



MQ FM DAN PENGEMBANGAN DAKWAH (Fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai Media Dakwah Islam)

Faisal Muzzammil¹, Umi Rojati²

¹ STAI DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta

² UIN Raden Intan Lampung

faisal@staimuttaqien.ac.id; umirojati@radenintan.ac.id

Abstract

Radio 102.7 MQ FM Bandung is a radio station that broadcasts many messages of Islamic da'wah in the Bandung area. In the context of Islamic broadcasting, this MQ FM Radio has a function as a medium for the development of Islamic da'wah. This research aims to determine the function of MQ FM Radio as a medium for developing Islamic da'wah in the Bandung area. This research was conducted using a case study method and was based on the diffusion theory of innovation. Based on the results of the analysis, there are two important points that are found in this research, namely: First, there are two programs carried out by MQ FM Radio in the context of developing Islamic da'wah, namely the on air program and the off air program. Second, there are five functions carried out by MQ FM Radio in the context of developing Islamic da'wah, namely the knowledge function, the persuasion function, the decision function, the implementation function and the confirmation function. The results of this research can be expected to contribute to the development of Islamic da'wah by using radio broadcast media and other similar media.

Keywords: MQ FM, Dakwah Islam, Difusi Inovasi

Abstrak

Radio 102.7 MQ FM Bandung merupakan salah satu stasiun radio yang banyak menyiarkan pesan-pesan dakwah Islam di wilayah Bandung. Dalam konteks penyiaran Islam, Radio MQ FM ini memiliki fungsi sebagai media pengembangan dakwah Islam. Riset ini bertujuan untuk mengetahui fungsi Radio MQ FM sebagai media pengembangan dakwah Islam di wilayah Bandung. Riset ini dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus dan berlandaskan pada teori difusi inovasi. Berdasarkan hasil analisis, maka ada dua point penting yang menjadi temuan dalam riset ini, yaitu: *Pertama*, ada dua program yang dilaksanakan Radio MQ FM dalam rangka pengembangan dakwah Islam, yakni program *on air* dan program *off air*. *Kedua*, ada lima fungsi yang dijalankan Radio MQ FM dalam rangka pengembangan dakwah Islam, yakni fungsi pengetahuan, fungsi persuasi, fungsi keputusan, fungsi pelaksanaan dan fungsi peneguhan. Hasil riset ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan dakwah Islam dengan menggunakan media radio siaran maupun media lainnya yang sejenis.

Kata Kunci: MQ FM, Islamic Da'wah, Diffusion Of Innovation

PENDAHULUAN

Radio adalah *medium* komunikasi massa untuk mengirimkan beragam informasi secara jarak jauh yang disiarkan melalui *transmitter* dan diterima oleh *receiver* berupa pesawat radio siaran milik para pendengarnya. Radio siaran, dengan berbagai sifat dan karakteristiknya, dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam. Jangkauan siarannya yang luas, dapat menghadirkan pesan dan informasi apapun kepada para pendengarnya, termasuk informasi dan pesan berkonten nilai-nilai dakwah. Informasi dan pesan yang disiarkan melalui radio, sampai saat ini masih dirasa cukup efektif dan praktis. Beberapa temuan dan hasil riset yang cukup menarik, mengungkapkan bahwa sampai saat ini para remaja di berbagai negara Amerika dan Eropa, lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mendengar radio dibanding dengan menonton televisi. Temuan dan hasil riset tersebut cukup menarik, karena ditengah gencarnya arus media sosial yang begitu masif, seperti YouTube, Netflix maupun *platform* sejenisnya, radio siaran masih membuktikan eksistensinya sampai saat ini.¹ Fakta tersebut sekaligus membuktikan bahwa radio merupakan salah satu media –konvensional– yang sangat efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi, termasuk pesan-pesan dakwah Islam.

Perkembangan radio siaran di Indonesia sendiri, sangat dinamis dan bervariasi. Tercatat pada tahun 2010, ada sekitar 36.000.000 siaran yang radio yang bisa dinikmati oleh masyarakat.² Perkembangan stasiun-stasiun radio siaran, khususnya FM, semakin maju dan *menjamur* hingga ke tingkat kabupaten di seluruh wilayah Indonesia. Radio siaran selain memiliki fungsi utama sebagai sarana informasi, edukasi, dan hiburan,³ dimanfaatkan juga oleh pengelola radio maupun komunitas tertentu sebagai media dakwah Islam yang secara eksplisit konten-konten siarannya bermuatan dan bernafaskan nilai-nilai dakwah Islam. Pemanfaatan radio sebagai media dakwah, pada prinsipnya sama dengan penggunaan media massa lainnya, yakni memiliki kelebihan pada aspek efektifitas dan efisiensi. Pendengar radio sebagai *mad'u* (objek dakwah) tidak harus bertemu langsung dengan *da'i* (subjek dakwah) atau mendatangi “majelis taklim” untuk bisa mendapatkan materi dan informasi tentang Islam. Pendengar radio cukup dengan praktis mengaktifkan perangkat radionya kemudian *stay tune* pada radio

¹ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017).

² Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktiki*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013).

³ Asep Syamsul M. Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio: Basic Announcing*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2009).

yang menyiarkan program-program bernuansa dakwah. Penyampaian *maudu* (pesan dakwah) melalui media radio tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, dalam arti *mad'u* bisa mengikuti program siaran dakwah melalui radio kapanpun dan di manapun. Berdasarkan realita bahwa radio sebagai dakwah yang cukup fleksibel dan efisien, maka Acep Aripudin menyebut radio siaran sebagai salah satu *media dakwah pop*.⁴

Penyampaian pesan dakwah melalui media radio, untuk saat ini pada dasarnya bukan sesuatu yang baru, terlebih lagi semakin banyak media-media kekinian yang banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah. Pemanfaatan berbagai media komunikasi (massa) maupun media sosial sebagai media dakwah, dalam pandangan Kustadi Suhandang merupakan suatu alternatif baru dalam menerapkan *strategi dakwah*, terutama penerapan strategi dakwah dalam komunikasi.⁵ Mengamati aspek interaksi dan komunikasi antara da'i dan mad'u di radio siaran, maka bentuk interaksi dan komunikasinya sudah tidak lagi berupa personal maupun komunal seperti kegiatan dakwah secara konvensional, akan tetapi, seperti apa yang dikatakan oleh J.B. Walther, bentuk komunikasinya adalah *hyperpersonal communication* (komunikasi hipersonal).⁶ Secara praktis, komunikasi hipersonal merupakan aktifitas komunikasi sosial yang diperantai oleh media komunikasi. Dewasa ini, *hyperpersonal communication* sangat identik dengan aktifitas komunikasi di dunia maya (*cyberspace*), termasuk juga aktifitas dakwah di dunia maya. Semakin maraknya fenomena dakwah Islam di dunia maya, menurut Moch. Fakhruroji disebabkan karena pada saat ini merupakan "era media baru" yang didominasi oleh internet, sehingga ia menyebut fenomena dakwah di internet tersebut dengan "Dakwah di Era Media Baru".⁷

Berkenaan dengan pemanfaatan radio sebagai media dakwah, Radio 102.7 MQ FM dapat dikategorikan sebagai radio dakwah yang ada di Bandung, Jawa Barat. Radio MQ FM ini merupakan radio yang berbasis Islam untuk wilayah Bandung dan sekitarnya. Peran Radio MQ FM dalam mengembangkan dakwah untuk wilayah Bandung dan sekitarnya sampai saat ini masih dirasa efektif. Berdasarkan realitas tersebut, maka ini menjadi penting dan menarik untuk dikaji serta dianalisis lebih dalam terutama berkaitan

⁴ Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016).

⁵ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)

⁶ Idi Subandi Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal. 2.

⁷ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017).

dengan fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai media dakwah Islam untuk masyarakat yang ada di wilayah Bandung dan sekitarnya. Pada dasarnya, kajian dan penelitian tentang fungsi radio sebagai media dakwah ini bukan merupakan kajian yang baru, mengingat sudah banyak hasil riset dan kajian sebelumnya yang membahas tentang fungsi radio sebagai media dakwah. Distingsi utama kajian ini dengan hasil kajian yang sudah ada, terletak teori yang digunakan untuk menganalisis fungsi dan peran radio sebagai media dakwah yang masih efektif sampai saat ini.

MQ FM Bandung adalah radio dakwah yang sangat populer di Bandung. Meminjam istilah Acep Aripudin, dapat dikatakan bahwa Radio 102.7 MQ FM merupakan *media dakwah pop* yang menjadi pelopor radio dakwah di Indonesia. Berdasarkan popularitas tersebut, maka Radio 102.7 MQ FM ini menjadi objek kajian dalam mengamati, meneliti serta menganalisis fungsi dan peran radio sebagai media dakwah. Pengamatan serta penelitian terhadap fungsi Radio 102.7 FM sebagai media dakwah ini menggunakan metode studi kasus. Teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers⁸, digunakan untuk menganalisis dan memetakan fungsi dan peran nyata Radio 102.7 MQ FM sebagai media dakwah bagi masyarakat yang ada di wilayah Bandung dan sekitarnya. Hasil dari kajian ini, secara praktis diarahkan pada pengungkapan temuan-temuan terkait fungsi dan peran MQ FM sebagai media dakwah, khususnya berkenaan dengan usaha difusi dakwah Islam secara inovatif melalui program siaran radio MQ FM. Hasil kajian ini diharapkan dapat berkontribusi secara teoretis maupun praktis bagi upaya-upaya pengembangan dakwah Islam yang lebih inovatif khususnya melalui media massa *mainstream* maupun media sosial yang lebih aktual dan kontekstual.

METODE

Penelusuran dan penelitian tentang Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai Media Dakwah Islam ini menggunakan metode *studi kasus*. Studi kasus dalam konteks penelitian merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengamati suatu organisasi, lembaga, kelompok masyarakat, atau gejala-gejala tertentu secara mendalam, intensif dan *detail*.⁹ Secara praktis, Creswell menganjurkan bahwa penelitian yang menggunakan metode studi kasus, harus melakukan pengamatan secara cermat terhadap suatu gejala, peristiwa, aktifitas, program, proses sosial maupun dinamika

⁸ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovation*, (New York: Free Press, 2005).

⁹ Zikri Fachrun Nuhadi, *Teori-Teori Komunikasi: Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), 161.

kelompok masyarakat.¹⁰ “Kasus” yang menjadi objek studi pada penelitian yang menggunakan studi kasus ini dibatasi secara aktifitas, ruang dan waktu. Pengumpulan informasi harus dilakukan secara lengkap dan menyeluruh dengan menggunakan beragam prosedur serta tahapan pengumpulan data berdasarkan aktifitas, ruang dan waktu yang telah ditentukan sebelumnya.

Dipilihnya metode studi kasus dalam penelitian MQ FM dan Pengembangan Dakwah ini didasarkan pada aspek definisi dan relevansi dari metode studi kasus. Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa definisi praktis dari metode studi kasus ialah penelitian yang dilaksanakan secara mendalam dan intensif terhadap suatu gejala, peristiwa, maupun proses pada suatu organisasi atau entitas kelompok. Oleh karena ini, penggunaan studi kasus dalam konteks penelitian ini memiliki relevansi praktis dari aspek peristiwa dan organisasinya. Peristiwa yang ditelitinya adalah fungsi radio sebagai media pengembangan dakwah Islam, sedangkan organisasi yang diamatinya ialah Radio 102.7 MQ FM Bandung. Selanjutnya, berkaitan dengan teknik pengumpulan data, ada dua teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: observasi pasif dan wawancara tak terstruktur. Secara definitif, yang dimaksud dengan observasi pasif adalah peneliti hanya sekedar mengamati tanpa terlibat dalam kegiatan yang diteliti. Maka dari itu, pada tahapan praktisnya observasi ini digunakan untuk mendapatkan informasi, data, dan fakta yang berkaitan dengan MQ FM Bandung. Adapun wawancara tak terstruktur digunakan untuk memperoleh informasi dari pendengar radio tersebut.

Penelitian ini berlandaskan pada teori difusi inovasi. Teori yang dipopulerkan oleh Everett M. Rogers, secara spesifik banyak diaplikasikan dalam komunikasi pembangunan, terutama pada pembangunan negara-negara berkembang seperti Indonesia. Rogers mendefinisikan difusi sebagai upaya pengkomunikasian suatu inovasi dalam sistem sosial melalui media komunikasi yang efektif dengan jangka waktu yang telah ditentukan.¹¹ Dalam pandangan Hanafi, difusi merupakan jenis komunikasi khusus yang digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan inovatif kepada masyarakat. Hanafi menyebut proses difusi inovasi ini sebagai upaya *memasyarakatkan ide-ide baru*.¹²

¹⁰ John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 20.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 284.

¹² Abdillah Hanafi, *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1987), 50.

Bungin memaparkan bahwa ada lima tahapan dalam proses difusi inovasi yang telah dirumuskan oleh Rogers:¹³ (1) Knowledge; (2) Persuasion; (3) Decision; (4) Implementation; (5) Confirmation. Kelima tahapan tersebut, digunakan dalam menganalisis data-data yang telah dikumpulkan tentang fungsi radio MQ FM Bandung sebagai media pengembangan dakwah Islam, khususnya di wilayah Bandung. Setelah data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan lima rumusan difusi inovasi tersebut, langkah selanjutnya ialah memaparkan temuan dan hasil penelitian secara naratif, deskriptif serta argumentatif pada bagian pembahasan.

PEMBAHASAN

Kondisi Objektif Radio 102.7 MQ FM

Radio MQ FM Bandung, yang sekarang berfrekuensi 102.7 FM ini lahir dan hadir karena diinisiasi serta terinspirasi oleh suatu media dakwah yang dikembangkan Pondok Pesantren Daarut Tauhid (DT) Bandung. Awalnya, MQ FM Bandung ini bernama Radio Umat, yang berfrekuensi 102.6 AM. Radio Umat ini sendiri, didirikan dan dikembangkan dari berbagai kontribusi dan sumabgan para pendengar salah satu program yang disiarkannya, yaitu Manajemen Qolbu yang mulai mengudara sejak tahun 1999.

Pada tanggal 9 Desember 1999 atau bertepatan dengan bulan Ramadhan 1420 H, untuk pertama kalinya Radio Umat ini mulai mengudara secara *on air*. Selanjutnya, pada perkembangan siarannya, Radio Umat yang berfrekuensi AM ini beralih pada ke frekuensi FM karena pertimbangan teknis kualitas siaran. Pada peralihan frekuensi tersebut, PT Madinatussalam Bandung mengakuisisi legalitas dari Radio Umat tersebut, kemudian menggantinya dengan nama Radio Manajemen Qolbu (MQ) dengan modulasi frekuensi 102.7 FM yang wilayah siarannya meliputi kota Bandung dan sekitarnya. Mengutip dari *company profile* MQ FM Bandung, berikut adalah profil singkat dari perusahaan Radio 102.7 MQ FM Bandung tersebut:

KH. Abdullah Gymnastiar, atau yang populer disapa “Aa Gym” secara resmi menggagas dan mendirikan Radio 102.7 MQ FM Bandung pada tanggal 3 Agustus 2001. Saat awal didirikan studi Radio MQ FM ini berada di Jl. Gegerkalong Girang No. 32 Kota Bandung. Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai radio dakwah, menjadi alternatif baru di tengah masyarakat yang menyajikan program-program siaran “menyejukan hati” dan sarat hikmah yang berbeda dengan radio *mainstream* yang sudah ada. Hadirnya Radio

¹³ H.M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2008), 68.

MQ FM telah membawa identitas Islam yang baru, yakni identitas Islam yang lebih damai, lebih univesal, dan lebih kekinian, sehingga nilai Islam sebagai *Rahmatan Lil Alamin* bisa terbangun dan terwujud melalui program-program yang disiarkan MQ FM Bandung. Mengamati fenomena tersebut, dapat dikatakan bahwa Radio 102.7 MQ FM Bandung ini merupakan salah satu media perubahan dalam masyarakat yang menyebarkan inovasi-inovasi baru, terutama pesan-pesan dakwah Islam yang lebih aktual dan kontekstual.

Radio 102.7 MQ FM Bandung yang membawa nuansa siaran keislaman yang berbeda, seakan menjadi sebuah oase di tengah arus modernisasi dan alienasi zaman yang menimbulkan kegersangan spritual kehidupan. Program dakwah Islam dan sajian musik islami yang disiarkan MQ FM hadir menemani para pendengar di sela-sela kesibukan dan aktifitas menjalani kehidupan. Program siaran MQ FM ini sangat *related* dan *recomended* bagi para pendengar radio yang membutuhkan siaran yang “menyejukan”, penuh hikmah, pencerahan, membawa ketenangan dan kedamaian. Apa yang dibawa dan disampaikan oleh Radio 102.7 MQ FM Bandung terangkum secara ringkas tapi komprehensif dalam Visi dan Misi Radio MQ FM ini:

Visi Radio 102.7 MQ FM Bandung:

“Menjadi Media Perubahan Masyarakat atau Umat Menuju Akhlak Mulia dengan Pendekatan Manajemen Qolbu”

Misi Radio 102.7 MQ FM Bandung:

(1) Menyajikan informasi dan pendidikan yang dipahami oleh masyarakat; (2) Menyajikan informasi dan pendidikan dalam membentuk opini masyarakat atau umat menuju nilai Islam sebagai *rahmatan lil’alamin*; (3) Menyajikan informasi dan pendidikan yang bertahap, sistematis, berkesinambungan dan terstruktur; (4) Menyajikan informasi dan pendidikan dalam bentuk jiwa *entrepreneur* dan profesionalisme masyarakat atau umat; (5) Menjaikan hiburan yang dapat memotivasi serta mendidik masyarakat atau umat.

Sumber: Radio 102.7 MQ FM Bandung

Didasarkan atas Visi dan Misi tersebut, maka untuk mencapai target dan tujuan dakwahnya, Radio MQ FM Bandung ini membidik segmentasi pendengar yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 1: Klasifikasi Pendengar Radio 102.7 MQ FM Bandung

No	Klasifikasi Pendengar		Persentase
1	Jenis Kelamin	Pria	35%
		Wanita	65%
2	Status Pendidikan	Tamat SLTA	40%
		Tamat Universitas	60%
3	Status Pekerjaan	Pegawai Negeri	5%
		Pegawai Swasta	15%
		Wiraswasta	10%
		Pensiunan	5%
		Pelajar/Mahasiswa	25%
		Ibu Rumah Tangga	40%

Sumber: Radio 102.7 MQ FM Bandung

Seiring dengan perkembangannya, terjadi pemusatan berbagai Media Dakwah yang dimiliki dan dikelola oleh Aa Gym, termasuk juga Radi MQ FM ini. Hingga saat ini, studio utama Radio MQ FM ini berada di Graha Edukasi Pesantren Daarut Tauhiid (DT), Jl. Gegerkalong Girang Baru, No. 11, Bandung. Sejak tahun 2004, Radio MQ FM ini banyak membuka cabang di berbagai kota-kota besar di Indonesia seperti Solo (100.9 MQ FM Solo) dan Lampung (95.3 MQ FM Lampung). Tercata sejak tahun 2005 sampai sekarang, program andalan Radio MQ FM ini yaitu Manajemen Qalbu telah disiarkan ulang oleh sekitar 109 stasiun radio di berbagai wilayah Indonesia. Saat ini, siaran radio MQ FM bisa didengar secara streaming di <https://www.mqfmnetwork.com/streaming/> maupun di berbagai *platform* radio digital lainnya. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *Markplus Insight*, Radio MQ FM Bandung menempati peringkat ke-6 sebagai radio siaran yang paling banyak didengarkan di wilayah Bandung pada tahun 2010. Saat itu, MQ FM sebagai radio yang di luar *mainstream* mampu bersaing dengan berbagai radio populer lainnya di wilayah Bandung.

Setelah berbagai prestasi yang diraih disertai dengan beragam dinamika perkembangan dakwah yang lebih kekinian, maka sejak tahun 2012 sampai saat ini, Radio 102.7 MQ FM Bandung mempunyai *tagline*, yaitu: *"Inspirasi Keluarga Indonesia"*. Menurut Aa Gym dalam Ridwan & Hernowo¹⁴, keluarga merupakan poros terbangun sebuah bangsa dan negara menjadi entitas yang penting, jika dasar dari sebuah keluarga sudah kuat, maka akan berimplikasi pada kuatnya negara. Atas dasar hal tersebut, sampai saat ini Radio MQ FM terus berinovasi menyiarkan program acara yang dapat menginspirasi pendengar dalam membangun dan membina keluarga berdasarkan anjuran dan nora nilai keislaman. Berdasarkan beberapa temuan yang telah diuraikan tersebut, dapat dikatakan bahwa sampai saat ini Radio 102.7 merupakan radio dakwah

¹⁴ M. Deden Ridwan & Hernowo, *Aa Gym dan Fenomena Daarut Tauhiid*, (Bandung: Mizan, 2003).

yang cukup banyak diminati dan menginspirasi, khususnya untuk wilayah Bandung. Popularitas Radio MQ FM sebagai radio yang banyak menyiarkan program bermuatan nilai-nilai Islam, menjadikan Radio MQ FM ini sebagai media dakwah Islam yang efektif dan kontekstual pada dewasa ini. Berikut adalah beberapa suasana di dalam studio siaran Radio 102.7 MQ FM Bandung yang berhasil didokumentasikan:

Gambar 1: Studio Siaran Radio 102.7 MQ FM Bandung



Sumber: Radio 102.7 MQ FM Bandung

Temuan

Berdasarkan hasil penelusuran dan penggalian data, maka dapat dikatakan bahwa Radio MQ FM Bandung ini memiliki fungsi sebagai media dakwah Islam, khususnya di wilayah Bandung. Temuan tersebut didapatkan atas dasar beberapa keterangan dari masyarakat sebagai pendengar radio ini yang menyatakan bahwa Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai “Radio Islami”. Didasarkan atas keterangan dari para pendengar radio ini, penyebutan Radio Islami untuk Radio MQ FM Bandung ini karena program-program yang disiarkannya sarat dengan nilai dan pesan-pesan Islam. Program siaran Radio MQ FM Bandung ini sangat identik dengan “Dialog Keislaman” dan “Lagu Islami (Nasyid)”. Tidak terbatas pada program siaran intinya, konten siaran iklannya pun tidak boleh keluar dan bertenggan dengan aturan syari’ah Islam. Temuan-temuan ini menjadi menarik dan untuk dibahas serta dianalisis lebih dalam, terutama fungsi Radio MQ FM sebagai media dakwah Islam yang cukup efektif dan efisien di wilayah Bandung.

Berkenaan dengan Radio MQ FM Bandung yang memiliki fungsi sebagai media pengembangan dakwah Islam di wilayah Bandung, maka berdasarkan pengamatan dan analisis data yang relevan, sekurang-kurangnya ada dua program dakwah yang disirakan oleh Radio 102.7 MQ FM Bandung ini, yaitu: *Program On Air* dan *Program Off Air*. Secara lebih rinci, berikut pembahasan kedua program dakwah yang disiarkan oleh

MQ FM tersebut. *Pertama*, program dakwah *on air* MQ FM Bandung. Program dakwah *on air* merupakan setiap aktifitas menyampaikan pesan-pesan dakwah yang disiarkan (*broadcasting*) melalui program siaran Radio 102.7 MQ FM Bandung. Diantara beberapa program dakwah *on air* tersebut ialah kajian keislam dengan format ceramah (monolog), dialog, dan pemutaran lagu-lagu bernuansa Islami. Secara nyata, setidaknya ada tiga program siaran dakwah *on air* Radio 102.7 MQ FM Bandung yang paling populer, yaitu: (1) Manajemen Qolbu; (2) Inspirasi Pagi; (3) Bincang Dunia Islam. Ketiga program tersebut, merupakan program siaran yang mendapatkan *feedback* positif dari para pendengar. Lebih dari itu, tiga program siaran berhasil menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat di wilayah Bandung secara efektif dan efisien. Dengan sifatnya yang fleksibel, maka para pendengar MQ FM Bandung ini dapat mendengarkan siaran di mana saja dan kapan saja, tanpa dibatasi waktu dan tempat, tanpa mengganggu rutinitas serta aktifitasnya. Di tengah kesibukannya, para pendengar masih bisa mendapatkan informasi dan khazanah keislaman melalui siaran-siaran Radi MQ FM ini.

Kedua, program dakwah *off air* MQ FM Bandung. Program dakwah *off air* ialah aktifitas dakwah yang dilaksanakan oleh Radio 102.7 MQ FM diluar program siaran (*broadcasting programe*). Program dakwah *off air* ini pada dasarnya, merupakan aktifitas kegiatan dakwah Islam yang dilakukan secara nyata, di luar dari aktifitas radio siarn. Diantara beberapa program dakwah *off air* MQ FM Bandung ialah sosialisasi, *training*, *charity*, festival nasyid dan *tadabur* alam (*out bond*). Ditambah lagi, setiap hari Minggu diselenggarakan pengajian rutin bersama KH. Abdullah Gymnastiar di Masjid Daarut Tauhid Gegerkalong Bandung. Sama seperti halnya program dakwa *on air*, kegiatan ini juga banyak direspon secara baik dan antusias oleh masyarakat sekitar komplek Pondok Pesantren dan para jama'ah pengajian yang datang dari berbagai wilayah, termasuk dari luar wilayah Bandung. Menurut Didin Hafidhuddin, dakwah yang dilakukan secara konvensional dan kolosal, cenderung lebih memberikan dampak yang langsung dan lebih terasa berkesan sehingga dapat mendorong tindakan yang aktual bagi para audiensnya.¹⁵ Begitupun dengan program dakwah *off air* berupa pengajian rutin ini, kegiatan tersebut memiliki dampak secara langsung kepada para jamaah berupa dorongan untuk melakukan tindakan secara nyata dalam hal pengamalan nilai-nilai keislaman. Menganalisis lebih lanjut terhadap program dakwah *off air* yang dilakukan Radio MQ FM tersebut, maka dapat ditemukan bahwa kegiatan dakwah *off air* tersebut

¹⁵ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).

memiliki tiga tiga tujuan utama, yakni: (1) Melalui program dakwah *off air*, pihak MQ FM bisa “bersentuhan” secara langsung dengan jamaah pendengarnya, sehingga terbangun hubungan sosial dan ikatan emosional yang lebih *solid*; (2) Program dakwah *off air* menjadi media promosi kepada masyarakat yang lebih luas, terutama bagi masyarakat yang belum mengetahui keberadaan dan eksistensi Radio 102.7 MQ FM Bandung; (3) Program dakwah *off air* yang diselenggarakan secara konvensional dan kolosal, lebih bisa menyesuaikan dan mengikuti dinamika perkembangan dakwah Islam yang aktual dan faktual.

Selanjutnya, analisis tentang fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai media pengembangan dakwah Islam di wilayah Bandung dikaji dengan menggunakan teori difusi inovasi. Pemilihan teori difusi inovasi sebagai unit analisis dalam riset ini telah dipaparkan secara rinci pada bagian Metode dalam riset ini. Dalam teori difusi inovasi ada lima proses dalam mensosialisasikan dan mengkomunikasikan suatu inovasi yang meliputi: *Knowledge, Persuasion, Decision, Implementation, dan Confirmation*. Lima proses difusi inovasi ini, jika diterjemahkan pada tataran yang lebih praktis maka dapat diistilahkan menjadi lima tahapan berikut: (1) Pengetahuan; (2) Persuasi; (3) Keputusan; (4) Pelaksanaan; dan (5) Peneguhan. Lima tahapan tersebut, menjadi pembahasan pada temuan riset tentang fungsi Radio MQ FM sebagai media pengembang dakwah Islam di wilayah Bandung. Secara lebih rinci, berikut adalah uraian dari kelima tahapan yang menjadi pembahasan dalam hasil riset ini:

Pertama, pengetahuan. Dalam konteks pengetahuan, Radio MQ FM melalui program siarannya banyak memberikan berita dan informasi yang berkenaan dengan ilmu pengetahuan (Islam dan umum) dan peristiwa yang aktual yang sedang terjadi. Jika dipersentasikan, maka hampir 70 persen dari program siaran MQ FM ini memiliki konten yang bersifat informatif, dari mulai informasi keagamaan sampai informasi lainnya yang sedang aktual dan faktual. Menurut keterangan dari hasil wawancara dengan Teh Imas, seorang pendengar MQ FM dari Kelurahan Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, bahwa setiap pagi ia rutin mendengarkan acara “Inspirasi Pagi”.¹⁶ Dengan mendengarkan program tersebut, ia banyak mendapatkan informasi keislaman dan *update* tentang peristiwa yang sedang aktual saat ini. Selain itu, ia juga banyak mendapatkan beberapa tips ringan dan *life hack* yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

¹⁶ Wawancara pada tanggal 1 Pebruari 2021.

Kedua, persuasi. Dalam konteks persuasi, melalui beberapa program siarannya Radio MQ FM bisa dikatakan berhasil mempengaruhi dan menginspirasi para pendengarannya. Salah satu dari program siaran MQ FM yang banyak mempersuasi pendengar ialah acara “Manajemen Qalbu”. Acara tersebut merupakan program dakwah dalam bentuk ceramah dan tanya-jawab yang disampaikan langsung oleh KH. Abdullah Gymnastiar, atau jika berhalangan digantikan oleh Ustadz/Ustadzah yang lainnya. Dalam program Manajemen Qalbu, pendengar diajak untuk lebih mengendalikan dan mengontrol hati, emosi, dan perasaan agar tetap selalu dalam kondisi yang positif. Selain itu, tema ceramah Aa Gym dalam Manajemen Qalbu ini ialah kajian tentang ilmu tauhid dan ilmu akhlak. Aa Gym selalu mengajak para pendengarnya untuk dapat meningkatkan keimanan dan keikhlasan hati. Dengan bahasa yang sederhana namun menyentuh perasaan, program Manajemen Qalbu ini bisa memberikan efek persuasif kepada para pendengar Radio 102.7 MQ FM Bandung ini.

Ketiga, keputusan. Dalam konteks keputusan, Radio MQ FM ini pada dasarnya berkontribusi dalam memberikan masukan, saran dan solusi kepada para pendengar tentang permasalahan yang kerap kali terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Ada salah satu program siaran dengan nama “Rumahku Syurgaku”. Dalam program tersebut, dibahas secara tuntas dan diberikan solusi atas problematika rumah tangga maupun permasalahan hidup sehari-hari. Menurut keterangan Ustadz Agus Agus Al-Muhajir, peyiar dan pemandu acara Rumahku Syurgaku, acara tersebut menjadi semacam referensi bagi para keluarga muslim dalam memecahkan persoalan rumah tangga dan permasalahan keluarga.¹⁷ Fakta tersebut didapatkan dari banyaknya pertanyaan yang masuk pada acara tersebut, terutama pertanyaan seputar masalah keluarga. Jawaban yang diberikan oleh narasumber pada acara tersebut, menjadi referensi bagi penanya untuk mempertimbangkan pengambilan keputusan terhadap masalah yang dihadapi.

Keempat, pelaksanaan. Bagi para pendengar MQ FM, lebih dari sekedar media informasi, MQ FM juga menjadi semacam panduan praktis dalam melaksanakan ibadah yang bersifat ritual dan amaliyah dalam kehidupan sehari-hari. Pesan dakwah yang disiarkan MQ FM yang relatif sederhana dan mudah dicerna, memudahkan para pendengarnya untuk menangkap informasi yang dimaksud serta mendorong pelaksanaan kegiatan yang dianjurkan melalui pesan-pesan tersebut. Selain itu, hal unik dari pesan dakwah yang disiarkan MQ FM ini ialah dikemas dalam bentuk jargon, singkatan, dan motto hidup yang sederhana namun penuh makna, seperti misalnya yang

¹⁷ Wawancara pada 5 Pebruari 2021.

menjadi jargon utama dari “Manajemen Qalbu”, yaitu untuk memulai suatu perubahan “Lakukan 3M: Mulai dari diri sendiri; Mulai dari hal yang terkecil; Mulai dari sekarang”. Kemudian ada juga misalnya, “Kiat membentuk pribadi simpatik dengan 5S: Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun”. Jargon-jargon yang unik dan menarik itulah yang membuat pesan-pesan dakwah MQ FM menjadi melekat dan mudah untuk dilaksanakan.

Kelima, peneguhan. Secara praktis, pesan dakwah yang disiarkan oleh MQ FM ini dapat menambah pengetahuan dan memperteguh keimanan para pendengarnya. Secara khusus, melalui program dakwah *off air* MQ FM, para jamaah diajak oleh Aa Gym untuk selalu meningkatkan keminan dan ketaqwaan kepada Allah swt. Selain itu, Aa Gym dalam setiap pengajiannya selalu mendorong jamaah yang hadir untuk berbuat baik kepada semua makhluk ciptaan Allah swt. Berdasarkan keterangan dari Wahyu Dinata, salah satu panitia penyelenggara pengajian, dikatakan bahwa melalui program Manajemen Qalbu ini Aa Gym ini menerapkan dan meneguhkn empat point penting dalam kehidupan, yaitu: (1) Memperdalam pengetahuan tentang Allah (Ma’rifatullah); (2) Menumbuhkan manajemen diri; (3) Menanamkan kepemimpinan (*leadership*); (4) Membangkitkan jiwa wirasusaha (*enterpreneurship*).¹⁸

KESIMPULAN

Didasarkan pada hasil temuan dan pembasahn riset tentang fungsi Radio 102.7 MQ FM Bandung sebagai media pengembangan dakwah Islam di wilayah Bandung, dapat disimpulkan dua point penting, yaitu: *Pertama*, ada dua program yang dilaksanakan Radio MQ FM dalam rangka pengembangan dakwah Islam, yakni program *on air* dan program *off air*. *Kedua*, ada lima fungsi yang dijalankan Radio MQ FM dalam rangka pengembangan dakwah Islam, yakni fungsi pengetahuan, fungsi persuasi, fungsi keputusan, fungsi pelaksanaan dan fungsi peneguhan.

Hasil riset ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan praktik dakwah Islam melalui media radio siaran, maupun *platform* yang sejenis. Tidak hanya sampai di sini, riset tentng media radi dan aktifitas dakwah Islam, dapat dikembangkan dan dilakukan secara mendalam lagi, sehingga bisa menemukan model dakwah Islam melalui radio siaran yang lebih lebih efektif dan aktual.

¹⁸ Wawancara pada tanggal 5 Pebruari 2021.

DAFTAR PUSATAKA

- Aripudin, A. (2016). *Sosiologi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Astuti, IA. (2013). *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, HMB. (2008). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Creswell, JW. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, OU. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fakhruji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hafidhuddin, D. (2001). *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Pres.
- Hanafi, A. (1987). *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Ibrahim, IS & Akhmad, BA. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nurhadi, ZF. (2015). *Teori-Teori Komunikasi: Dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ridwan, MD & Hernowo. (2003). *Aa Gym dan Fenomena Daarut Tauhiid*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Rogers, EM. (2005). *Diffusion of Innovation*. New York: Free Press.
- Romli, ASM. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio: Basic Announcing*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli, ASM. (2017). *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.