

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum

Masjid Agung Jawa Tengah memiliki dua produk media, yang pertama adalah radio Dais, dan yang kedua adalah DaisTV. DaisTV merupakan media yang dikelola oleh MAJT namun tidak dalam satu manajemen yang sama dengan radio Dais. DaisTV bekerjasama dengan Universitas Dian Nuswantoro Semarang dalam pengelolaan media tersebut.

Radio Dakwah Islam (Dais) Semarang, Jawa Tengah, merupakan radio komunitas agama yang didirikan sebagai media atau sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada jamaah Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT). Peneliti akan menjabarkan secara singkat gambaran umum profil radio Dais.

Radio Dais didirikan oleh Gubernur Mardiyanto pada tanggal 22 September 2006. Radio ini didirikan atas dasar keprihatinan akan media hiburan yang semakin jauh dari moralitas keagamaan, khususnya bagi generasi muda yang sekarang ini sudah banyak terpengaruh oleh budaya barat. Dari keprihatinan tersebut Dais berusaha mengakomodir hiburan dan pendidikan yang Islami menjadi seimbang, sehingga dapat menjadi pedoman bagi masyarakat, maupun generasi muda yang Islami.⁸⁹

⁸⁹Data Radio Dais 2020

Sesuai dengan kondisi masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya target layanan Radio Dais yang mayoritas adalah masyarakat di bidang jasa, maka Radio Dais memilih target segmen masyarakat keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan segmen anak muda yang senang dengan lagu-lagu Islami, terutama para santri pondok pesantren dan mahasiswa yang memang banyak terdapat di kota Semarang. Radio Dais memiliki spesifikasi khusus, yaitu seluruh isi siarannya berupa dakwah dan nada yang disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik muslim Jawa Tengah. Dais menyajikan selain acara hiburan, pendidikan, dan informasi dengan format Islami. Selain itu Dais mempunyai keunggulan dari para pesaing radio lain yaitu adanya acara dialog interaktif mengenai 39 agama Islam yang sangat dibutuhkan setiap manusia, dalam rangka meningkatkan iman dan taqwa kepada Allah SWT. Sedangkan hiburan yang berbentuk lagu-lagu yang bernafaskan Islami, selalu disajikan. Hal tersebut dilakukan, dengan harapan acara Radio Dais dapat memikat hati pendengar, apalagi Kota Semarang adalah kota metropolitan sehingga perlu penyeimbang antara kebutuhan jasmani dan rohani. Radio Dais berlokasi di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah, Jl. Gajah Raya Semarang.

4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya Radio Dais

Di awal pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, Mardiyanto yang waktu itu menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah sudah merencanakan adanya stasiun radio di badan Masjid Agung yang nantinya diharapkan bisa menjadi ruang publik, sarana pendidikan, dan wahana dakwah bagi umat Islam di Jawa Tengah, khususnya kota Semarang. Sejak akan berakhirnya pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah, tanggal 15 September 2006, gubernur mendesak agar awal Ramadhan radio harus

mengudara. Waktu yang sedemikian singkat membuat pihak Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah merasa bingung karena tak satupun dari mereka paham tentang dunia broadcast. Merekapun menghadap gubernur untuk meminta pertimbangannya.⁹⁰

Atas perintah Gubernur Mardiyanto, Badan Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah melalui BIKK Provinsi Jawa Tengah melayangkan surat ke RRI diberi tugas sebagai konsultan. Sebagai wujud rasa tanggung jawab atas mandat yang sudah diterima, RRI mengirim beberapa crew yang merupakan ahli di bidang masing-masing. Dalam waktu kurang lebih satu minggu, mereka bekerja tanpa henti dalam mempersiapkan segala sesuatunya. Dari pemasangan antena, penempatan peralatan pemancar dan studio sampai benar-benar siap dioperasikan, pencarian SDM yang nantinya mengoperasikan radio, menyiapkan program acara, dan lain sebagainya. Tepat pada tanggal 22 September 2006 peresmian stasiun radio oleh Gubernur Jawa Tengah dengan nama Radio Dakwah Islam (DAIS) Masjid Agung Jawa Tengah (nama ini dicetuskan oleh Octo Gunarso yang merupakan programmer sekaligus koordinator para utusan dari RRI). Tanggal 23 September 2006, bersamaan dengan acara Dugderan, Radio Dakwah Islam mulai mengudara secara resmi dengan mengadakan siaran langsung pada acara tersebut.⁹¹

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ *Ibid.*

4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Radio Dais

a. Visi

Visi Radio Dais FM yaitu: "Melayani kebutuhan rohani umat Islam dan melakukan pelayanan kepada masyarakat secara umum." Seperti tercermin dari Motto Radio Dais yaitu "Terdepan Dalam Dakwah Dan Nada".⁹²

b. Misi

Untuk dapat mencapai tujuan dakwah sebagaimana tersirat dalam visi Radio Dais FM maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut:⁹³

1. Memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat Islam di wilayah jangkauannya
2. Memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik dan pendidikan serta budaya
3. Memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat
4. Mengembangkan musik dan hiburan sesuai dengan kaidah islam
5. Memakmurkan Masjid agung Jawa Tengah
6. Membantu Pemerintah ikut mencerdaskan anak bangsa yang memiliki sifat akhlakul karimah.

c. Tujuan

Radio Dais mempunyai tujuan untuk membangun masyarakat yang Islami serta mandiri dan ikut serta dalam pembangunan baik fisik maupun

⁹²*Ibid.*

⁹³*Ibid.*

mental melalui program siaran yang dapat menggerakkan kegiatan pendidikan, hiburan dan informasi, sehingga format acara yang dibuat 100 persen bernuansa islami.

4.1.3. Segmentasi Radio Dais

Sesuai dengan kondisi masyarakat kota Semarang dan sekitarnya, radio Dais memiliki segmentasi pendengar yang mayoritas bergerak dibidang jasa. Dengan tidak menutup kemungkinan segmen anak – anak muda yang senang dengan lagu – lagu islami, terutama para santri pondok pesantren dan mahasiswa, yang memang banyak terdapat di kota Semarang dan sekitarnya.⁹⁴

Proyeksi pertumbuhan segmen yang luas, membuat radio Dais merangkul semua segmen dengan membuat program – program acara dengan berbagai target, mulai dari program anak, remaja hingga dewasa.⁹⁵

4.1.4. Pola Acara Radio Dais

Dari data yang didapat dari pengumpulan data peneliti dari radio Dais, terdapat 24 pola acara radio Dais dimulai sejak Januari 2020 dengan susunan sebagai berikut:

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ *Ibid.*

Tabel 4.1.
Pola Acara Radio Dais

Pukul	Hari						
	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
04.00	Tune Buka Siaran						
04.00	Relay Adzan dan Sholat Subuh MAJT						
05.00 – 06.00	Jendela Hati						
	KH. Hadlor Ikhsan	KH. Adi Hidayat	KH. Uliil Aibab S.	Habib Ja'far	KH. Kharis Sodaqoh	Gus Mus	KH. Abdul Khamid S.
06.00 – 07.00	Salam Pagi						
07.00 – 08.00	Untaian Hikmah						
	KH. Muclis Ruba'i	Habib Luthfi	KH. Imam Suyuthi	Prof. Amin Syukur	KH. Dzikron Abdullah	KH. Sakroni Ahmad	MAJT
08.00 – 09.00							
09.00 – 09.30	Ulama Menyapa	Cerita Anak Islami	Siaran RA (Live)	Cerita Anak Islami	Nada Anak Muslim	Nada Anak Muslim	Nada Anak Muslim
09.30 – 10.00					Mutiara Iman	Mutiara Iman	Mutiara Iman
10.00 – 11.00	Makna						
	Kuliner	LPKBHI	Cantik Bersama Dais	Teknologi Terkini	Botanical	Lazisma	Buah Hati
10.30 – 11.00							Dongeng Anak Islam
11.00 – 11.30	Istiqomah – Pengajian oleh Ustad dan Kyai						
	Prof. Abdul Hadi	Ustad Zaenuri	Ustad Muslihin, Lc	Prof. Abdul Hadi	-	Prof. Amin Syukur	Ustad Zaenuri
11.45 – 13.00	Relay Adzan Dhuhur						
11.45 – 12.00	Selingan Nada						
12.00 – 13.00	Kajian Siang tafsir Al-Munir bersama KH. Masrukhan						
13.00 – 14.00	OASE (Nada Pop Religi & Nasyid)						
14.00 – 14.30	Sang Teladan						
14.30	Relay Adzan Ashar MAJT						
15.00 – 16.30	NADA TAQWA (Nada Qasidah & Rebana)						

16.30 – 17.30	Kajian Sore						
	KH.Ulil Albab S.	Prof AbdulHadi	Habib Muhammad	Gus Hilmi Wafa	KH. Khoirul Amin	Ustad Muslih, Lc	KH.Kharis Sodaqoh
17.30 – 18.00	Relay Adzan dan Sholat Maghrib						
18.00 – 18.45	Kajian Petang						
	KH. Dzikron A.	Murotal	KH. Hadlor Ikhsan	Habib Ja'far Al Mus	Prof. Amin Syukur	Murotal	KH. Shodik Hamzah
18.45 – 19.00	Relay Adzan dan Sholat Isya						
19.00 – 19.30	Insert – insert islami						
19.30 – 21.00	Silaturahmi			Relay Tilawah MAJT	Silaturahmi		
				Mujahadah – KH. Amdjad			
21.00	Asma Ulhusna dan Tune Tutup Siar						

Sumber: Data Radio Dais 2020.

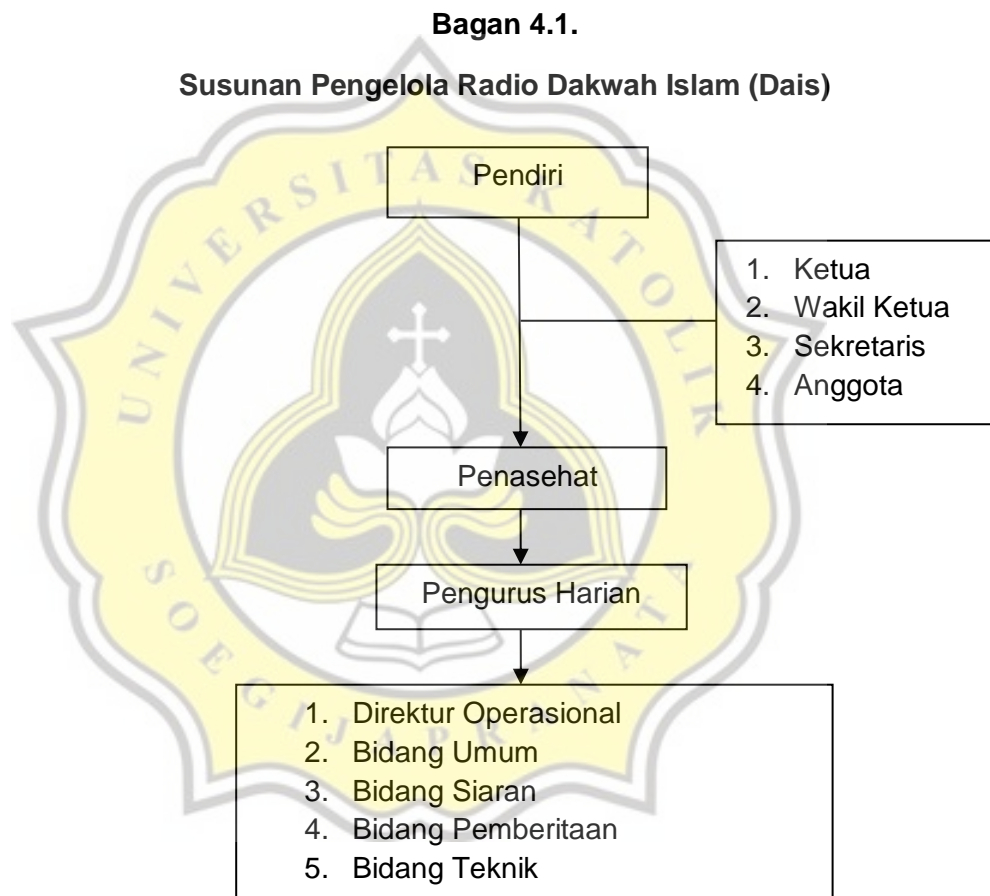
Tabel diatas merupakan jadwal siaran yang disiarkan melalui radio setiap harinya. Untuk tema dakwah yang diangkat berbeda setiap harinya tergantung pada hari Raya atau hari khusus.

Setiap awal siaran selalu dibuka dengan relay adzan dan sholat Shubuh dari MAJT, kemudian dilanjutkan dengan seluruh rangkaian acara yang dikhususkan untuk menyampaikan dakwah, dan ditutup dengan Asma Ulhusna. Untuk dakwah di radio Dais, beberapa kajian seperti program Jendela Hati, Untaian Hikmah, Istiqomah, Kajian Sore dan Kajian Petang selalu mengundang narasumber yang berbeda di setiap harinya.

Terdapat beberapa program siaran yang hanya ada pada hari tertentu, seperti Mutiara Iman dan Dongeng Anak Islam.

4.1.5. Struktur Organisasi

Berikut susunan Pengelola Radio Dakwah Islam (Dais) 107.9 Fm Masjid Agung Jawa Tengah yang berlangsung sejak Januari 2020, menurut data yang telah peneliti peroleh.⁹⁶



⁹⁶*Ibid.*

Radio komunitas Dais berada dibawah naungan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) yang diketuai oleh Ketua Badan Pengelolaan MAJT. Dari Ketua Badan Pengelolaan MAJT kemudian dibentuk struktur organisasi mulai dari Pendiri radio komunitas, penasehat, dan pengurus harian. Berikut tabel daftar struktur organisasi radio Dais.

Tabel 4.2
Tabel Struktur Organisasi Radio Dais

No.	Komponen	Personil
1.	Pendiri Ketua: Wakil Ketua: Sekretaris: Anggota I: Anggota II:	Drs. H. Ali Mufiz. MPA Prof. Dr. H. Ali Mansyur SH SPN M.Hum H. Agus Fathuddin Yusuf S.Ag Prof. Dr. KH. NoorAchmad, MA Drs. H. Karno, MH
2.	Penasehat	Drs. H. Ali Mufiz. MPA Prof. Dr. H. Ali Mansyur SH SPN M.Hum Prof. Dr. KH. Noor Achmad, MA Dr. Guruh Fajar Shidik, S. Kom, M. Cs
3.	Pengurus Harian Direktur Operasional: Bidang Umum: Bidang Siaran: Bidang Pemberitaan: Bidang Teknik:	Drs. H. Karno, MH Fadjar Tri Utami, S. Kom Eko Ananto, S.I.Kom Hartono, S.Pd Eva Risti Winata, S.Sos.I Soemardjyanto Amd

Sumber: Data Radio Dais 2020.

4.1.6. Platform Radio Dais

Terdapat beberapa platform yang digunakan oleh radio Dais selain radio siaran, antara lain:

a. Situs Web Radio Dais



Gambar 4.1. Situs Web Radio Dais

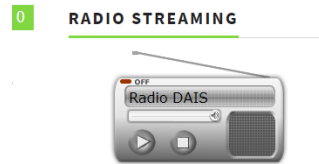
Sumber: <https://dais1079fm.com/> diakses pada tanggal 23 Juli 2021 pukul 19.35

Situs web radio Dais dibuat pada tahun 2016, berisi informasi mengenai profil radio, kegiatan program *off-air*, berita Dais, radio Streaming, dan yang menarik adalah Modis.

Modis merupakan kepanjangan dari Monitor Radio Dais. Seluruh pendengar setia dapat bergabung dengan pendengar dari berbagai daerah lainnya. Di situs web radio Dais ini juga, pendengar dapat berinteraksi langsung dengan penyiar melalui Chat Box yang telah disediakan.

Chat Box merupakan layanan yang disediakan Dais yang terdapat pada situs web tersebut, terletak di sebelah kanan yang berisi kolom yang dapat diisi secara langsung oleh pendengar dan langsung terhubung ke penyiar.

b. Radio Streaming

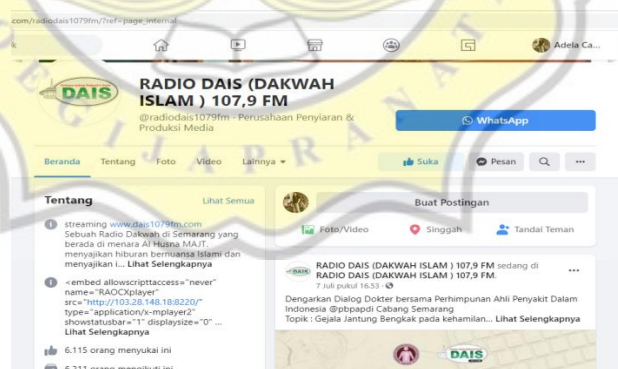


Gambar 4.2. Radio Streaming Dais

Sumber: <https://dais1079fm.com/> diakses pada tanggal 23 Juli 2021 pukul 19.37

Radio *Streaming* yang digunakan juga terdapat pada situs web. Tujuannya, agar pendengar tetap bisa mendengarkan dakwah radio Dais meskipun sedang berada diluar jangkauan siar. Sistem kerjanya, pendengar hanya perlu menggunakan internet untuk mengakses radio *streaming* yang ada pada situs web dengan klik tombol *play* pada gambar radio seperti pada Gambar 4.2.

c. Facebook



Gambar 4.3. Facebook Radio Dais

Sumber: <https://www.facebook.com/radiodais1079fm/> diakses pada tanggal 23 Juli 2021 pukul 19.74

Facebook Dais Jawa Tengah sudah ada pada tahun 2006, tetapi saat itu masih dalam pengelolaan MAJT, mulai dikhususkan untuk radio komunitas sejak tahun 2015

yaitu saat mulai adanya radio *streaming*. Berisi postingan tentang informasi kajian dakwah yang akan disiarkan melalui radio, selain itu terdapat juga foto dan video kegiatan *on-air* maupun *off-air*. Modis atau monitor radio Dais, platform untuk para pendengar agar dapat saling berinteraksi dengan penyiar maupun para pendengar di luar daerah. *Facebook* Dais juga digunakan untuk *live streaming* sehingga dapat memberikan informasi atau kajian dakwah dengan audio dan juga visual.

d. Instagram

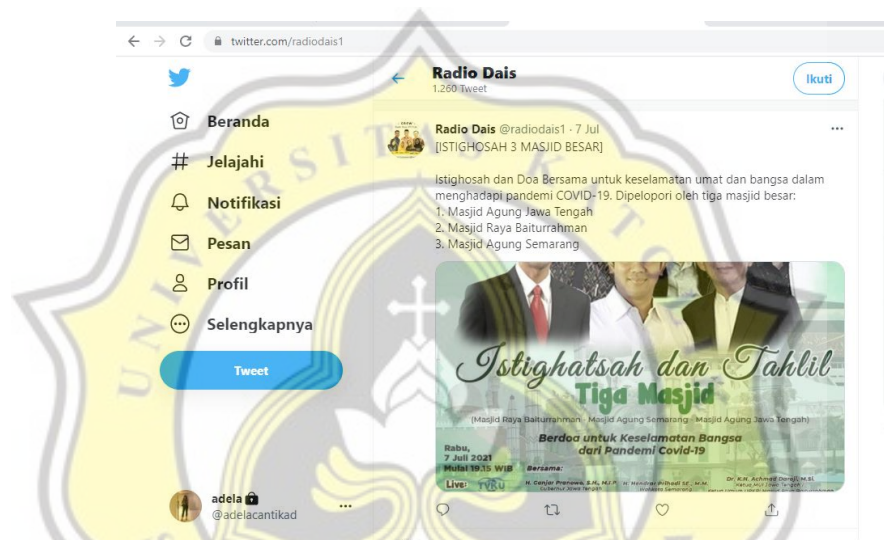


Gambar 4.4. Instagram Radio Dais
Sumber: Akun resmi *instagram* @radiodais1079fm diakses pada tanggal 10 Juli 2021 pukul 14.34

Radio Dais mulai terjun ke media sosial *instagram* ini pada tahun 2015. Berisi informasi kajian dakwah yang akan disiarkan melalui radio dengan bentuk poster yang kemudian diunggah ke *Instagram*. Banyaknya pengguna *Instagram* membuat informasi semakin cepat diterima oleh para pendengar. Terdapat cuplikan video

maupun foto tentang dakwah. Pada bulan tertentu seperti bulan Ramadhan, *Instagram* Dais memberikan konten khusus yaitu Kurma (Kuis Ramadhan) dan juga banyak tips-tips Islami yang dikaji sesuai perkembangan zaman, sehingga dapat menjangkau seluruh generasi.

e. *Twitter*

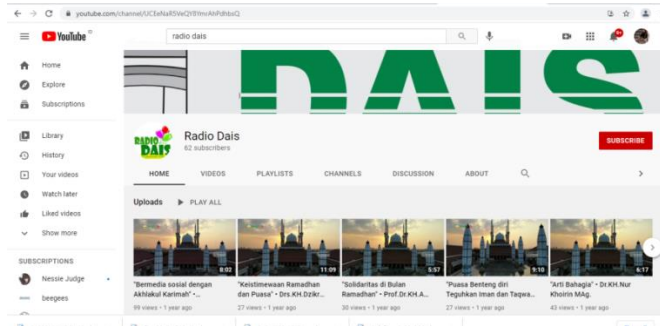


Gambar 4.5. *Twitter* Radio Dais

Sumber: Akun *Twitter* Resmi @radiodais1 diakses pada tanggal 10 Juli 2021 pukul 14.31

Dibuat pada tahun 2015, berisi tentang Informasi tentang kajian dakwah yang disiarkan di radio berupa *Tweet*. Dengan membagikan *link*, Dais dapat mempermudah pendengar dalam mengakses layanan radio.

f. *YouTube*

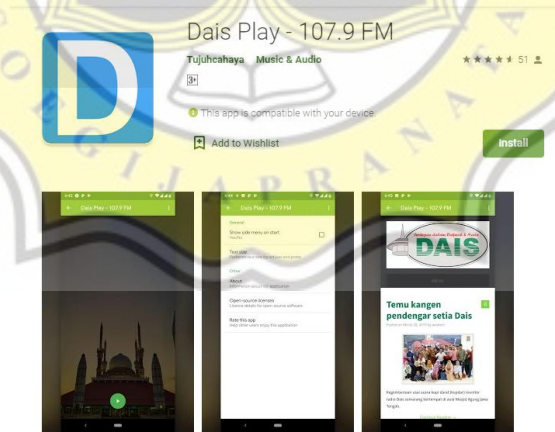


Gambar 4.6. Youtube Radio Dais

Sumber: Akun Youtube Resmi Radio Dais yang diakses pada tanggal 10 Juli 2021 pukul 14.38

YouTube Radio Dais merupakan media audio visual untuk kajian dakwah yang juga disiarkan di radio. Tidak hanya menyajikan siaran berupa audio, radio Dais juga menggunakan media yang dapat menampilkan secara visual kajian dakwah dengan konten yang telah dikemas untuk menarik audiens.

g. Aplikasi Daisplay



Gambar 4.7. Aplikasi Daisplay

Sumber: Aplikasi Daisplay yang diakses pada tanggal 23 Juli 2021 pukul 20.04

Aplikasi Daisplay merupakan aplikasi yang terdapat pada *smartphone*, yang berisi radio *streaming* dan dilengkapi dengan fitur *link*, sehingga dapat mempermudah

pendengar dalam mengakses informasi. Karena terdapat di *smartphone*, siaran dapat lebih mudah dijangkau meskipun sedang berada diluar jangkauan. Dibuat pada tahun 2015, menjadikan radio komunitas ini menjadi semakin dikenal. Pendengar dapat memasang aplikasi tersebut yang didapat di *Google Play* pada android, dan langsung bisa dengan mudah mendengarkan radio. Untuk saat ini, aplikasi ini belum tersedia di *IOS* atau pengguna *Iphone*.

4.2. Radio Dais Sebagai Radio Komunitas

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terkait dengan pengelolaan konvergensi media yang dilakukan radio Dais.

Menurut kategori radio di Indonesia, radio Dais termasuk dalam kategori radio komunitas. Hal ini sesuai dengan ciri atau definisi radio komunitas menurut Undang – Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, *Association Mondiale Des Radiodiffuseurs Communautaires* (AMARC) dan Ghazali. Secara garis besar isi dari definisi radio komunitas menurut ketiga sumber diatas, ciri radio komunitas adalah radio yang didirikan oleh komunitas tertentu dalam suatu batasan geografis dan minat yang sama, yang hanya melayani kepentingan komunitas itu sendiri tanpa mencari keuntungan.

Mengacu pada definisi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa radio Dais adalah radio komunitas. Hal ini dapat dilihat dari dasar radio Dais yang didirikan oleh komunitas agama tertentu, dalam hal ini agama Islam. Selain itu, jangkauan frekuensi radio Dais hanya ada di sekitar Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT). Ciri lain yang

ditemukan, karena radio ini digunakan untuk kepentingan dakwah, maka dalam pelaksanaannya tidak berorientasi pada keuntungan finansial. Sumber pendanaan murni dari donasi sukarela para jemaah MAJT.

4.3. Radio Dais Sebagai Radio Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan M. Tata Taufik secara garis besar dakwah atau berdakwah berarti kegiatan menyerukan atau mengajak untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran agama yang bertujuan mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia yang di ridhai oleh Allah dengan menyampaikan nilai – nilai agama itu sendiri.⁹⁷

Radio Dais merupakan radio komunitas yang digunakan oleh Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) sebagai media untuk menyampaikan dakwah. Hal ini dapat dilihat dari visi dan misi radio Dais yang melayani kebutuhan rohani umat Islam dan melakukan pelayanan kepada masyarakat secara umum dengan memberikan penyegaran siaran rohani setiap hari kepada umat Islam di wilayah jangkauannya, dan memberikan wacana dari berbagai bidang kajian Islami kepada masyarakat baik informasi, musik, pendidikan serta budaya.

Selain itu jika dilihat dari hasil penelitian penulis, ditemukan bahwa sebagian besar program-program acara radio Dais, dipenuhi dengan kegiatan siaran berisi kajian – kajian dakwah yang sumbernya juga berasal dari MAJT. Dalam

⁹⁷ *Ibid.*

pelaksanaanya, Radio Dais juga turut menyiarkan secara langsung kegiatan pada hari besar, seperti Shalat Eid.

Terkait dengan radio dakwah, di Indonesia terdapat dua jenis radio dakwah dengan perbedaan paham yang berbeda, yaitu radio radio dakwah yang dikelola oleh kelompok Salafi dan Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja). Kedua kelompok ini memiliki perbedaan di setiap konten siarannya. Pada kelompok Salafi, radio murni digunakan untuk menyiarkan dakwah atau kajian islami tanpa adanya unsur politik, lagu. Isi dakwah biasanya berdasar dari Al-Qur'an dan Sunnah, dan materi yang disiarkan cenderung bersifat idealis, dalam artian isi program hanya berisikan dakwah. Sedangkan pada kelompok Aswaja, selain dakwah masih terdapat program lain yang turut menyiarkan unsur-unsur lain, seperti musik religi, politik. Selain itu dakwah yang disiarkan, tidak hanya berdasar pada Al-Qur'an dan Sunnah tetapi juga Hadis Nabi. Pada umumnya materi siaran bersifat inklusif.

Dari ciri tersebut, dapat diketahui bahwa Radio Dais tergolong dalam kelompok radio Aswaja, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian penulis yang menemukan bahwa program acara yang disiarkan oleh radio Dais tidak hanya berisi dakwah, namun terdapat program lain seperti program selingan nada – nada Nasyid dan Nada Taqwa yang diisi dengan lagu-lagu religi.

4.4. Konvergensi Media dalam Radio Dais

Dalam konvergensi media terdapat proses model kontinum. Proses tersebut terdiri dari lima tahapan, yang diantaranya adalah *Cross – promotion*, *Cloning*,

Coopetitation, *Content Sharing*, dan *Full Convergence*. Dalam tulisan ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian berdasarkan kelima tahapan tersebut.

a. *Cross – promotion*

Dalam *Cross – promotion* dijelaskan bahwa dua media saling bekerja sama untuk saling memberikan ruang dalam memperkenalkan konten media satu sama lain.⁹⁸ Terkait dengan tahapan ini, peneliti melihat bahwa radio Dais menggunakan media sosial sebagai perwujudan konvergensi media, platform media yang digunakan diantaranya *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. Dari hasil wawancara peneliti dengan Bidang Pemberitaan, Eva Risti, menyebutkan bahwa “Terbatasnya jangkauan siar yang kami peroleh, kami melakukan konvergensi dengan menambah platform media sebagai strategi secara keseluruhan, target utamanya yaitu menjangkau lebih luas audiens sehingga diharapkan pesan dakwah yang kami siarkan dapat diterima oleh lebih banyak audiens.”⁹⁹ Untuk itu dilakukan *cross – promotion* sebagai berikut:

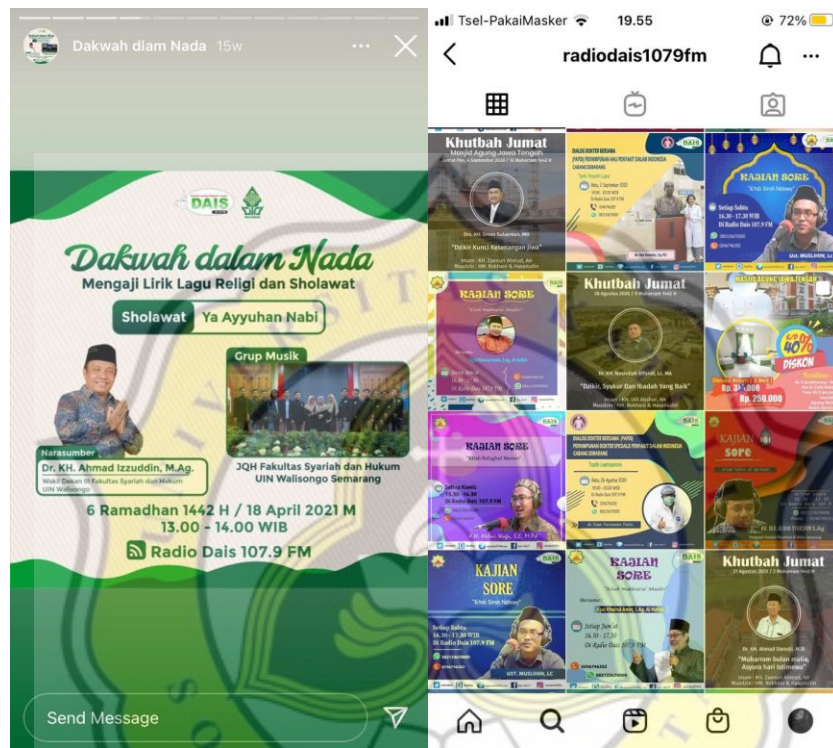
1.) Radio Dais dan *Instagram* @radiodais1079fm

Radio Dais memiliki akun *Instagram* dengan nama @radiodais1079fm. Terkait dengan kerjasama antar media, dan memberi ruang serta memperkenalkan konten satu sama lain, *Instagram* @radiodais1079fm selalu digunakan untuk mempromosikan program radio Dais dengan cara mengunggah poster program acara yang akan disiarkan di radio Dais. Selain itu *Instagram* @radiodais1079fm juga memperkenalkan program siaran melalui *Instastory*.

⁹⁸Khadziq.OpCit., Hal 8.

⁹⁹Lampiran 1. Transkrip wawancara dengan Bidang Pemberitaan radio Dais Eva Winata. Kamis, 20 Mei 2021 pukul 19.00 WIB. Hal b.

Adapun beberapa program yang penulis temukan dalam akun *Instagram* @radiodais1079fm adalah Dakwah Dalam Nada, Kajian Sore dan Kuthbah Jumat.



Gambar 4.8 Konten Instagram Dais
Sumber: Akun Instagram Resmi Dais

Sedangkan untuk timbal baliknya, radio mempromosikan akun *Instagram* @radiodais1079fm dengan cara menyebutkan akun tersebut di sela-sela siaran.

2.) Radio Dais dan *Facebook* Radio Dais 107,9 FM

Dari hasil penelitian peneliti, ditemukan ada kemiripan antara konvergensi yang dilakukan oleh radio Dais dengan media *Instagram* @radiodais1079fm dan radio Dais dengan media *Facebook* Radio Dais 107,9 FM. Konvergensi

yang dilakukan dengan media *Facebook* adalah menyebarkan informasi seputar program yang ada di radio Dais dengan memposting poster atau pengumuman di beranda *Facebook* Radio Dais 107,9 FM. Adapun konten yang diposting disesuaikan dengan jadwal program radio yang akan disiarkan. Sedangkan *Cross-promotion* yang dilakukan radio adalah dengan mempromosikan akun *Facebook* Radio Dais 107,9 FM dengan cara menyebutkan akun tersebut di sela-sela siaran.



Gambar 4.9 Konten Facebook Dais
 Sumber: Facebook Dais

3.) Radio Dais dengan *Twitter* @radiodais1

Selain radio Dais dengan *Instagram* @radiodais1079fm dan *Facebook* Radio Dais 107,9 FM, radio Dais juga menggunakan media *Twitter* @radiodais1 sebagai media promosi program acaranya. Dalam kaitannya dengan konvergensi, strategi yang digunakan oleh radio Dais dalam *Twitter* hampir

sama dengan konvergensi di media *Instagram* dan *Facebook*. Konvergensi yang dilakukan adalah dengan cara memposting informasi program acara yang akan disiarkan berupa poster lewat *Tweet*.

Sedangkan *Cross-promotion* yang dilakukan radio adalah dengan mempromosikan akun *Twitter* @radiodais1 dengan cara menyebutkan akun tersebut di sela-sela siaran.



Gambar 4.10 Konten Twitter Dais
Sumber: Twitter radio Dais

Pada tahapan *cross-promotion* ini, hanya terdapat tiga platform yang melakukan proses memperkenalkan konten media satu sama lain sesuai dengan konsep pada tahapan ini, yaitu radio Dais dengan Instagram, Facebook, dan Twitter. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari tujuh platform yang dimiliki radio Dais, yaitu Instagram, Facebook, Twitter, situs web, Daisplay, Youtube, dan radio streaming, hanya Instagram, Facebook, dan Twitter yang lolos pada tahapan *cross-promotion*.

b. Cloning

Pada tahapan *Cloning*, dijelaskan bahwa konten media diperbanyak untuk dimuat di media lainnya tanpa adanya perubahan.¹⁰⁰ Artinya, satu media menampilkan kontennya di media yang berbeda tanpa adanya penambahan atau pengurangan konten itu sendiri. Setelah melalui proses tahapan *cross-promotion*, Instagram, Facebook dan Twitter masuk pada proses tahapan selanjutnya yaitu *cloning*. Berdasarkan observasi penulis, program siaran radio yang memenuhi kriteria *Cloning* yaitu siaran langsung pada media *Instagram*, *Facebook*, dan *Daisplay*. Dalam siaran langsung tersebut ditampilkan program siaran dari radio Dais secara langsung tanpa adanya perubahan apapun melalui proses editing, sehingga dapat dipastikan bahwa konten tersebut masuk dalam kategori tahapan *Cloning*.

1.) Radio Dais dengan *Instagram* @radiodais1079fm

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa tahapan *cloning* yang dilakukan oleh radio Dais melalui *Instagram*, adalah dengan menggunakan fitur tambahan yang tersedia di *Instagram* yakni *Instagram Live*. Dengan *Instagram Live*, penyiar radio Dais dapat langsung menyampaikan isi materi dengan audiens tidak hanya melalui audio namun juga visual. Dengan teknologi audio dan visual, audiens dapat mendengar dan melihat secara langsung apa yang terjadi selama penyiaran berlangsung. Materi yang dibawakan saat *Instagram Live* biasanya beragam. Mulai dari dakwah hingga kegiatan *off air*.

¹⁰⁰*Ibid.*



Gambar 4.11 Live Streaming Instagram Dais
Sumber: Instagram Dais

2.) Radio Dais dengan *Facebook* Radio Dais 107,9 FM

Sama halnya dengan *Instagram*, *Facebook* juga terdapat fitur bernama *Facebook Live* yang juga dimanfaatkan radio Dais dalam menyiarkan secara langsung isi materi yang disiarkan radio Dais. Dengan sifatnya yang mampu menjangkau para audiens melalui audio dan visual, *Facebook Live* mampu membuat para pendengar menikmati kajian dakwah dengan lebih baik. Selain itu, keunggulan lain dari siaran *Facebook Live* adalah dapat menjangkau lebih banyak pendengar. Hal ini dikarenakan jumlah pengikut (*followers*) yang relatif banyak, ditambah dengan akses *Facebook* yang bisa digunakan dengan mudah oleh berbagai pihak. Dengan menggunakan Internet sebagai medianya penyambungannya, jangkauan *Facebook* semakin tak terbatas, hal ini menjadi keunggulan tersendiri yang bisa dimanfaatkan radio Dais dalam menjangkau

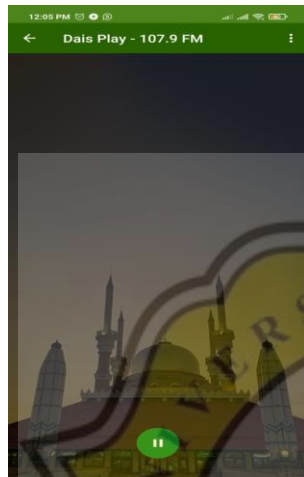
audiens yang lebih luas. Selain itu, materi yang dibawakan di *Facebook Live* sama seperti materi siaran radio Dais tanpa melalui proses editing sedikitpun

3.) Radio Dais dengan Aplikasi *Daisplay*

Selain *Instagram* dan *Facebook*, radio Dais juga melakukan proses *cloning* dengan menggunakan aplikasi *Daisplay* yang ada di *smartphone*. Untuk mendapatkan aplikasi tersebut pengguna atau pendengar radio Dais, dapat mengunduh aplikasi tersebut di *playstore*. Aplikasi *Daisplay* memiliki tampilan yang cukup berbeda dengan akun radio Dais yang terdapat di *Instagram* dan *Facebook*. Aplikasi *Daisplay* mempunyai fitur yang relatif lebih lengkap dibandingkan kedua media tersebut. Dalam *Daisplay* pendengar dapat melihat informasi tentang radio Dais secara lengkap. Hal ini dikarenakan fungsinya yang hampir sama dengan situs web Dais. Secara fungsi, *Daisplay* menyampaikan materi atau informasi yang sama seperti yang disiarkan dalam radio Dais dengan melalui media *streaming*, sehingga apa yang di siarkan di *Daisplay*, sama persis yang seperti disiarkan di radio Dais. Selain itu, informasi atau siaran yang disiarkan tidak mengalami perubahan sedikitpun, sebab tidak melewati proses editing. Aplikasi ini mempermudah pendengar untuk mengakses materi siaran meskipun tidak mendengarkan konten siaran di radio pada waktu tertentu. Pendengar dapat mengakses aplikasi tersebut dimana saja diluar jangkauan siaran radio Dais.

Dari proses analisis pada tahapan *cloning*, dapat disimpulkan bahwa radio Dais hanya melakukan *cloning* di tiga *platform*, yaitu *Instagram*, *Facebook*, dan aplikasi *Daisplay*. Dengan tiga *platform* tersebut, radio Dais

dapat menampilkan konten tanpa adanya penambahan atau pengurangan pada konten itu sendiri, sehingga proses *cloning* dapat dilakukan dengan efektif.



Gambar 4.12 Radio Streaming Aplikasi *Daisplay*
Sumber: Aplikasi *Daisplay*

c. *Coopetition*

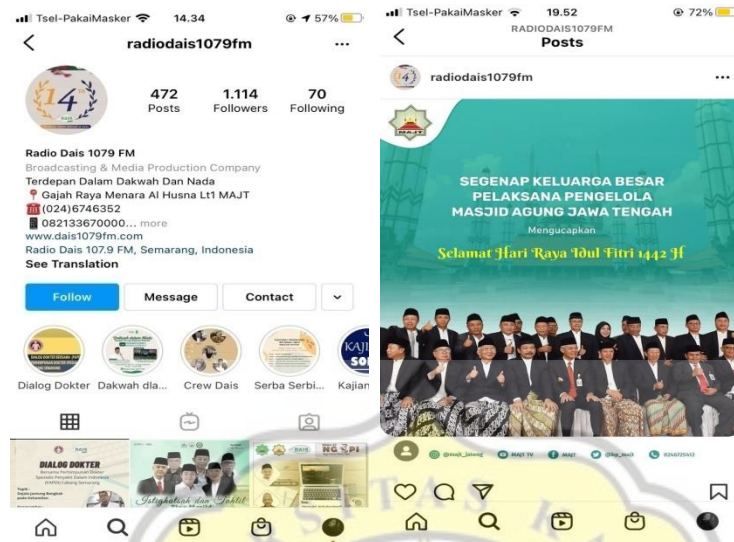
Pada tahapan ini, entitas media yang terkonvergensi saling bekerjasama dan berkompetisi di saat yang bersamaan.¹⁰¹

Berdasarkan observasi peneliti, dalam kaitannya dengan *coopetition* pihak radio Dais menggunakan salah satu media sosialnya untuk bekerja sama dan berkompetisi disaat yang bersamaan. Media sosial yang digunakan adalah *Instagram*. Dalam media *Instagram*, pihak radio Dais melakukan kerja sama melalui dakwah yang disiarkan dan ditayangkan di *live Instagram*. Tujuan dari mendakwah lewat dua media tersebut adalah menjangkau pendengar seluas – luasnya. Kerjasama ini berpengaruh terhadap

¹⁰¹ *Ibid.*

meningkatnya jumlah pendengar di radio dan bertambahnya jumlah *followers* di *Instagram*. Dengan kata lain, *followers* di *Instagram* dapat berpengaruh pada meningkatnya jumlah pendengar di radio dan begitupun sebaliknya. Di satu sisi, kedua media tersebut turut berkompetisi disaat bersamaan. Hal ini dapat dilihat dari konten yang diunggah melalui *Instagram*. Dalam beberapa unggahan, peneliti melihat bahwa pihak admin *Instagram* Dais berusaha membuat konten yang tidak bisa dipublikasikan melalui radio. Sebagai contoh: setiap hari raya, seperti Lebaran, terdapat konten video atau gambar hari raya yang berisikan ucapan hari raya kepada *followers*, radio Dais juga memberikan konten “*Giveaway*” untuk menarik minat pendengar. Konten ini tidak disebarluaskan melalui radio, sebab hanya diperuntukan bagi *followers Instagram* radio Dais. Adapun tujuan dari hal tersebut adalah untuk meningkatkan jumlah *followers* di radio Dais.

Pada tahapan ini, disimpulkan bahwa radio Dais hanya menggunakan satu *platform-nya* untuk memenuhi tahapan yang disebut *Coopetition*. Karna pada pada *platform Instagram*, tujuan diunggahnya konten tidak hanya sekedar untuk informasi seputar radio, tapi juga kepentingan menambah jumlah *followers*, sehingga apabila *followers* di *Instagram* radio Dais memiliki jumlah yang banyak, radio bisa mendapatkan pemasukan atau *budgeting* melalui *Instagram* dengan mengadakan *paid-promote* maupun *endorsement*.



Gambar 4.13. Konten Tambahan Instagram Dais
Sumber: Instagram Dais

d. **Content Sharing**

Dalam tahapan *content sharing* dijelaskan bahwa dua media yang berlainan saling berbagi konten dalam bentuk pengemasan ulang atau termasuk berbagi *budgeting*.¹⁰² Berdasarkan observasi penulis, pada tahapan ini, radio Dais menggunakan *platform* media sosialnya untuk saling berbagi konten, termasuk dalam *budgeting*.

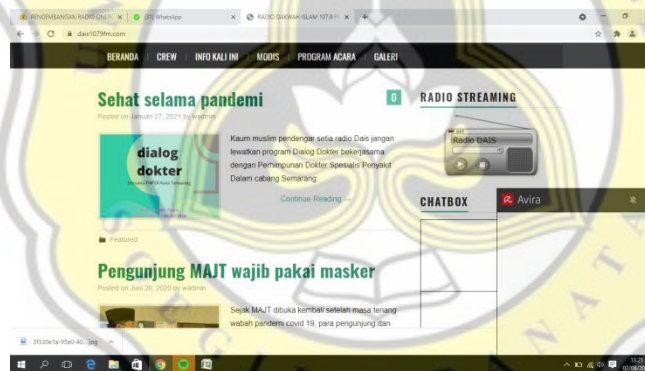
1.) Situs web radio Dais www.dais1079.com

Dalam situs web radio Dais, peneliti melihat bahwa *content sharing* yang dilakukan adalah dengan membagi konten yang terdapat pada siaran radio, seperti dakwah dan informasi seputar Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) kepada *platform* situs web yang tersedia. Konten yang dibagikan, mengalami beberapa perubahan mulai dari tampilan hingga beberapa

¹⁰² *Ibid.*

unsur teknis yang berkaitan dengan design visual. Tapi secara substansi, konten yang dibagikan tidak mengalami perubahan apapun.

Perubahan ini dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan dan ketentuan situs web pada umumnya. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Eva selaku Bidang Pemberitaan, ditemukan bahwa dalam kaitannya dengan membagi konten dari satu media dengan media lain, tidak terdapat alokasi *budgeting* dalam mendanai proses *content sharing*. Konten diubah dan dikelola dari radio Dais ke dalam situs web oleh satu editor yang juga merangkap sebagai penyiar di radio. Hal ini dilakukan, karena kurangnya jumlah SDM di radio Dais yang mengelola hal-hal seputar editing.



Gambar 4.14. Konten Website Dais
Sumber: Website Dais

2.) Instagram

Tidak jauh berbeda dengan *Facebook*, proses *content sharing* pada *platform Instagram* juga mengalami perubahan sesuai dengan fitur yang tersedia di media *Instagram*, salah satunya *Instagram Live*. Dalam *instagram live*, dakwah yang hanya berupa audio, diubah menjadi audio visual. Hal ini dikarenakan oleh teknologi audio visual yang terdapat dalam

Instagram Live. Selain itu dakwah yang biasanya hanya disiarkan melalui audio, dikemas ulang kedalam bentuk gambar dan video. Hal ini bisa dilihat melalui postingan gambar atau potongan – potongan video yang berisikan tentang pesan dakwah yang disiarkan di radio.

Kesimpulan dari tahapan ini, terdapat tiga *platform* yang digunakan, konten awal radio yang berupa audio, dikemas ulang menjadi audio visual, hal ini mengacu pada definisi tahapan *content sharing* yang dilakukan oleh radio Dais.



Gambar 3.15. *Live Streaming Instagram Dais (2)*
Sumber: *Instagram Dais*

e. Full Convergence

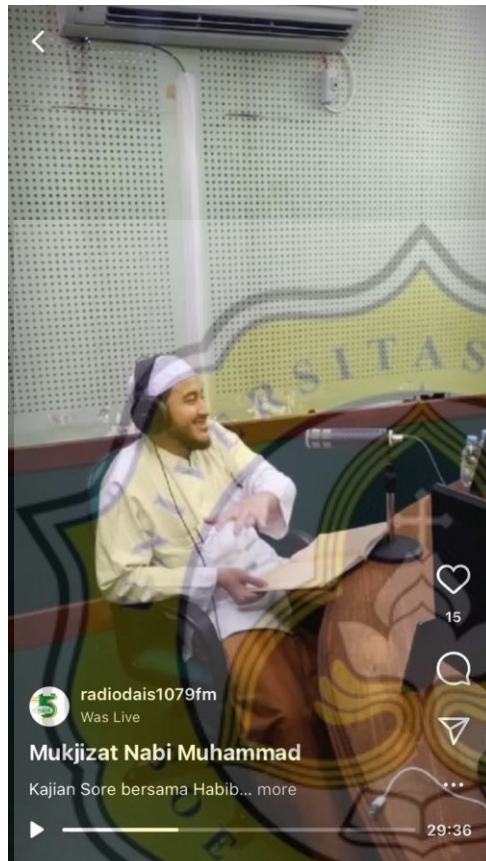
Pada tahapan ini media yang berbeda bekerja sama secara penuh baik dalam hal pengumpulan, produksi, dan distribusi konten yang bertujuan untuk memaksimalkan keunikan karakteristik masing-masing media untuk menyampaikan konten.¹⁰³

Berdasarkan pengamatan peneliti, proses *full convergence* dalam radio Dais terjadi pada siaran dakwah yang dilakukan secara langsung melalui siaran radio, *Instagram Live* dan *Facebook Live*. Dalam proses ini ketiga media tersebut, memanfaatkan keunggulan masing-masing dalam menyebarkan dakwah. Radio memaksimalkan sistem audio yang dimiliki untuk menjangkau telinga para pendengar. Penyampain materi dakwah yang menarik menjadi senjata utama dalam menjangkau khalayak. Hal ini hampir sama dengan *Instagram Live* dan *Facebook Live*, memanfaatkan teknologi audio dan visual, dakwah yang disampaikan menjadi lebih menarik, sebab audiens dapat mendengar dan melihat secara bersamaan para narasumber yang menyampaikan dakwah.

Pada tahapan ini, dapat disimpulkan bahwa radio, *Instagram*, dan *Facebook* radio Dais telah melakukan tahapan *Full Convergence* dengan memanfaatkan keunggulan masing – masing dalam menyebarkan dakwah. Ketiga *platform* tersebut memaksimalkan sistem audio yang dimiliki untuk menjangkau telinga para pendengar juga memanfaatkan teknologi audio dan visual, dakwah yang disampaikan menjadi lebih menarik, sebab audiens dapat

¹⁰³ *Ibid.*

mendengar dan melihat secara bersamaan para narasumber yang menyampaikan dakwah.



Gambar 4.16. *Live Streaming* Radio Dais (3)
Sumber: *Instagram* Dais

Berdasarkan hasil pembahasan yang peneliti jabarkan diatas, dari lima tahapan konvergensi kontinum yang sudah dijabarkan diatas, peneliti akan mengambil kesimpulan dimulai dari tahapan yang pertama yaitu *cross – promotion*, radio Dais melakukan kerjasama dengan media sosial, diantaranya *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. Kerjasama tersebut yaitu, radio Dais menggunakan *platform Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* sebagai media untuk mempromosikan atau memberikan informasi dengan mengunggah postingan tentang kegiatan Dais secara

rutin. Kemudian, dari sisi radio, Dais juga mempromosikan *platform* tersebut dengan menyebutkan nama *platform* di sela-sela siarannya.

Pada tahapan selanjutnya, yaitu *cloning*. Dalam kaitannya dengan tahapan *cloning*, media yang digunakan oleh radio Dais adalah *Instagram @radiodais1079fm*, *Facebook Radio Dais 107,9 FM*, dan aplikasi *Daisplay*. Berdasarkan observasi peneliti, program siaran radio yang memenuhi kriteria *Cloning* yaitu siaran langsung atau *Live* pada media *Instagram*, *Facebook*, dan *Daisplay*. Dalam siaran langsung tersebut ditampilkan program siaran dari radio Dais secara langsung tanpa adanya perubahan apapun melalui proses editing, sehingga dapat dipastikan bahwa konten tersebut masuk dalam kategori tahapan *cloning*.

Tahapan ketiga yaitu *coopetition*. Dalam kaitannya dengan *coopetition* pihak radio Dais menggunakan salah satu media sosialnya untuk bekerja sama dan berkompetisi disaat yang bersamaan. Media sosial yang digunakan adalah *Instagram*. Radio Dais melakukan kerja sama melalui dakwah yang disiarkan dan ditayangkan di *live Instagram*. Tujuan dari mendakwah lewat dua media tersebut adalah menjangkau pendengar seluas – luasnya. Kerjasama ini berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah pendengar di radio dan bertambahnya jumlah *followers* di *Instagram*. Dengan kata lain, *followers* di *Instagram* dapat berpengaruh pada meningkatnya jumlah pendengar di radio dan begitupun sebaliknya.

Di tahapan berikutnya, merupakan tahapan *content sharing*. Pada tahapan ini, radio Dais menggunakan *platform* media sosialnya untuk saling berbagi konten, termasuk dalam *budgeting*.

Dan tahapan terakhir yaitu *full-convergence*. Proses *full-convergence* dalam radio Dais terjadi pada siaran dakwah yang dilakukan secara langsung melalui siaran radio, *Instagram Live* dan *Facebook Live*. Dalam proses ini ketiga media tersebut, memanfaatkan keunggulan masing – masing dalam menyebarluaskan dakwah. Radio memaksimalkan sistem audio yang dimiliki untuk menjangkau telinga para pendengar. Penyampain materi dakwah yang menarik menjadi senjata utama dalam menjangkau khalayak.

