

## **Efektifitas Dakwah dalam Program Cahaya Qolbu Radio Cakra 90.5 Fm terhadap Perubahan Perilaku Keberagamaan yang Baik Masyarakat Sukajadi**

Effectiveness of Dakwah in the 90.5 Cakra Radio Light Heart Program on Changes in Good Diversity Behavior in Sukajadi Community

<sup>1</sup>Sandi Gunawan, <sup>2</sup>H. Irfan Safrudin, M.Ag. <sup>3</sup>H. Arifin Syatibi, Lc

<sup>1,2</sup> Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116  
email:<sup>1</sup>sandy.gunawan1995@gmail.com

**Abstract.** Da'wah is basically convey the teachings of Islam to the general public. As the development of technology, the call has been developing very rapidly from Mad'u number, method of preaching and preachers as perpetrators of propaganda. Kegaitatan missionary activity is also a communication, ie a person or group preacher mad'u communicate messages to individuals or groups. The era of globalization is marked by advances in information technology. With information technology everything becomes easy. If the first person who wants to get a message to someone who is in a remote place by mail in writing, but with the advancement of information technology in an instant message can be delivered to the recipient of the message. Such as via radio, telephone, mobile phone, or using the internet. This is where the urgency of modern information technology can be used for various purposes, including to be used as a transmitter of the message of Islam. In addition to television, radio can also be used as a medium of propaganda to say hello to all levels of society. Radio has a fairly wide range, especially when using streaming technology, can reach out to the whole world. So that propaganda can also touch to all the public. This is how the writer interested in conducting a study entitled Effetiveness of Dakwah in the 90.5 Cakra Radio Light Heart Program on Changes in Good Diversity Behavior in Sukajadi Community religiosity Sukajadi radio can also be used as a medium of propaganda to say hello to all levels of society. How Light Program Qolbu Radio Chakra to fostering people's behavior Sukajadi Bandung, how propaganda in the program Light Qolbu Radio Chakra for enhancing the behavioral diversity of social Sukajadi Bandung, how the results of Da'wa program Light Qolbu Radio Chakra to developing behavioral diversity of social Sukajadi Bandung, how the supporting factors and Light Qolbu inhibitor program. The type of data used in this research is qualitative data. Kind of quantitative data is not concerned with the depth study of data, Good on quantitative and qualitative research design is the same, the difference is the willingness and interest of the researchers themselves. Some of the programs contained in Chakra Radio 90.5 FM Bandung to educate, develop, and establish moral beings. The materials and methods used by the broadcast program Qolbu light on the behavior of public keberagmaan Sukajadi Bandung is the subject matter of the contents of the Koran and the Prophet Muhammad propaganda methods. The results obtained after hearing the broadcast program Qolbu light, the audience gradually has begun to increase knowledge and understanding of Islamic religious sciences as well as in terms of demeanor began to change.

**Keywords:** Radio Chakra, Light Qolbu

**Abstrak.** Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Seiring berkembangnya teknologi, dakwah telah berkembang sangat pesat mulai dari jumlah Mad'u, metode berdakwah dan para da'i sebagai pelaku dakwah. Kegiatan dakwah juga merupakan kegaitatan komunikasi, yaitu seorang atau sekelompok da'i mengomunikasikan pesan kepada mad'u perorangan atau kelompok. Era globalisasi salah satunya ditandai dengan kemajuan di bidang teknologi informasi. Dengan teknologi informasi segalanya menjadi mudah. Kalau dulu seseorang yang ingin menyampaikan pesan pada seseorang yang berada di tempat yang jauh menggunakan surat secara tertulis, namun dengan kemajuan teknologi informasi pesan dalam sekejap saja dapat sampai ke penerima pesan. Semisal melalui radio, telepon, handphone, maupun menggunakan media internet. Disinilah urgensinya teknologi informasi modern dapat digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk dapat digunakan sebagai penyampai pesan-pesan ajaran Islam. Selain televisi, radio juga dapat digunakan sebagai media dakwah yang dapat menyapa ke semua lapisan masyarakat. Radio memiliki jangkauan yang cukup luas, terlebih bila menggunakan teknologi streaming, dapat menjangkau ke seluruh dunia. Sehingga dakwah juga dapat menyentuh ke semua khalayak umum. Dari hal inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Efektifitas Dakwah dalam Program Cahaya Qolbu Radio Cakra 90.5 Fm terhadap Perubahan Perilaku Keberagamaan yang Baik Masyarakat Sukajadi. Penelitian ini bertujuan

untuk Mengetahui efektifitas dari program dakwah Cahaya Qolbu di Radio Cakra. Bagaimana Program Cahaya Qolbu Radio Cakra terhadap pembinaan perilaku masyarakat Sukajadi Bandung. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat program Cahaya Qolbu. Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Jenis data kuantitatif adalah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, Baik pada penelitian kuantitatif maupun kualitatif desainnya sama, yang membedakan adalah kemauan dan kepentingan peneliti itu sendiri. Penelitian kualitatif dengan format deskriptif itulah yang akan digunakan oleh peneliti dan memperoleh data responden melalui observasi. Beberapa program yang terdapat di Radio Cakra 90.5 FM Bandung yang dapat mencerdaskan, membina, dan membentuk akhlak umat. Materi dan Metode yang digunakan oleh program siaran Cahaya Qolbu terhadap perilaku keberagamaan masyarakat Sukajadi kota Bandung adalah materi pokok dari isi al-Quran dan metode dakwah Rasulullah SAW. Hasil yang didapat setelah mendengar program siaran Cahaya Qolbu, para pendengar secara bertahap sudah mulai bertambah pengetahuan dan pemahamannya tentang ilmu agama Islam serta dari segi sikapnya pun mulai berubah.

**Kata Kunci: Radio Cakra, Cahaya Qolbu.**

## A. Pendahuluan

Radio juga dapat digunakan sebagai media dakwah yang dapat menyapa ke semua lapisan masyarakat. Radio memiliki jangkauan yang cukup luas, terlebih bila menggunakan teknologi streaming, dapat menjangkau ke seluruh dunia. Sehingga dakwah juga dapat menyentuh ke semua khalayak umum. Disamping televisi dan radio, kita juga mengenal internet. Bahkan dengan internet program siaran, televisi, radio, ataupun film dapat kita akses dengan mudah. Karenanya, dakwah menggunakan media internet merupakan suatu keharusan yang tidak bisa dianggap biasa saja.

Penting diperhatikan yaitu bahwa di masa sekarang Radio siaran masih menduduki posisi yang strategis karena kemampuannya sebagai media massa. Posisi strategis itu di sebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah daya langsung, daya tembus, dan daya tarik. Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efisiensi dakwah. Hal ini Nampak dari adanya bentuk yang sederhana tanpa harus bertemu antara Da`I dan Mad`unya. Salah satu bentuk pelaksanaan dakwah melalui media massa adalah Dakwah melalui Radio, seperti halnya yang dilakukan oleh Radio Cakra 90.5 FM

Melihat pentingnya Dakwah

melalui media Radio di era globalisasi ini, untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti efektifitas mengenai pogram siaran Cahaya Qolbu di Radio Cakra 90.5 FM dengan judul “Efektifitas Dakwah dalam Program Cahaya Qolbu Di Radio Cakra 90.5 Fm terhadap Perilaku Keberagamaan Masyarakat Sukajadi”.

1. Bagaimana Program Cahaya Qolbu Radio Cakra terhadap pembinaan perilaku masyarakat Sukajadi Bandung?
2. Bagaimana dakwah dalam program Cahaya Qolbu Radio Cakra dalam upaya pembinaan perilaku keberagamaan masyarakat Sukajadi Bandung?
3. Bagaimana hasil Dakwah program Cahaya Qolbu Radio Cakra terhadap pembinaan perilaku keberagamaan masyarakat Sukajadi Bandung?
4. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat program Cahaya Qolbu?

## B. Landasan Teori

Menurut Glock dan Stark ada lima dimensi keberagamaan, yakni: dimensi pengetahuan, keyakinan, praktik agama, konsekuensi-konsekuensi dan pengalaman. Seseorang dikatakan religius jika orang mampu melaksanakan dimensi-dimensi tersebut dalam perilaku dan

kehidupannya.

a. Dimensi Pengetahuan Agama  
(*Religious Knowledge*)

Dimensi pengetahuan agama adalah seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya. Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan-pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi.

b. Dimensi Keyakinan (Religious Belief)

Dimensi keyakinan adalah dimensi dari keberagamaan yang berkaitan dengan apa yang harus dipercayai. Dimensi ini berisi pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Dimensi ideologis menunjuk pada tingkat keyakinan atau keimanan seseorang terhadap kebenaran ajaran agama, terutama terhadap ajaran-ajaran agama yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam Islam, dimensi ini disebut juga dengan aqidah. Secara etimologi, aqidah berarti “ikatan”, sedangkan secara terminologi aqidah berarti sikap jiwa yang tertanam dalam hati yang dilahirkan dalam perkataan dan perbuatan. Objek dari aqidah antara lain keyakinan tentang Allah, para malaikat, para nabi/rasul, kitab-kitab Allah, surga dan neraka serta qadha dan qadar.

c. Dimensi Praktik Agama (Religious Practice)

Dimensi praktik agama adalah dimensi keberagamaan dimana seseorang menunaikan ritual-ritual dalam agamanya seperti tata cara ibadah, pengakuan dosa, berpuasa, atau menjalankan ritus-ritus khusus pada hari-hari suci. Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk

menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

d. Dimensi Pengamalan (Religious Effect)

Dimensi Pengamalan menunjuk pada tingkatan seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya atau seberapa jauh seseorang mampu menerapkan ajaran agamanya dalam perilaku hidupnya sehari-hari. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Istilah “kerja” dalam pengertian teologis digunakan di sini. Dimensi ini merupakan efek seberapa jauh kebermaknaan spiritual seseorang. Jika keimanan dan ketaqwaan seseorang tinggi, maka akan semakin positif penghayatan keagamaan seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

e. Dimensi Pengalaman (Religious Feeling)

Dimensi Pengalaman adalah perasaan keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi dalam suatu esensi ketuhanan. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh dan dirasakan individu selama menjalankan ajaran agama yang diyakini. Dimensi pengalaman menunjukkan seberapa jauh tingkat kepekaan seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan atau pengalaman-pengalaman religiusnya. Dalam Islam seperti merasa dekat dengan Allah, perasaan doa-doanya sering terkabul, perasaan tenang bahagia karena menuhankan Allah, perasaan bertawakal (pasrah diri) kepada Allah, perasaan khushuk ketika melaksanakan shalat atau berdoa,

perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat Al-Qur'an, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan Allah.

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Didalam kutipan wawancara menurut salah satu narasumber beliau berpendapat mengenai program Dakwah Cahaya Qolbu, berikut salah satu wawancaranya:

1. Bahwa program dakwah Cahaya Qolbu efektif dalam pembinaan keberagaman masyarakat Sukajadi, kunci keefektifan program dakwah Cahaya Qolbu ini yaitu dengan mendengar secara istiqomah sehingga pemahaman tentang ilmu agama akan semakin bertambah.
2. Cepat mengingat produk air mineral ini. Proses mengingat hasil dari melihat iklan Le Minerale mendorong beberapa responden untuk mencoba bahkan membeli produk ini.
3. Konsumen akan lebih memilih suatu produk yang lebih dikenalnya atau diketahuinya, dibandingkan dengan membeli suatu produk yang belum pernah dikenalnya sama sekali. Untuk menimbulkan kesadaran merek pada konsumen dibutuhkan suatu stimulus atau hal-hal yang dapat merangsang munculnya kesadaran merek tersebut. Melalui iklan tersebut dan terciptanya pembeda tersebut dapat memunculkan untuk melakukan keputusan pembelian dikarenakan konsumen merasa tertarik dengan promosi yang dilakukan perusahaan.

### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis peneliti terkait efektifitas perilaku keberagaman yang baik Pada Masyarakat Sukajadi Kota Bandung yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan.

Hasil Efektifitas Program Siaran Cahaya Qolbu Radio Cakra 90.5 FM Bandung dalam Pembinaan Pemahaman Ajaran Islam Masyarakat Sukajadi Kota Bandung, dapat dilihat pada Bab III bahwa secara pengetahuan dan pemahaman responden merasa bertambah banyaknya pengetahuan terkait keilmuan agamanya, sedangkan secara sikap responden merasa perilaku mereka menjadi lebih baik, lebih tau dan semakin bertambah dalam hal motivasi untuk melaksanakan ibadah-ibadah seperti shalat lima waktu, mengeluarkan infaq atau ibadah-ibadah lainnya.

Faktor pendukung dan penghambat program Cahaya Qolbu hanya ditemukan beberapa faktor pendukung dan penghambat, diantaranya:

Faktor pendukung:

1. Kualitas siaran Radio Cakra cukup bagus dalam melakukan siaran program dakwah Cahaya Qolbu.
2. Kualitas pemancar di Radio Cakra cukup bagus, sehingga para pendengar program Cahaya Qolbu dapat menerima siaran dengan baik.

Faktor penghambat:

1. Terhambatnya penerimaan data profil program siaran dakwah Cahaya Qolbu.
2. Tidak semua responden mau di wawacarai untuk memberi tanggapan mengenai program dakwah Cahaya Qolbu.

### **E. Saran**

Dari penelitian yang penulis lakukan pada program siaran Mutiara Pagi yang dilakukan oleh Hits Radio 103.9 FM Bandung, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan aktivitas dakwah yang dilakukan dalam memberikan pembinaan, pemahaman keagamaan dan peningkatan motivasi keberagaman mad'u. Disampaikan beberapa saran seperti berikut :

#### 1. Bagi Radio

Perlu adanya kerjasama dalam masing-masing departemen yang terkait, sehingga terjalin hubungan baik yang harmonis diantara masing-masing komponen dan diperbanyaknya pembuatan program untuk pembinaan pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan produktifitas kerja agar tercipta karya-karya yang berkualitas serta nilai-nilai dakwah dalam setiap programnya.

#### 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini belum komprehensif, karena hanya melihat salah satu kinerja program dari segi pembinaan pemahaman ajaran Islam, maka untuk kebutuhan penelitian berikutnya, ditemukan beberapa masalah yang dapat di teliti antara lain seperti penelitian tentang program atau narasumber dengan metode lain sesuai kebutuhan.

#### 3. Bagi Prodi KPI di Fakultas Dakwah Unisba

Perlu adanya praktik dan wawasan mengenai dakwah Islam melalui media elektronik radio dan perlu di adakannya konteks dakwah yang terjun ke lingkungan masyarakat secara langsung, atau dengan adanya siaran radio yang dilakukan oleh pihak fakultas guna mengembangkan dakwah Islam melalui media elektronik, khususnya radio.

### Daftar Pustaka

- Achmat Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2006).
- Amin Syukur, *Pengantar Studi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Nuun, 2010).
- Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio*, LP3Y, Yogyakarta, 2001.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983).
- Didi Atmadilaga, "Azas Teknik Penyusunan Usulan", (1989).
- Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi atas Problem-problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994).
- Fathul Bahri An-Nabiry, 2008, *Meniti Jalan Dakwah: bekal perjuangan para da'i*, Jakarta, Amzah.
- George R. Terry. Ph.D. *asas-asas manajemen*, (penerbit PT. ALUMNI: Bandung: 2012)
- H.Hasanuddin, *Hukum Dakwah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu jaya, 1996).
- H.M.S. Nashrudin Latief, *Teori dan Praktik Dakwah Islamiyah*, (Jakarta: PT Firma Dara, tt.).
- Harun Nasution, *Islamic Rasional Gagasan dan Pemikirannya*, (Bandung: Mizan, 1989).
- Hugiono dan P. K. Poerwantara, *Pengantar Ilmu Sejarah*. (Jakarta: UI Press, 1992).
- Husaini Usman dan Purnomo. *Metodologi Penelitian Sosial*, (Penerbit PT Bumi Aksara : Jakarta, 2008).
- Jaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori dan Praktik Berpidato*, (Bandung: Akadenika, 1982)
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian*

- Kualitatif*, (Bandung: Rosda Karya, 2001).
- M. Syafaat Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, (Jakarta:Wijaya,1992), Cet.1.
- Miftah Faridl, dkk, *merajut kehidupan beragama* (Bandung: Majelis Ulama Indonesia, 2016).
- Moh.Ali Aziz, *ilmu dakwah*, (Jakarta: Prenademedia group,2004).
- Moh.Ali Aziz, *ilmu dakwah*, (Jakarta: Prenademedia group,2004).
- Mustafa Malaikah, *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhowi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1997).
- Peranan Radio Pamulang FM Dalam Pengembangan Dakwah Islam Di Pamulang. *Riyan Abdi Syamsi*, (2010) Uin Syarif Hidayatulloh Jakarta.
- Poerwadarmanto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1985)
- R. Stark dan C.Y. Glock, *Dimensi-Dimensi Keberagamaan, dalam Roland Robertson* (eds.), *Sociology of Religion*, terj. Achmad Fedyani Saifuddin, *Agama: dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993), Cet. 3.