujuan penulisan ini untuk menganalisis peran dakwah melalui media radio JIC di era digital, selain itu untuk mengetahui apa yang menjadi faktor keberhasilan dan penghambat dakwah melalui radio JIC di era digital.

Metode

Penulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Peneliti menggunakan subjek penelitian Radio Jakarta Islamic center (JIC) yang terletak di Jl. Koja, Jakarta Utara. Sumber data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mewawancarai informan diantaranya ketua program dakwah radio JIC, pimpinan radio JIC, dan dua penyiar radio JIC. Teknik analisis data dilakukan dengan mereduksi data dari hasil wawancara, data dokumentasi dan data lapangan dikumpulkan kemudian dituliskan, kemudian dianalisis lalu disimpulkan.

¹⁰Artikel dari Megashif, UGM Fisipol, Melirik Kembali Industri Radio, tantangan dan Peluang Di Era Digital dan Post Pandemic, 2022.

Hasil dan Diskusi

Peran Radio sebagai Media Massa Berbasis Dakwah

Dakwah dari sisi bahasa yaitu *da'a, yad'u, da'watan*¹¹ yang berarti mengajak, menyeru dan memanggil. Quraish Shihab¹² Ibnu Tamiyyah¹³, Samsul Munir¹⁴ menyatakan bahwa dakwah merupakan usaha dalam mengajak, menyeru, mempengaruhi manusia agar selalu berpegang teguh pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Dakwah dapat diwujudkan dalam tingkah laku dan pandangan hidup namun bisa dalam sasaran yang lebih luas melalui media massa yaitu radio.

Dakwah melalui media diantaranya media visual seperti overhead proyektor, gambar dan foto, media audio seperti radio, media audio visual seperti televisi, film, dan internet. dan media cetak seperti majalah dan surat kabar, buku.¹⁵ Radio merupakan salah satu media massa yang tetap eksis di dalam menyiarkan dakwah. Pesan khutbah Islamiyah yang disiarkan radio memberi ruang bagi pendengarnya untuk bertanya dan memperoleh informasi sesuai kebutuhannya. Dalam hal ini dakwah menjadi tanggung jawab setiap musim dimana pun ia berada. Kewajiban tersebut bukan saja untuk dai/ulama, namun kewajiban setiap muslim/muslimat tanpa terkecuali. Hal ini sesuai dengan pendapat Samsul Munir Amin yang menyebutkan bahwa dakwah merupakan proses dalam rangka mencapai tujuan tertentu bagi gerak langkah dakwah.¹⁶ Dakwah berperan penting dalam menyebarkan ajaran Islam dan melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi ke generasi berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi ke generasi selanjutnya tidak putus.¹⁷

Dakwah yang tepat sasaran didalamnya terdapat unsur-unsur dakwah yaitu subjek, objek,¹⁸ metode, dan media dakwah. Subjek dakwah sebaiknya mempunyai pemahaman yang baik tentang agama, mempunyai kepribadian

¹¹ Imas Mutiyawati, *Dakwah Di Media Sosial, (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN WaliSongo Semarang, 2018, h.24.

¹² M. Quraish Sihab, *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, Cet.22. (Bandung: Mizan, 2001), h. 194.

¹³ Imas Mutiyawati, *Dakwah Di Media Sosial, (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*, Skripsi, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2018,h.25.

¹⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h.5.

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*,... h.5.

¹⁶Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h.5.

¹⁷ Hasan, Mohammad, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 46-47.

¹⁸ Efa Rubawati, *Maedia Baru: tantangan dan Peluah Dakwah*, "Jurnal Studi Komunikasi 2, No.1 (2018): 128, <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>.

yang dapat diteladani, serta memiliki kecakapan komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh objek dakwah. Objek dakwah sebagai target yang menerima pesan dakwah, meliputi lapisan masyarakat, baik yang telah memeluk Islam maupun yang belum memeluk Islam sehingga metode dan media dakwah perlu disesuaikan agar lebih efektif.¹⁹ Metode dakwah yang dapat dilakukan yaitu metode *bil-lisan* atau dengan penyampaian informasi dakwah secara lisan, metode *bil-hikmah* atau dengan pesan kebijaksanaan, metode *bil-hal* atau dengan perbuatan, serta *bit-tadwin* atau yang dilakukan melalui tulisan.²⁰ Sementara media dakwah yang dapat digunakan dalam bentuk lisan dan non tulisan.²¹ Salah satu media yang dapat digunakan untuk dakwah Islam yaitu melalui media radio.

Radio memiliki proses produksi dan program dalam siarannya sehingga penting memadukan kreativitas, keterampilan wawasan, dan mengoperasikan peralatan produksi,²² baik di lapangan atau di studio.²³ Kemampuan dan keterampilan memproduksi program radio penting agar menghasilkan produk yang menarik minat pendengarnya seperti program musik maupun informasi. Radio sebagai media dakwah harus mampu membuat pendengarnya betah mendengarkan program dakwah tersebut.

Tantangan Media Radio di Era Digital

Di era digital radio menghadapi tantangan dimana masyarakat mempunyai pilihan menentukan media mana sebagai sumber informasi. Hasan Asy'ari menjelaskan bahwa radio merupakan sebuah teknologi dalam mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Pada gelombang tersebut tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara dan melintasi dan merambat lewat udara dan bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara.²⁴ Max Well menyebut gelombang magnetik yang dapat mengarungi ruang angkasa dengan kecepatan 186.000 mil/detik.²⁵

¹⁹ Khairan Muhammad Arif, Ahmad Luthfi, dan Ahmad Suja'I, Urgensi Manajemen Dalam Dakwah, "*Tahdzib Al-Akhlaqu: Jurnal Pendidikan Islam* 5, No. 1 (2022): 46, <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950>

²⁰ Siti Aminah dan Nurul Hidayah, Metode Dakwah Animasi Upin dan Ipin dalam Penanaman Nilai Akhlakuk Karimah,"*Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah* 2, No.3 (May 2024): 280-285, <https://doi.org/10.58578/ajisd.v2i3.3103>.

²¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : PT Graha Grafindo Husada2011:9

²² Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS, 2005), cet. Ke-1, h. 45.

²³ J.B Wahyudi, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), cet. Ke-1, h. 75.

²⁴ Hasan Asy'ari Oramahi, *Jurnalistik Radio, Kiat Menulis Berita Radio*, (Jakarta: Erlangga,2012), h. 120.

²⁵Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran dan Praktek*, (Bandung, Alumni 1990), h.15.

Sebagai media yang bisa didengar/auditif namun murah dan merakyat, mudah dibawa kemana-mana, radio juga memiliki fungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, Pendidikan dan hiburan, terutama dalam menstimulasi banyak suara dan memvisualisasikan suara penyiarnya.²⁶ Dalam hal ini radio mampu menciptakan *theatre of mind* (imajinasi) dan mudah akrab dengan audiens. Radio memiliki karakteristik auditori, isi siaran yang tidak bisa diulang-ulang, identic dengan musik, mengandung gangguan timbul-tenggelam (*fading*) dan teknis, akrab dan hangat, suara penyiar hadir dekat dengan pendengar. Radio juga memiliki sifat heterogen, pribadi, aktif, berpikir, interpretasi, menilai dan selektif dalam memilih gelombang siaran sesuai selera.²⁷ Masduki berpendapat bahwa radio menjadi media komunikasi yang powerfull, dalam media massa menjadi kekuatan setelah koran.²⁸

Media radio menjadi media massa yang menyampaikan pesan baik berita, informasi dan hiburan kepada pendengar dengan jangkauan yang luas. Media radio sangat praktis dan efisien sebagai sarana dakwah. Selain mencapai efisien waktu, radio juga memberikan kepada khalayak pendengarnya untuk menikmati informasi hiburan dan edukasi dalam waktu yang singkat. Dalam perkembangannya radio di era teknologi saat ini memiliki tantangan dalam perkembangannya, baik dalam pelayanan jasa maupun penyampaian pesan. Radio perlu menawarkan pelayanan jasa berupa pengalaman yang lebih interaktif dan personal kepada pendengar seperti fitur interaktif melalui aplikasi. Radio juga harus dapat menentukan cara baru untuk menyampaikan pesan yang menarik di tengah hiburan lain yang lebih visual dan multimedia. Radio perlu menyajikan konten yang kreatif, informatif, dan sesuai minat pendengar.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat, memberikan kemudahan akses internet yang berpengaruh pada kebutuhan hiburan dan informasi. Hal itu membuat media penyiaran radio terancam. Oleh karena itu, apabila ingin tetap bertahan, media penyiaran radio harus merespon perubahan teknologi, seperti penggabungan dengan teknologi internet, perluasan jaringan bagi media penyiaran lokal terutama radio yang memiliki frekuensi yang pendek. Munculnya internet membuat perubahan bagi media massa seperti radio, terutama dalam persaingan mendapatkan iklan yang merupakan sumber pendapatan bagi media penyiaran tersebut. Namun, saat ini, banyak sekali iklan yang lebih memilih memasang di internet, website, ataupun media sosial. Blancard, 2015 dan Wood, 2005 menjelaskan bahwa pada awalnya

²⁶ Jihn Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), h. 9.

²⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), h. 108.

²⁸ Masduki, 2001, ... h. 56.

internet ditemukan tahun 1969 hanya digunakan untuk kepentingan militer kemudian terus berkembang menjadi komputer jaringan atau network pada 1989 hasil temuan Timothy Bernes Lee, kemudia puncaknya dapat terhubung oleh gelembung dot.com dengan kemampuan jangkauan audience sampai jutaan dengan biaya rendah.²⁹

Di era new media radio mau tidak mau harus melakukan konvergensi media. Konvergensi media merupakan penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada agar digunakan dan diarahkan dalam satu tujuan tertentu.³⁰ Integrasi ditujukan dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video dan suara. Pergeseran teknologi , pergeseran paradigma industry, budaya dan sosial pada konvergensi media mendorong konsumen untuk mencari informasi yang baru. Hal ini sesuai dengan pendapat Henry Jenkins yang menyebutkan bahwa konvergensi media adalah proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya di masyarakat yang dipengaruhi oleh teknologi media. ³¹ Dalam hal ini adanya perkembangan dominasi new media, maka radio mau tidak mau harus melakukan konvergensi media. Nur aini dalam pendapatnya mengatakan bahwa new media dalam perspektif konvergensi media tersebut diharapkan mampu menjadi etalase baru bagi produk-produk siaran (informasi dan hiburan) yang selama ini hanya disiarkan melalui frekuensi radio. Semakin banyak bentuk new media yang digunakan maka akan semakin banyak etalase sebagai media produk siaran radio tersebut sehingga diharapkan bukan saja isi siaran dari radio media baru namun untuk dapat mempengaruhi khalayak, merubah perilaku khalayak untuk kembali mendengarkan siaran radio.

Peran Radio sebagai Media Dakwah di Era Digital

Radio Jakarta Islamic Center merupakan pusat peradaban Islam yang menjadi salah satu visi dari Jakarta Islamic Center (JIC). Radio JIC dibangun oleh Pusat Pengkajian dan Pengembangan Islam Jakarta. Radio JIC memiliki program radio berbasis kemasjidan. Izin diterbitkan oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan kehumasan Provinsi DKI Jakarta tahun 2006. Radio JIC memiliki izin penyiaran FM 107,7 Mhz. Radio JIC awalnya merupakan stasiun radio non komunitas pada frekuensi AM 1080 KHz yang izinnnya dikeluarkan

²⁹ Oliver Blanchard, *Social Media*, (Jakarta PT Elex media Komputindo and The Internet California: SAGE Publication, 2015). F. Andrew Wood & Matthew J. Smith, *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*, (New jersey: Lawrence Erlbaum Associates,Inc, 2005.

³⁰ Henry Jenkins, The Cultural Logic of media Convergence, *International Journal of Cultural Studies*, 2004, 7 (1) , h. 33-43.

³¹ Nur Aini Shofiya Asy'ari, Broadcasting Radio Ponorogo dalam Kajian Konvergensi Media, *Jurnal Petanda, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, Vol 1 No.1 , 2018.h. 38.

oleh Departemen Kominfo RI, pada tanggal 15 Januari 2021 berawal dari pengambilalihan saham PT Radio Suara Mega Asri Indonesia.

Radio JIC selanjutnya diambil alih oleh Pusat pengkajian dan Pengembangan Islam Jakarta (PPPIJ). Struktur kepengurusan Radio JIC terdiri dari beberapa Sub Divisi penyiaran bidang / Divisi Informasi dan Komunikasi JIC. Aktivitas yang dilakukan di kompleks Jakarta Islamic Centre selain radio JIC ada juga aktivitas seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Dewan Masjid Indonesia (DMI) yang disiarkan oleh Radio JIC. Adapun Visi dan Misi Radio JIC 107.7 FM yaitu menjadi media informasi pusat Peradaban Islam". Adapun Misi Radio JIC yaitu: pertama, mewujudkan pusat pengembangan sumber daya muslim, pengkajian, informasi, serta budaya Islam di Jakarta yang bertaraf internasional. Kedua, mewujudkan pusat pengembangan Islam Jakarta sebagai landmark dengan fisik yang monumental, bernuansa Islam dimana masjid sebagai sentrumnya.³² Adapun motto Radio JIC: Cerdaskan Akal, Beningkan Hati, dan Berkarya Menuju Peradaban Islam.

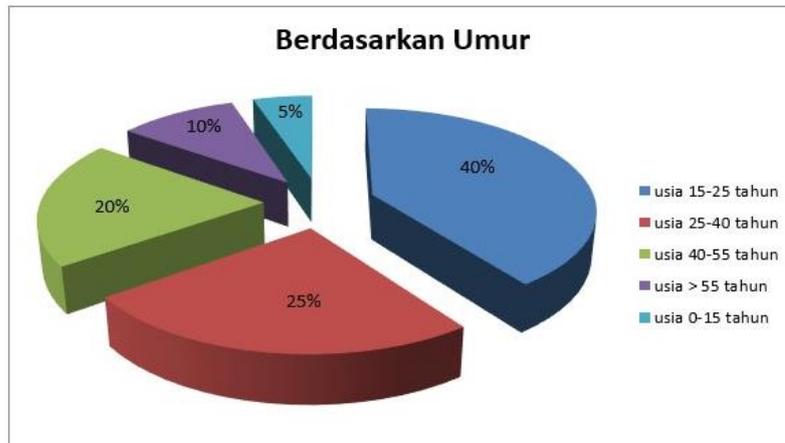


Gambar 1. Logo Radio Jakarta Islamic Centre (JIC)
Sumber: Arsip Radio kegiatan penyiaran.³³

Dalam produksi siaran radio memiliki bermacam format dan materi, diantaranya terkadang memiliki prosedur atau tata laksana kerja yang berbeda. Setiap materi program mendapatkan perlakuan khusus berdasarkan karakteristik dan spesifikasinya. Adapun pendengar Radio JIC terbanyak adalah masyarakat yang berusia 15 tahun sampai dengan 25 tahun. Radio JIC adalah radio dakwah yang banyak memberikan edukasi dan ilmu dimana pada usia tersebut yakni 15-25 tahun adalah usia produktif. Dan masyarakat yang sedikit mendengarkan Radio JIC ada pada usia 0-15 tahun. Hal ini dikarenakan program siaran Radio JIC hanya satu program siaran yang bertemakan tentang anak-anak.

³² Ade, Wawancara dengan Direktur Program Radio JIC di Koja, Jakarta Utara tanggal 20 Maret 2023

³³ Arsip Radio JIC



Gambar 2. Profil Pendengar Radio JIC Berdasarkan Umur

Radio JIC adalah salah satu radio dengan frekuensi 107.7 FM yang memiliki koordinasi dalam program dakwah sebagai salah satu syiar dalam peradaban Islam. Sebagai salah satu radio komunitas di wilayah Koja, Jakarta Utara JIC Radio dalam mengelola program siarannya memiliki strategi manajemen penyiaran yang memberikan arahan menyeluruh untuk pemrograman siaran radio dan manajemen stasiun radio dengan berbagai kebijakan dan mewakili stasiun radio. Dari hasil wawancara penulis, Ade menjelaskan bahwa radio JIC pada manajemen program melakukan koordinasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan sebagai penyiaran strategi yang kreativitas dalam hal pemilihan program dan merancang suatu promosi serta merencanakan kerjasama dengan pihak- pihak luar, diantaranya Stai Al Aqidah Al Hasyimiyyah sebagai pihak luar yang mengisi dan bekerjasama dengan Radio JIC dalam pfitasrogram dakwah talkshow dalam acara Kalam Al Aqidah tahun 2022 lalu.³⁴



Gambar 3. Penyampaian Dakwah di Radio JIC

³⁴ Wawancara dengan M. Zein, di Jakarta 2 September 2024

Menurut Dipo³⁵, penyiar di salah satu radio JIC, berawal dari sebuah motivasi bersama dalam membangun kreativitas dan inovasi baru melalui sebuah media elektronik. Radio JIC 107.7 FM hadir untuk mencerdaskan umat secara intelektual, spiritual, mental dan attitude dalam upaya memantapkan nilai-nilai universal kepada masyarakat. Hal itu dilakukan agar tercipta suasana harmonis, adil, sejahtera hingga terwujud persatuan dan kesatuan umat. Dalam hal ini dapat dibuktikan dari program acara Radio JIC dikemas dalam bentuk radio pendidikan yang melingkupi konsepsi 3H (*Head, Heart, Hand*) yakni pendidikan yang menggugah intelektual, spiritual dan keterampilan (*skill*) namun tetap dalam bingkai komunitas masyarakat muslim berbasis kemasjidan. Dalam hal ini dakwah di radio JIC dilakukan juga oleh da'I JIC dengan membuat dakwah lewat media podcast di radio. Hal ini bisa dilihat bukti pemanfaatan *podcast* sebagai media dakwah dengan adanya komentar positif yang dilontarkan di channel youtube radio JIC.

Dalam peningkatan penyiaran dakwah dan pendidikan Islam, Radio Jakarta Islamic Centre (JIC) walaupun radius siaran efektifnya hanya sekitar tiga kilometer, namun di era digital saat ini diharapkan semakin banyaknya kaum muslimin yang mengikuti kajian keislaman yang disuguhkan melalui program-program siaran Radio JIC. Dalam mengikuti perkembangan teknologi, tim manajemen radio JIC kemudian mulai mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Setelah diputuskan dalam manajemen pada tahun 2017 siaran radio JIC sudah mulai dengan jaringan internet melalui audio streaming di www.islamic-center.or.id, berikutnya di tahun yang sama melalui penggunaan aplikasi Radio JIC, yang memiliki daya jangkauan tidak terbatas. Pendengar tidak hanya untuk masyarakat muslim yang ada di dalam negeri bahkan pendengar muslim di seluruh penjuru dunia bisa mengakses radio JIC

Dalam perkembangan teknologi digital saat ini yang semakin maju, dunia internet telah menyebar ke seluruh pelosok negeri. Apalagi saat terjadinya covid - 19 yang merebak virusnya ke seluruh dunia. Peran internet serta digital sangat maju dan masyarakat mau tidak mau harus melek media dan mengikuti perkembangan itu. Tahun 2017 sosial media semakin gencar dan pertumbuhan di Indonesia menduduki peringkat yang cukup kuat pengguna sosial media. Hal ini berdampak bagi perkembangan radio. Radio JIC memulai pembaharuan manajemen dengan menambah siarannya melalui live sosial, media facebook dan instagram. Berikutnya karena youtubers semakin bertambah dalam semua konten baik yang muatan dakwah atau kajian-kajian keislaman lainnya atau edukasi akhirnya radio JIC

³⁵ Wawancara dengan Dipo di Jakarta, 12 Oktober 2024

memanfaatkan youtube sebagai salah satu sarana dakwah untuk menghadirkan dan memberikan solusi bagi kaum muslimin yang selalu aktif dengan youtube sampai saat ini.

Menurut Ade, program yang segar serta kreatif dan inovatif menjadi sebuah tantangan bagi para manajemen radio JIC untuk meraih para pendengar radio agar mendapatkan rating yang diharapkan nantinya. Dalam hal ini Radio JIC memiliki strategi dalam menunjang keberhasilan program siarannya, yang dapat dilihat dari aspek manajemen strategi diantaranya adalah perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program dan pengawasan dan evaluasi program. Dengan adanya format radio maka rencana dasar dari suatu konsep program radio yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi sesuai dengan tujuan dan target audience acara tersebut.

Menurut Rizki Wahyuni, dalam pernyataan di acara tamu kita di radio JIC pada 30 Mei 2023 lalu dijelaskan bahwa sejak 2 November 2022 merupakan titik balik di dunia penyiaran dari analog ke dunia digital yaitu melalui televisi digital. Perkembangan teknologi televisi digital, di media penyiaran mulai dengan regulasi undang-undang penyiaran yang memungkinkan digital menjadi solusi baru untuk mendapatkan siaran yang jernih dan gambar yang diterima lebih jernih, dan jauh lebih baik dari sisi teknologinya. Melalui frekuensi yang terbatas, satu frekuensi bisa digunakan 4 stasiun televisi. Dengan adanya perubahan teknologi ini lebih efisien dan menghasilkan siaran yang lebih banyak, dulu di DKI Jakarta ada 18. Saat di era digitalisasi peluang ekonomi muncul, konten yang diterima beragama di masyarakat, kepemilikan Lembaga penyiaran hanya satu dua orang, muncul teknologi penyiaran digital.³⁶

Dalam hal ini penyiar atau broadcaster juga harus memiliki aturan main ke penyiaran yang konten-kontennya yang berkualitas dan mencerdaskan. Sebagai regulator juga harus memberikan pemahaman yang baik. Ujung tombaknya adalah penyiarnya. Ada pengawasan dan komitmen dalam Lembaga televisi digital dan radio yang masih diawasi KPID. Sekarang ada media baru, podcast, media sosial, dari KPID juga melakukan pengawasan yang sama terhadap radio, jika ada lagu atau konten yang berisi cacian, makian juga harus tetap diawasi. Karena mendengar radio berimajinasi, apa yang disampaikan penyairnya bisa diasosiasikan dengan hal-hal yang mengandung unsur-unsur makian, cacian, dan seksualitas dilarang KPID. P3 SPS, ini menjadi patokan dan pedoman di Lembaga penyiaran untuk menciptakan aturan main,

³⁶Rizki Wahyuni, M.Si, Program Tamu Kita, Radio JIC, ditayang ke Youtube 30 Mei 2023.

standar siaran seperti apa. Hal ini harus dipahami para pembuat konten siaran digital saat ini



Gambar. 4 Frekuensi Radio JIC

Sebuah stasiun radio memiliki tujuan utama yaitu memperoleh banyak pendengar, untuk itu radio harus dapat menyajikan program-program siaran yang menarik dan selalu update. Seorang programmer dituntut kreatif dalam menciptakan program-program tersebut. Radio JIC membuat program siaran selain untuk menarik banyak pendengar hal tersebut juga dilakukan agar dapat menyampaikan dakwah, mengajak pendengar untuk bertaqarrub kepada Allah SWT. Komposisi program yang ada di Radio JIC terbagi kedalam 4 komposisi program yaitu berita, dakwah, hiburan, dan lain-lain yang mencakup iklan layanan masyarakat, insert program, PSA (Pesan Singkat Agama), dan lain lain. Sebanyak 20% program yang ada di Radio JIC memuat berita, 60% memuat acara dakwah, 10% memuat hiburan, dan 10% memuat acara yang lain. Ini mengindikasikan bahwa sesuai dengan visi dan misi Radio JIC sebagai radio suara peradaban Islam sehingga banyak memuat acara-acara yang bercirikan dakwah.

Direktur Program JIC, Ade menjelaskan bahwa program siaran Radio JIC disusun sedemikian rupa untuk memberikan masyarakat pengetahuan yang jelas dengan gaya bahasa yang lugas sehingga keislaman masyarakat dapat lebih ditingkatkan. Dalam menyuguhkan program acara kepada pendengar, sesuai dengan visi dan misinya yaitu Radio JIC memiliki visi yaitu Menjadi Suara Peradaban Islam. Maka misi Radio JIC dalam melaksanakan program penyiaran Islam yaitu menyiarkan program-program bernafaskan dakwah Islam dan mengikuti perkembangan zaman. Dalam hal ini radio JIC membagi penayangan program dalam bentuk program dakwah dalam acara taklim pagi, taklim siang dan taklim malam. Adapun program-program yang disiarkan pada taklim pagi: Mutiara Pagi, Pesona JIC, Teladan Muslimah, Qalam Al-Aqidah, Kuliah Ahad Dhuha, Journey to Better Life dan The Winner, Insan

Masjid, Forum Publik, Bincang Sehat, Program 7-10, English Little Star, Dinsos Bersama Warga, Bincang Komunitas, GRM, Aktivistis. Dan program-program yang di siarkan pada taklim siang: Kultum Dzuhur, Khutbah Jum'at, Bincang Inspirasi Bunda dan Buah Hati, Sya'i, Sorban Ummat, Kilas Balik Ulama Betawi. Sedangkan program-program yang di siarkan pada taklim malam diantaranya NGOPI (Ngobrol Pemikiran Islam), Addinu Nasihah, KMR (Kajian Magnet Rezeki), Quality Life Management, Dirosa, Sainstek Al-Quran.

Dalam perkembangannya sebagai radio dakwah yang juga berada di lingkungan Masjid Jakarta Islamic Center Jakarta Utara, menjadi sebuah keharusan bagi Radio JIC untuk mensyiarkan panggilan adzan setiap waktu sholat tiba. Selain program On Air yang merupakan siaran langsung oleh penyiar untuk menyapa pendengar dan menyampaikan informasi yang dilakukan di studio radio. Radio JIC juga memiliki program *Off Air*. Program atau kegiatan *Off Air* merupakan acara luar ruangan yang tidak terikat dengan siaran dalam studio radio sebagai bentuk dari promosi dan pendekatan kepada para pendengar setia radio. Kegiatan *Off Air* dilakukan agar dapat memperkuat pendengar dan menambah jaringan komunitas. Adapun di era digital peningkatan yang dilakukan Radio JIC yaitu membuat program live streaming atau tapping, yaitu direkam atau yang di live streaming yaitu live berlangsung diposting di youtube JIC TV, kemudian kita lihat di traffiknya mulai dari saat berlangsung sampai selesai live tersebut berapa yang menonton berapa yang share tayangan tersebut dan berapa yang *like and comment* dari mana saja. Untuk melihat tingkat keberhasilan dakwah melalui media online maka dapat dilihat tabel berikut:

Tabel.1 Profil Program Dakwah Radio JIC

No.	Program Kegiatan	Presentase
1.	Al Quran	9,64 %
2.	Hadits	1,12%
3.	News	12,39%
4.	Kajian Islam	250,31%
5.	Edukasi	36,14 %
6.	Entertainment (nasyid dan Pop Religi)	13,08 %

Tabel.2. Profil Pendengar berdasarkan Usia

No.	Umur	Presentase
1	0-15 tahun	5%
2	16-25 tahun	40%
3	26-40 tahun	25%
4	41-50 tahun	20 %
5	>55 tahun	10%

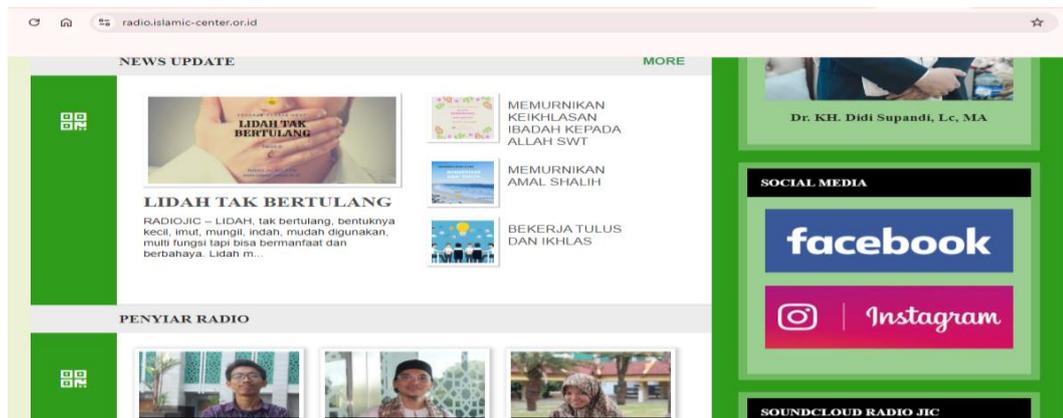
Tabel 3. Profil Pendengar Radio JIC Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Presentase
1.	Laki-laki	60%
2.	Perempuan	40%

Radio sebagai media komunikasi yang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi maupun hiburan melalui audio (suara). Namun di era kecanggihan teknologi digital saat ini tampaknya minat masyarakat untuk mendengarkan radio lebih sedikit dibandingkan tahun-tahun sebelumnya karena radio hanya memberikan informasi berupa audio saja. Tetapi masih banyak masyarakat yang tidak menghilangkan tradisi mendengarkan radio ketika sedang dalam mobil. Radio menjadi alat yang mampu menghibur masyarakat saat menghadapi masalah di perjalanan seperti kemacetan. Maka dalam meningkatkan rating stasiun radio memiliki strategi dalam menarik pendengar agar selalu mendengarkan radio. Dari hasil pengamatan penulis dapat dilihat dari data di media sosial bahwa terdapat 2,964 posts · 4,756 followers · 1,120 following. Di era digital program digital ini mulai di upgrade radio JIC. Saat ini di website JIC terdapat juga akun media Islam, <https://mediaislam.id/category/kabar/> yang berisi situs media Islam dan peradaban. Dalam perkembangannya kebutuhan media menjadi semakin dibutuhkan masyarakat dalam menyerap informasi. Perlu adanya konvergensi media dalam menyikapi media penyiaran saat ini. Dapat dibuktikan bahwa Jakarta Islamic center juga mulai melakukan radio dan TV digital sebagai bentuk implikasi peraturan UU penyiaran. Dalam penggunaan facebook radio JIC memiliki 3, 5 juta ribu pengikut. Radio JIC juga menggunakan soundcloud radio jic.



Gambar 5. Media Sosial Facebook Radio JIC



Gambar 6. Website Radio JIC

Kesimpulan

Radio JIC merupakan media dakwah yang berkomitmen untuk menjadi pusat peradaban Islam. Radio ini menjadi contoh nyata dari radio berbasis Islam dalam memproduksi siaran dakwah. Di era digital saat ini eksistensi radio menghadapi tantangan dakwah yang tidak mudah untuk meningkatkan jumlah audiens. Namun kelebihan dari era digital, radio mampu menjangkau audiens yang luas dan radio dapat menjangkau banyak lapisan masyarakat, terutama di perkotaan dan pedesaan bahkan ke seluruh pelosok dunia. Dalam hal ini mampu menjamin pesan dakwah sampai ke masyarakat: Himbauan melalui radio dapat menjangkau masyarakat secara efektif.

Radio JIC melakukan beberapa strategi kreatif agar dapat meningkatkan kualitas penyiar serta dapat mengupayakan penyiar dalam menyajikan materi dengan baik. Media massa yang berkembang dengan cepat dan jumlahnya melebihi dengan media massa lainnya di Jakarta, disini lah yang menjadi tantangan penyiar dan teamwork dari stasiun radio untuk memilih program atau acara yang disajikan untuk para pendengar yang tentunya menarik serta dapat mempertahankan para pendengar agar nyaman dan tidak mengganti frekuensi mereka karena program yang kurang menarik. Dalam hal ini radio JIC memiliki format radio harus memiliki konten dalam suatu program seperti konten dalam negeri, konten dalam negeri sendiri secara umum sebagai program yang dalam produksinya sebuah ekspresi dan komunikasi yang bermuatan tentang masyarakat dengan bahasa maupun budaya, melalui karya mulai info film, musik, fashion, kuliner, sampai prestasi karya anak Indonesia untuk disiarkan secara meluas. Peran Radio JIC dalam dakwah di era digital harus memiliki strategi dalam berdakwah yaitu dengan menggunakan media sosial seperti youtube, live streaming dengan cara yang kreatif dan inovatif, mampu menyesuaikan karakteristik pendengar dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Penting juga sebagai da'i untuk membangun brand

personal di media sosial dengan meningkatkan konten dakwah dan keterampilan berbicara di depan kamera dengan menyebarkan pesan Islam dengan memanfaatkan teknologi digital secara inovatif.

Daftar Pustaka

- Ade, Wawancara dengan Direktur Program Radio JIC di Koja , Jakarta Utara tanggal 20 Maret 2023
- Aminah, Siti., dan Nurul Hidayah. Metode Dakwah Animasi Upin dan Ipin dalam Penanaman Nilai Akhlakuk Karimah, "*Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah 2*", No.3 (May 2024): 280-285, <https://doi.org/10.58578/ajisd.v2i3.3103>.
- Arif, K.M., Ahmad Luthfi, dan Ahmad Suja'i. Urgensi Manajemen Dalam Dakwah. "*Tahdzib Al-Akhlaqu: Jurnal Pendidikan Islam* 5, No. 1 (2022): 37-50. <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v5i1.1950>.
- Asy'ari, Hasan Oramahi. *Jurnalistik Radio, Kiat Menulis Berita Radio*, 2012 : Penerbit Erlangga PT. Gelora Aksara Pratama
- Brown dalam *Boundaries in Question*, editor: John McMillan dan Andrew Linklater, (USA: Pinter Publisher's London & New York, 1995), hal. 54.
- Dawud, Mochammad. Penerapan Manajemen Strategi Penyiaran Dalam Dakwah. *Jurnal Al-Hikmah* 17 (2) Oktober 2019
- Rubawati, Efa. Maedia Baru: tantangan dan Peluah Dakwah. "*Jurnal Studi Komunikasi* 2, No.1 (2018): 126-142. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>.
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005
- Gazali, Efendy. *Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak*, Jakarta: Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002
- <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.htm>
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Indra, Santi Astuti, *Jurnalisme Radio*, Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2013
- K, Peter. Pringle, Michael F. Star, *Electronic Media Management*, (Fifth Edition), Boston: Focal Press, 2006.
- Kosasih, D.T., Melihat Bisnis Radio Saat Pandemi Covid 19, liputan 6 Com, Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKis, 2005.
- Megashif, UGM Fisipol, Melirik Kembali Industri Radio, tantangan dan Peluang Di Era Digital dan Post Pandemic, 2022.
- Mohammad, Hasan. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Morissan, Manajemen Industri Media Penyiaran, Manajemen Industri Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi, Jakarta: Kencana, 2009
- Munir, Samsul Amin. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009.
- Mutiyawati, Imas. *Dakwah Di Media Sosial*, (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram), *Skripsi*, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018.

- Mutiyawati, Imas. *Dakwah Di Media Sosial, (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*, Skripsi, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2018.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- PRSSNI, Jumlah Pendengar radio Mengalami peningkatan, 2020. Diakses melalui <http://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengar-radio->.
- Quraish,M. Sihab, *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, Cet.22. Bandung: Mizan, 2001.
- Rully Asrul , Islam Agama Dakwah, artikel dari Kompas, 18 November 2022, <https://www.kompasiana.com/www.rullyasrul.com/5535a5966ea834f213da42fe/islam-agama-dakwah>.
- Sanwar, Aminudin. *Ilmu Dakwah Suatu Pengantar Studi*, Semarang : Gununjati, 2009
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta : PT Graha Grafindo Husada, 2011.
- Suprpto, Tommy. *Berkarier di Bidang Broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006
- Syamsul, Asep. M. Romli, *Kamus Jurnalistik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008
- Uchjana, Onong Effendy, *Radio Siaran dan Praktek*, Bandung: Alumni, 1990.
- Wahyudi, J.B. *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992.
- Wahyuni, Rizky. *Radio JIC , Pelunag & Tantangan Industri Penyiaran di Era Digital /Acara Tamu Kita : Tayang 30 Mei 2023*.