



Komunikasi, Religi dan Budaya

Penulis

Agus Triyono, Agus Wiyaka, Ahmad Galang Ma'rufa, Ahmad Rifal, Ahmad Yusron, Ahsani Taqwm Aminuddin, Alfiyatul Hidayah, Alifah Ardiani, Awendsa Urfatunnisa Tasyaul Muizzah, Ayu Nuangsari, Dedet Erawati, Dian Sinaga, Dian Suluh Kusuma Dewi, Didik Hariyanto, Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih, Endah Nurhawaeny, Erwin Rasyid, Euis Evi Puspitasari, Faizal Hamzah Lubis, Fajar Dwi Putra, Filosa Gita Sukmono, Fitri Perdana, Fitria Widiyani Roosinda, Haryadi Arief NR, Izzatul Laili, Jusuf Harsono, Lisda Ariani Simabur, Maria Febiana Christanti, Mariana Ulifah, Mohd Yusri Ibrahim, Muhammad Fadeli, Muhammad Kamaluddin, Muhammad Thariq, Muria Endah Sokowati, Nahria, Niken Lestarini, Nunik Hariyani, Nur Sofyan, Nurhasanah Nasution, Nurul Chamidah, Nurul Iman, Ratu Matahari, Retno Iswati, Rido Kurnianto, Rizki Budhi Suhara, Rohfin Andria Gestanti, Ropingi el Khaq, Said Romadlan, Santi Isnaini, Santi Susanti, Slamet Santoso, Sri Budi Lestari, Suciati, Syukri, Tantry Widyanarti, Taufik Suprihaini, Tenerman, Titis Fajriyati, Tri Hastuti Nur R, Widiya Yutanti, Winda Nur Ramadhan, Yan Hendra, Zuhdan Aziz.

Kata Pengantar

Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom
(Ketua Umum Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah "APIK-PTM")

Drs. H. Sulton, M.Si
(Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Editor:

Fajar Junaedi
Ayub Dwi Anggoro

Komunikasi, Religi dan Budaya

Kata Pengantar

Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom
(Ketua Umum Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah "APIK-PTM")
Drs. H. Sulton, M.Si
(Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Editor:

Fajar Junaedi
Ayub Dwi Anggoro



Universitas Muhammadiyah Ponorogo

DAFTAR ISI

Kata Pengantar:			
Komunikasi, Religi dan Budaya Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom	iii		
Komunikasi Menjawab Tantangan Zaman Drs. H. Sulton, M.Si	vii		
Pengantar Editor	ix		
Bagian 1. Religi dan Media Komunikasi	1		
Media Sosial: Instrumen Dakwah Merentasi Sempadan <i>Mohd Yusri Ibrahim</i>	3		
Pendekatan Komunikasi Antarbudaya dalam Memahami Kon- flik Warga Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) <i>Said Romadlan</i>	17		
Pemetaan Dinamika Komunikasi Dakwah 'Aisyiyah dalam Pusaran Tantangan Internal dan Eksternal <i>Tri Hastuti Nur R, Haryadi Arief NR</i>	35		
Framing Berita Pembakaran Rumah Ibadah Di Tanjungbalai Pada <i>Harian Kompas</i> Tahun 2016 <i>Agus Triyono, Yitis Fajriyati</i>	61		
Eksistensi Media Cetak di Tengah Persaingan Digital: Studi Kasus Majalah Kuntum yang Mampu Bertahan Sebagai Media Cetak Selama 40 Tahun <i>Ahmad Galang Ma'rufa</i>	83		
Wacana Kebhinekaan dalam Media Kontemporer Suara Muhammadiyah.id <i>Ahsani Taqwim Aminuddin</i>	95		
Akses Teknologi dan Informasi di Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang <i>Didik Hariyanto, Alfiyatul Hidayah</i>	111		
	xix		
		Transisi Transformasi Sejarah Islam Terkini, Peran Media Komunitas dalam Mentransformasikan Budaya Islam di Yogyakarta <i>Fajar Dwi Putra</i>	123
		Persepsi Mahasiswa terhadap Syiar Islam melalui M-Radio UMSU <i>Nurhasanah Nasution, Faizal Hamzah Lubis</i>	131
		Kompetensi Mubalig Muhammadiyah Kota Bandung Berkomunikasi di Media Massa <i>Euis Evi Puspitasari, Ahmad Rifai</i>	143
		Tafsir Tematik Komunikasi Verbal dalam Al Quran (Qaulan Balighan (an-Nisa: 63), Qaulan Layyinann (Thaha: 44) <i>Yan Hendra, Tenerman</i>	161
		Bagian 2. Komunikasi dan Multikulturalisme: Budaya, Tradisi dan Kearifan Lokal	175
		Tantangan Kebhinekaan di Era Media Sosial <i>Fitria Widlyani Roosinda, Muhammad Fadel</i>	177
		Pola Komunikasi Masyarakat Multikultural di Kota Medan Sumatera Utara <i>Tantry Wilyanarti</i>	183
		Media Sosial dan Multikulturalisme <i>Awendsa Urfatunnisa Tasyaul Muizzah</i>	201
		Proses Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa asal Sulawesi Selatan dalam Fase Adaptasi Budaya Menurut <i>U Curve Theory</i> di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta <i>Erwin Rasyid</i>	211
		Problematika Isu Multikultur dan Minoritas dalam Film Indo- nesia (Studi pada Komunitas Film di Yogyakarta) <i>Filosa Gita Sukmono</i>	239
		Mengelola Kearifan Lokal Ponorogo (Pelestarian Seni Reyog Ponorogo Perspektif Idealitas dan Tuntutan Ekonomi) <i>Nurul Iman, Slamet Santosa, Rido Kurnianto, Jusuf Harsono</i>	251
		Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal dalam Pengembangan Kerajinan Gerabah Sitiwinangun, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat <i>Nurul Chamidah, Dedet Erawati, Endah Nurhawaeny</i>	267
			xx

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang All Rights Reserved
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, Agustus 2017
634 hal (xxii+ 612 hlm). : 15,5 x 23,5 cm
ISBN: 978-602-6751-77-5

Kata Pengantar

Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom
(Ketua Umum Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi Muhammadiyah "APIK-PTM")
Drs. H. Sulton, M.Si
(Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Penulis

Agus Triyono, Agus Wiyaka, Ahmad Galang Ma'rufa, Ahmad Rifal, Ahmad Yusron,
Ahsani Taqwim Aminuddin, Alfiyatul Hidayah, Alifah Ardiani,
Awenda Urfatunnisa Tasyaul Muizzah, Ayu Nuangsari, Dedet Erawati, Dian Sinaga,
Dian Suluh Kusuma Dewi, Didik Hariyanto, Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih,
Endah Nurhawaery, Erwin Rasyid, Euls Evi Puspitasari, Faizal Hamzah Lubis,
Fajar Dwi Putra, Filosa Gita Sukmono, Fitri Perdana, Fitria Widyaning Roosinda,
Haryadi Arief NR, Izzatul Laili, Jusuf Harsono, LIsda Ariani Simabur,
Maria Febiana Christanti, Mariana Uifah, Mohd Yusri Ibrahim, Muhammad Fadell,
Muhammad Kamaluddin, Muhammad Thariq, Muria Endah Sokowati, Nahrira,
Niken Lestari, Nunik Harlyani, Nur Sofyan, Nurhasanah Nasution, Nurul Chamidah,
Nurul Iman, Ratu Matahari, Retno Iswati, Rido Kurnianto, Rizki Budhi Sahara,
Rohfin Andria Gestanti, Ropingi el Ishaq, Saïd Romadkan, Santi Isnaini, Santi Susanti,
Slamet Santoso, Sri Budi Lestari, Suciati, Syukri, Tantry Widyanarti,
Taufik Suprihatini, Tenerman, Titis Fajriyati, Tri Hastuti Nur R, Widiya Yutanti,
Winda Nur Ramadhani, Yan Hendra, Zuhdan Aziz.

Editor:

Fajar Junaedi, Ayub Dwi Anggoro

Foto Sampul:

Model foto sampul Elnino Profetika Zarathrustra

Diterbitkan oleh:

Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah
(APIK PTM)

bekerjasama dengan

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo
dan

Buku Litera Yogyakarta

Minggiran MJ II/1378, RT 63/17

Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta

Telp. 0274-388895, 08179407446

Email: bukulitera@gmail.com, bukulitera2@gmail.com

Komunikasi, Religi dan Budaya

Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom

(Ketua Umum Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi Muhammadiyah "APIK-PTM")

Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK-PTM) yang terlahir di akhir tahun 2013 yang saat ini baru berusia empat tahun senantiasa berbenah secara organisatoris. APIK-PTM merupakan wadah bagi program studi ilmu komunikasi di bawah naungan perguruan tinggi Muhammadiyah seluruh Indonesia. Sebagai organisasi di bawah lingkup Muhammadiyah APIK-PTM senantiasa bekerjasama dengan perguruan tinggi dalam rangka menunjang catur dharma perguruan tinggi menuju terwujudnya cita-cita luhur Muhammadiyah dalam membangun peradaban bangsa.

Berbagai aktivitas yang digagas dan dilahirkan setidaknya mampu membantu program studi dibawah naungan PTM untuk dapat bersaing dengan perguruan tinggi negeri (PTN) dan perguruan tinggi swasta (PTS) lainnya di Indonesia. Semangat yang lahir dari insan komunikasi PTM turut mewarnai program studi ilmu komunikasi Mulai dari membangun berbagai kerjasama, perumusan kurikulum, pengelolaan laboratorium, hingga pelaksanaan silaturahmi APIK-PTM di rangkai dengan agenda seminar internasional dan call for paper yang dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo (UMPO).

Ketiga kegiatan yang dilkaskan di UMPO merupakan amanah dari rapat pengurus APIK-PTM dengan tujuan untuk dapat menjadikan program studi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai program studi terdepan di kota yang terkenal dengan REOG Ponorogonya tersebut. Kegiatan ini diharapkan melahirkan silaturahmi yang kuat antar sesama program studi ilmu komunikasi PTM serta melahirkan karya ilmiah yang dapat menambah khasanah komunikasi untuk Indonesia.

Buku yang berjudul "Komunikasi, Religi dan Budaya" dan "Komunikasi Berkemajuan" merupakan karya terbaik APIK-PTM yang lahir dari kegiatan yang dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Buku ini diterbitkan sebagai bentuk apresiasi yang dalam dari APIK-PTM guna menjawab berbagai kondisi yang ada di Indonesia saat ini. Buku yang berisikan ide dan gagasan dari kumpulan para penulis yang lahir dari sebuah penelitian dan karya ilmiah berusaha untuk dapat menjawab berbagai permasalahan yang ada di sekitar lingkungan masyarakat kita.

Kami dari APIK-PTM menyadari bahwa karya sederhana APIK-PTM ini tentunya masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, Kami senantiasa membuka diri untuk menerima pendapat dan saran dari berbagai pihak guna bersama membantu dalam penyempurnaan karya ini, sehingga kedepannya APIK-PTM dapat memperbaiki dan melahirkan karya demi karya yang lebih baik kembali. Kami ucapkan terimakasih yang dalam kepada para pembaca yang telah menyisihkan waktunya untuk membaca buku ini, semoga buku ini dapat menjadi rujukan buat para pembaca sekalian.

Dalam kesempatan ini, ucapan terimakasih yang teramat dalam dari keluarga besar APIK-PTM kepada:

- Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah
- Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo,
- Wakil Rekor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Bupati Kabupaten Ponorogo
- Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Program studi Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah dan 'Aisyiyah dalam jejaring APIK PTM

Yang telah membimbing, mengarahkan dan memfasilitasi terselenggaranya rangkaian kegiatan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo sehingga melahirkan dua buku sebagai karya bersama.

Terimakasih yang tiada terhingga kepada Saudaraku Himmawan (sekretaris umum APIK-PTM), Saudari Dini (Bendahara Umum APIK-PTM), Mas Ayub dan Mbak Eli (ketua dan sekretaris Prodi IKO UMPO), mas Fajar, mas Nurudin, dan mas Filosa atas semangat yang luar biasa sehingga melahirkan buku ini. Terimakasih kepada seluruh pengurus APIK-PTM, seluruh pimpinan program studi dan teristimewa kepada seluruh dosen ilmu komunikasi yang telah berpartisipasi dalam kegiatan *call for paper* yang melahirkan buku terbaik ini.

Untuk yang terakhir, izinkan Kami APIK-PTM mempersembahkan sebuah buku berjudul "**KOMUNIKASI RELIGI DAN BUDAYA**" dan "**KOMUNIKASI BERKEMAJUAN**" untuk Indonesia, Di usia 72 tahun Republik Indonesia, Dirgahayu Indonesia Ku..... Jayalah Bangsaku.....

Medan, 17 Agustus 2017

Nilai-nilai Perguruan Pencak Silat dalam Manajemen Konflik: Sebuah Kajian Sosial di PSHT dan PSHW <i>Retno Iswati, Agus Wiyaka, Ratu Matahari</i>	285	Peran <i>Opinion Leader</i> dalam Penerapan Inovasi Pertanian di Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo <i>Niken Lestari</i>	481
Konflik dan Negosiasi di dalam Perspektif: Arsitektur, Teknologi dan Komunikasi <i>Santi Isnaini</i>	303	Pelanggaran Konten Siaran Televisi Lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta : Studi Kasus Arah Dunia Televisi (ADITV) <i>Mariana Ulfah, Ayu Nuangsari</i>	495
Melestarikan Kearifan Lokal melalui Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Garut, Jawa Barat <i>Santi Susanti, Dian Sinaga, Fitri Perdana</i>	323	Membangun Ketahanan Keluarga dengan Komunikasi Interpersonal <i>Muhammad Thariq, Faizal Hamzah Lubis</i>	507
Kediri Dadi Kali, Blitar Dadi Tatar, Tulungagung Dadi Kedung : Komunikasi Kosmis Masyarakat di Sekitar Gunung Kelud <i>Ropiqi el Ishaq</i>	339	Resistensi Pejuang Perempuan Difabel (Analisis Wacana Sara Mills dalam Tayangan Perempuan Penyandang Difabel di Trans 7, DAATV, dan Metro TV) <i>Rizki Budhi Suhara, Ahmad Yusron, Muhammad Kamaluddin</i>	523
Penyelesaian Konflik Interpersonal Pasangan Pernikahan Dini: Studi Kasus di Kabupaten Bantul Yogyakarta <i>Suciati, Nur Sofyan</i>	357	Changing Teacher-Centred to Student-Centred Learning Communication: Elaboration of the Communication Practice in Educational Setting <i>Rohfin Andrius Gestanti</i>	559
Where Did You Go? Fenomena <i>Ghosting</i> dalam Hubungan Interpersonal melalui CMC <i>Alifah Ardiani</i>	341	<i>Intimate Relationship</i> Sesama Atlet dan Upaya Menghindari konflik dengan Pelatih Untuk Membangun Motivasi Berprestasi <i>Sri Budi Lestari, Winda Nur Ramadhani</i>	567
Hubungan antara Pekerjaan dan Komunikasi dalam Keluarga KW ke Luar Negeri berbasis Manajemen Keluarga di Kabupaten Ponorogo <i>Ekapti Wahjuni Djuwitaringsih, Dian Suluh Kusuma Dewi</i>	373	Bias Gender dalam Berita Kriminal (Analisis Wacana Kritis pada Berita Kriminal Pemerkosaan di www.poskotanews.com) <i>Widiya Yutanti</i>	581
Makna Simbol Interaksi di Media Sosial Eksklusif Gay di Kota Madiun <i>Maria Febiana Christanti, Nunik Hariyani</i>	397	Communication Techniques in Multicultural Communities to Achieve Harmonious Relationships (Study on the Multicultural Society in Tanah Hitam Abepura Jayapura) <i>Izzatul Laili, Nahria, Syukri</i>	595
Memahami Promosi Anti-Homoseksual Majalah <i>Hai</i> <i>Muria Endah Sokowati</i>	413		
Multikulturalisme dalam <i>Fluxus</i> Video Eksperimental di Era <i>The New Media Art</i> <i>Zuhdan Aziz</i>	433		
Memahami Kearifan Lokal Sebagai Representasi Ajaran Sedulur Sikep <i>Taufik Suprihatini</i>	451		
Konflik Horizontal dan Konsep Diri Mahasiswa <i>Lisda Ariani Simabur</i>	465		

Persepsi Mahasiswa terhadap Syiar Islam melalui M-Radio UMSU

Nurhasanah Nasution, Faizal Hamzah Lubis

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

✉ nurhasanahnasution@umsu.ac.id

Pendahuluan

Perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Utara khususnya di Kota Medan sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio yang baru. Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan.

UMSU M Radio dengan frekuensi 91,6 FM merupakan radio komersial milik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. M Radio hadir untuk memberikan informasi pendidikan, sebagai media iklan, menjadi agen perubahan sosial dan juga sebagai alat kontrol sosial. UMSU M Radio dalam menyampaikan informasi terus berusaha mengajak para pendengarnya mengenal program-program acara yang disiarkan sehingga dapat diterima oleh para pendengarnya khususnya mahasiswa UMSU. UMSU M Radio mengutamakan program isi siaran radio yang menarik dengan menggabungkan berbagai unsur audio seperti lagu-lagu, dakwah, talk show, serta informasi seputar kegiatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sangat diharapkan penggabungan acara-acara tersebut dengan kreatifitas produser dan penyiar radio, beberapa unsur tersebut dapat menghasilkan program radio yang berkualitas dan banyak menarik minat pendengar.

Sebagai radio komersial, UMSU M Radio tetap memberikan dakwah islami dan informasi-informasi seputar kegiatan di kampus. Misalnya informasi penerimaan mahasiswa baru, pembayaran uang kuliah, jadwal wisuda mahasiswa, apel Senin pagi dan lain sebagainya yang berhubungan dengan aktifitas di lingkungan kampus UMSU.

Kahadiran M Radio diharapkan dapat membantu mahasiswa memperoleh informasi terutama informasi pendidikan, perkuliahan serta siraman rohani atau dakwah. Lebih dari 25 ribuan mahasiswa yang sedang mengenyam pendidikan di UMSU, tentunya kampus tidak efektif memberikan pengumuman atau informasi perkuliahan terhadap satu persatu mahasiswa. Disinilah diharapkan mahasiswa dapat memanfaatkan dan menerima informasi dari M Radio sehubungan dengan kegiatan kampus. Dalam program harian 91,6 UMSU M-RADIO FM menghadirkan informasi-informasi yang terbaru serta diselingi lagu-lagu fresh terbaru mancanegara yang lagi digemari pecinta radio serta promo dan iklan produk, informasi lowongan kerja, informasi dunia usaha, dan juga menghadirkan lagu-lagu Islami pilihan pendengar melalui media sosial seperti line, wa dan lain sebagainya.

Menurut UU Nomor 32 Tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi darat, di laut di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/ atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Penyiaran radio adalah media komunikasi dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Riswandi, 2009).

Dibandingkan dengan media massa lainnya, radio memiliki karakteristik yang khas yaitu:

- a. Imajinatif, karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan perkataan lain, pendengar radio bersifat imajinatif. Radio bersifat theatre of mind, artinya radio mampu menciptakan gambar dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan suara.

- b. Auditori, karena manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali informasi yang tidak jelas diterimanya
- c. Identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan music.
- d. Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis.

Keunggulan radio sebagai media penyiaran yaitu cepat dan langsung, akrab, hangat, tanpa batas, murah dan fleksibel. Sedangkan kelemahan radio sebagai media penyiaran adalah radio bersifat selintas, yaitu siaran radio cepat hilang dan mudah dilupakan, serta kelemahan radio lainnya adalah beralur linier yaitu program disajikan dan didengar oleh khalayak berdasarkan urutan yang sudah ada (Riswandi, 2009). Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebag media audio, oleh karena itu ketika khalayak menerima pesan dari radio, khalayak pada tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan penyiar.

Tinjauan Pustaka

Persepsi

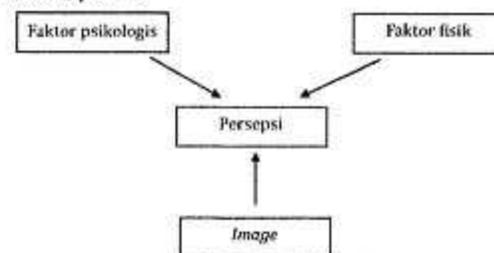
Menurut Mulyana (2000) persepsi adalah inti komunikasi dan penafsiran adalah inti dari persepsi. Sehingga dalam berkomunikasi, persepsi kita haruslah benar agar komunikasi dapat berlangsung efektif. Apabila terjadi kegagalan persepsi, biasanya terjadi karena kesalahan atribusi, prasangkadan budaya. Persepsi adalah merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan . Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli) . Dalam bukunya Mulyana, membagi dua jenis persepsi yaitu, persepsi terhadap objek (lingkungan fisik), dan persepsi terhadap manusia (persepsi sosial) yang terjadi pada diri manusia yaitu :

- a . Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik), mengidentifikasi bahwa persepsi terhadap objek hanya dapat melalui lambang-lambang fisik saja, dan lebih menanggapi terhadap suatu objek hanya melalui sifat-sifat luarnya saja.

- b. Persepsi terhadap manusia (persepsi sosial), adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami dalam lingkungan. Proses persepsi sosial bersifat dinamis karena persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, dan lebih cepat dari persepsi terhadap sebuah objek.

Kotler (2000) menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Devito (1996) mengatakan ada beberapakekeliruan dan kegagalan dalam Persepsi .Persepsi kita sering tidak cermat. Salah satu penyebabnya adalah asumsi atau pengharapan kita.

Menurut Horovitz dalam Juliandi (2007), persepsi dipengaruhi oleh tiga faktor, yakni:



Faktor-Faktor Pembentuk Persepsi

1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis akan membuat perubahan dalam persepsi pendengar atau audience. Perubahan yang dimaksudkan termasuk memori, pengetahuan, kepercayaan, nilai-nilai yang dianggap pendengar penting dan berguna.

2. Faktor Fisik

Faktor ini akan mengubah persepsi pendengar melalui apa yang didengar dan dirasakan. Faktor fisik dapat memperkuat atau malah menghancurkan persepsi pendengar radio terhadap kualitas siaran yang diberikan oleh radio. Misalnya saat pendengar memilih channel radio mana yang akan diputar, ada hal penting yang menjadi faktor penentu pendengar atau audience dalam memilih yakni program-program acara dan kreatifitas pendengarnya.

3. *Image* yang terbentuk

Image yang dimaksud disini adalah *image* konsumen terhadap Radio. Ketika terjadi persaingan antara beberapa radio, konsumen bisa melihat perbedaan melalui *image* radio tersebut. Oleh karena itu perusahaan radio harus mampu menciptakan *image* yang akan membedakannya dari pesaing. Menciptakan *image* yang kuat dan berbeda memerlukan kreativitas dan kerja keras. *Image* yang sudah tercipta harus didukung oleh segala sesuatu yang dilakukan dan dikatakan oleh radio

Radio

Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio, oleh karena itu ketika khalayak menerima pesan dari radio, khalayak pada tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan penyiar.

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan mudah di bawa atau didengarkan di mana-mana. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif, sebab sebagai media yang buta, radio menstimuli begitu banyak suara, dan berusaha memvisualisasi suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Morissan, 2007)

Karakteristik radio sebagai media massa

1. Publisitas, artinya disebarluaskan kepada publik. Siapa saya bisa mendengar radio, tidak ada batasan tentang siapa yang boleh dan tidak boleh mendengar radio
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya banyak.
3. Periodesitas, siaran radio bersifat tetap dan berkala.
4. Kontinuitas, siaran radio berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal mengudara
5. Aktualitas, siaran radio berisikan hal-hal yang terbaru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru (Morissan, 2007).

Yang dimaksud dengan istilah radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian

diterima oleh berbagai pesawat penerima. Dengan demikian yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya saja, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu ataupun diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus. Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan; walaupun ada lambang-lambang non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegraf atau bunyi salah satu alat musik. Keuntungan radio siaran bagi komunikasi ialah sifatnya yang santai dan fleksibel. Orang bisa menikmati acara siaran radio dengan sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil (Sendjaja, S. Djuarsa, 1993). Dengan demikian karena sifatnya yang auditif ini mendorong masyarakat lebih menyukainya sebagai salah satu media massa yang cepat digemari dengan kemudahan penerimaan tanpa memerlukan keahlian khusus.

Radio sebagai salah satu penyebar informasi merupakan industri yang selalu berkembang, yang mampu menciptakan lapangan serta kesempatan kerja lain, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Radio juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya.

Dilain pihak, institusi media dikelola masyarakat, Radio akhirnya terlihat sebagai sarana industri dan berkembang luas menjadi suatu Perseroan Terbatas (PT) dalam fase akhir. Upaya manajemen radio yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat menjadi manusia unggul menjadi pertimbangan akan peningkatan kualitas radio di mata masyarakat.

Dalam melihat permintaan pasar tersebut radio mahasiswa akan mementingkan keberadaan dirinya di antara media radio lainnya, disamping media cetak dan televisi. Dengan kebutuhan operasional yang meningkat dan untuk terus dapat menghidupkannya, radio sebagai media industri yang akan mengandalkan iklan dari produsen yang menjadi partner kerja/profit oriented (McQuail. Denis, 1991).

Persepsi Pendengar Terhadap Radio

Positioning radio dengan format apapun yang dipilih, harus memperhatikan empat buah aspek yaitu: (Alex Anindito, dalam <http://www.digilib.ui.edu>):

- *Quality*, kualitas (*quality*) meliputi keseluruhan komponen yang ditawarkan oleh stasiun radio tersebut. Kualitas jasa dan pelayanan terhadap stake holder stasiun radio harus selalu menjadi pertimbangan utama dari pihak manajemen. Kualitas utama dari stasiun radio adalah program yang ditawarkan kepada para pendengarnya. Selain itu juga berhubungan dengan unsur *people* yaitu pekerja radio itu sendiri dan para pendengar radio yang memberikan persepsi akan jasa yang diberikan stasiun radio tersebut.
- *Originality*, orisinalitas (*originality*) sebuah stasiun radio berhubungan dengan penciptaan dan mutu dan program-program yang dibuat oleh stasiun radio tersebut. Makin banyaknya stasiun radio yang mengudara dengan segmen pendengar yang beraneka ragam membuat stasiun radio mempunyai kesulitan untuk membedakan diri mereka dengan stasiun radio lain yang mempunyai format yang mirip. Stasiun radio perlu membuat suatu program yang dapat mengisi ceruk yang kosong "Niche Programming".
- *Interactivity*, *interactivity* berhubungan dengan komunikasi antara stasiun radio dengan para pendengarnya. Karena radio merupakan media satu arah maka stasiun radio harus mengupayakan para pendengarnya untuk memberikan input maupun saran dengan penciptaan program yang dapat melibatkan para pendengarnya.
- *Availability*, *availability* berhubungan dengan *place*, lokasi pemancar dan daerah cakupan yang dapat diliput oleh sebuah stasiun radio, selain itu lama waktu siaran juga memegang peranan dalam hal ini. Jika saran dan prasarana serta faktor keuangan dapat mendukung maka sebuah stasiun radio seharusnya siaran 24 jam.

Syiar Islam

Kata Islam dalam ku al- Ta'rifat karya al-Jurjani diartikan sebagai kerendahan dan ketundukan terhadap apa yang diikarkan oleh Rasulullah SAW. Syiar adalah menyampaikan dan memperkenalkan segala hal didalam islam. Ada beberapa cara syiar dalam islam yaitu bisa

lewat tausiah, dakwah, seni dan lain sebagainya. Syiar berasal dari kata Syu'ur artinya rasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, syiar artinya kemuliaan atau kebesaran. Syiar bisa diartikan juga menyampaikan informasi kepada orang-orang. Syiar sebagai tanda ibadah, apalagi ibadah haji. Syiar berlaku untuk semua ibadah. Syiar sebagai manifestasi rasa takwa. Allah berfirman:Demikianlah (perintah Allah). Dan barangsiapa mengagungkan syiar-syiar Allah, maka sesungguhnya itu timbul dari ketakwaan hati." (QS al-Hajj (22):32)

Allah berfirman,

ذٰلِكَ وَمَنْ يُعْظِمُ شَعَائِرَ اللّٰهِ فَاِنَّهَا مِنْ تَقْوٰى الْقُلُوْبِ

"Demikianlah (perintah Allah). Dan barangsiapa mengagungkan syiar-syiar Allah, maka sesungguhnya itu timbul dari ketakwaan hati." (QS. Al-Hajj: 32)

Syiar menurut kamus besar bahasa Indonesia artinya kemuliaan atau kebesaran. Syiar islam adalah upaya untuk menyampaikan islam dalam berbagai hal, bisa lewat tausiah, dakwah ataupun kesenian.

Komunikasi Islam

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahas verbal, tetapi juga dalam hal skspresi muka, lukisan, seni dan teknologi (cangara:2000).

Komunikasi Islam dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah Al-ittisal yang berasal dari akar kata wasala yang berarti "sampaikan" seperti yang terdapat dalam Qur'an surat al-Qashas ayat 51. Dalam Qur'an banyak ditemukan perkataan-perkataan lain yang menggambarkan kegiatan komunikasi, seperti perkataan Iqra / bacalah (Q.S.96:1), Balliqu / Sampaikanlah (Q.S.5: 57), Bassir / Khabarkanlah (Q.S. 4: 138), Qull / Katakanlah (Q.S. 40:66).

Sebagai sebuah ilmu, komunikasi Islam tentunya memiliki pedoman hidup bagi kaum muslimin, yaitu Al Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Kedua sumber utama inilah yang memberikan karakteristik komunikasi Islam. Selain Al Qur'an dan Hadits.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang syiar Islam melalui M Radio. Pendekatan ini dipilih agar dapat mengungkapkan secara mendalam tentang bagaimana persepsi mahasiswa terhadap M-Radio dalam penyiaran Islam. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Bogdan dan Taylor (Kaelan: 2012) bahwa metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, catatan-catatan yang berhubungan dengan makna, nilai serta pengertian. Selain itu metode kualitatif senantiasa memiliki sifat holistik, yaitu penafsiran terhadap data dalam hubungannya dengan berbagai aspek yang mungkin ada.

Hasil dan Pembahasan

UMSU memiliki andil yang besar dalam memperkenalkan M-Radio sebagai Radio komersial yang menyiarkan siaran-siaran islami. Namun hendaknya dikemas secara modern, karena sasaran pendengarnya yang paling besar adalah remaja khususnya mahasiswa. Sangat disayangkan sebagai radio komersial sedikit sekali jumlah iklannya. Pemasukan dari iklan tentunya sangat membantu perekonomian di M-Radio. Pembinaan manajemen sangat dibutuhkan. Penyusunan acara yang diminati pendengar juga perlu dibenahi.

Adapun Program siaran UMSU M-RADIO adalah sebagai berikut:

PROGRAM SIARAN UMSU M-RADIO 2018					
JAM	SIARAN	SIARAN	SIARAN	SIARAN	SIARAN
06.00	Syaikh Sa'adah, Umm Sa'adah, Tawakkul & Taqwa (Zay Idhar)				
07.00	Good Morning News !!	Sejarah Islam	INDO *REMIX* ON LINE	DRAMA MUSIKAL	
07.30	LOKER #1			KORAN GURUKA	
08.00	Dunia Usaha			KORAN GURUKA	
08.30		Islamic SmartBy Request	UMSU M-RADIO	KORAN GURUKA	
09.00		Info Sosial		KORAN GURUKA	
09.30	Soulmate By Request !!			KORAN GURUKA	
10.00		Coffee Break By InstrumenTalia		KORAN GURUKA	
10.30				KORAN GURUKA	
11.00	In-Mus (Info & Music)			KORAN GURUKA	
11.30				KORAN GURUKA	
12.00	Music Request On Line	Islamic Req. On Line	WARAS	KORAN GURUKA	
12.30			(Waktunya Req. Arab Telah)	KORAN GURUKA	
13.00	Request Tembang Islami	Global Update	Request Tembang Islami	KORAN GURUKA	
13.30				KORAN GURUKA	
14.00	TOP HIT'Z music	My-Sua Med	Manus Hiy Hanyay	KORAN GURUKA	
14.30				KORAN GURUKA	
15.00	Request Malam	Carhat Remaja	JUMBO On-Line	KORAN GURUKA	
15.30			" U.S.T "	KORAN GURUKA	
16.00				KORAN GURUKA	
16.30				KORAN GURUKA	
17.00				KORAN GURUKA	
17.30				KORAN GURUKA	
18.00				KORAN GURUKA	
18.30				KORAN GURUKA	
19.00				KORAN GURUKA	
19.30				KORAN GURUKA	
20.00				KORAN GURUKA	
20.30				KORAN GURUKA	
21.00				KORAN GURUKA	
21.30				KORAN GURUKA	
22.00				KORAN GURUKA	
22.30				KORAN GURUKA	
23.00				KORAN GURUKA	
23.30				KORAN GURUKA	
24.00				KORAN GURUKA	

Gambar 1. Program Acara M Radio UMSU

Adapun hasil FGD dengan Mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Hampir semua mahasiswa UMSU tidak tahu banyak tentang program-program beruansa islam di M-Radio karena kurangnya promosi.
2. M-Radio sudah memiliki andil besar dalam penyajian acara syiar-syiar islam
3. Manajemennya masih sangat tradisional.
4. M- Radio bagus dijadikan sebagai tempat pelatihan dan pembelajaran.
5. Acara yang menginspirasi yang bagus itu hari Jumat yaitu acara full islami dari shubuh sampai maghrib

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar M-Radio memberikan konsep penyiaran islam yang lebih modern dan terbaru sehingga dapat berfungsi sebagai syiar islam bagi pendengarnya. Memberikan masukan dan beberapa perubahan terhadap program-program acara agar dapat menjadi media informasi yang bernuansa islam.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UMSU sudah mulai meninggalkan radio sebagai media informasi. Mahasiswa UMSU mengetahui bahwa peran yang dilakukan M Radio dalam syiar islam telah berlangsung secara maksimal. Dengan pangsa pasar yang jelas terhadap mahasiswa UMSU yang berjumlah sekitar 24.000 orang, sudah semestinya M Radio mampu eksis dalam penyiaran Islam.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta, Rajawali Pers
- Hefni, Harjani (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta, Prenadamedia
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. (Edisi Kedua). Jakarta, Penerbit Erlangga
- Kasali, Rhenald (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, Denis (1991). *Teori Komunikasi Masa*. Jakarta, PT Erlangga
- Morissan (2005). *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta, Ramdina Perkasa
- Mulyana, Deddy (2009). *Komunikasi Efektif; Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung, PT Rosda Karya
- Pawito (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta, PT LKIS Pelangi Aksara.
- Riswandi (2009). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta, Graha Ilmu
- Sendjaja, S. Djuarsa (1993). *Ekologi Media Analisis dan Aplikasi Teori "Niche" dalam Penelitian Tentang Kompetisi Antar Industri Media*, Jurnal Komunikasi Audientia, No. 2. April-Juni, 1993
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia no. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran