

## Pemanfaatan Radio Kampus sebagai Media Pembelajaran dengan Unsur Islami

Primadi Fajriansyah Nawawi\*, Endri Listiani

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*primadiefen@gmail.com, endri@unisba.ac.id

**Abstract.** The background of this research is because radio is primarily a place to get information and entertainment in a monotonous form. The 24 Stations, which call themselves campus radio, are present in the surrounding community to support lecture processes that require direct applications with the aim of facilitating students at the Unisba Faculty of Communication Sciences. The research objective is to describe the students' use of radio as a learning medium and Islamic elements. To reveal these issues, thoroughly and in depth, researchers use a qualitative research approach. Then the data were analyzed critically with the theory of Encoding and Decoding which is linked to learning Islamic elements so as to obtain a deep meaning of reception analysis. The research method used by the authors in this study is qualitative with a research approach, namely audience reception analysis through open interview techniques, observation, literature studies, and documents relevant to research, this research uses data analysis techniques, data presentation, data reduction, data analysis and data withdrawal. the conclusion of the subject of this study is the audience or listeners of The 24 Station Radio Unisba while for the supporting informant is Ahmad Fadli as laboratory assistant and station manager of The 24 Station Radio Unisba. From the research results, the audience's understanding of radio as a learning medium, as well as the use of Islamic elements in its content and packaging. Audiences receive Islamic elements of learning from the form of learning media provided by The 24 Station. Adjust to the circumstances of each culture, social position and circumstances of each audience.

**Keywords:** *Analysis of Reception, Islamic Elements, The 24 Station, Learning Media, Campus Radio.*

**Abstrak.** Penelitian ini dilatar belakangi, karena radio utamanya merupakan wadah mendapatkan informasi dan hiburan yang bentuknya monoton. The 24 Stations yang menyebutkan diri sebagai radio kampus hadir dalam masyarakat sekitarnya untuk mendukung proses perkuliahan yang membutuhkan aplikasi secara langsung dengan tujuan mempermudah mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba. Tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan mengenai pemanfaatan mahasiswa terhadap radio sebagai media pembelajaran dengan unsur islami. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, secara menyeluruh dan mendalam, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Kemudian data dianalisis secara kritis dengan teori *Encoding* dan *Decoding* yang dikaitkan pada pembelajaran unsur islami sehingga memperoleh makna yang mendalam tentang analisis resepsi. Metode penelitian yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan penelitian yaitu analisis resepsi audiens melalui teknik wawancara terbuka, observasi, studi literatur, dan dokumen yang relevan dengan penelitian, penelitian ini menggunakan teknik analisis data, penyajian data, reduksi data analisis data dan penarikan kesimpulan subjek dari penelitian ini yaitu audiens atau pendengar dari The 24 Station Radio Unisba sedangkan untuk narasumber pendukung ialah Ahmad Fadli selaku laboran sekaligus *station manager* The 24 Station Radio Unisba. Dari hasil penelitian, pemahaman khalayak mengenai radio sebagai media pembelajaran, serta pemanfaatan unsur islami dalam isi dan kemasannya. Audiens menerima pembelajaran unsur islami dari bentuk media pembelajaran yang diberikan oleh The 24 Station. Menyesuaikan dengan keadaan budaya masing-masing, posisi sosial dan keadaan masing-masing audiens.

**Kata Kunci:** *Analisis Resepsi, Unsur Islami, The 24 Station, Media Pembelajaran, Radio Kampus.*

## A. Pendahuluan

Radio komunitas kampus merupakan stasiun radio yang dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan, dan didirikan oleh komunitas. Radio komunitas ikut mengambil bagian dalam penyebaran informasi yang dibutuhkan oleh komunitas sendiri, maupun program yang diberikan pemerintah. Peran radio sebagai perkembangan media pembelajaran antara lain radio komunitas ini, berarti memilikihak dan bagian dalam perkembangan pendidikan sebagai media penyiaran belajar-mengajar. The 24 Stations yang menyebutkan diri sebagai radio kampus hadir dalam masyarakat sekitarnya untuk mendukung proses perkuliahan yang membutuhkan aplikasi secara langsung dengan tujuan mempermudah mahasiswa di fakultas ilmu komunikasi Unisba. The 24 Stations digunakan oleh mahasiswa dan dosendi Unisba sebagai media pembelajaran dengan mata kuliah yang menyangkut atau berhubungan dengan radio. Dengan melakukan pembelajaran melalui praktik, dapat mempermudah mahasiswa untuk mengerti dengan pesan yang disampaikan. Karena setiap individu bertatap secara langsung dengan komunikannya dalam menyampaikan pesan. Hal ini mempermudah individu dalam mendapatkan pembelajaran, karena secara langsung juga menggunakan alat dan perlengkapan yang berada di tempat.

Dalam cakupan yang lebih besar saat ini radio sudah mulai meninggalkan etika dan etiket yang seharusnya menjadi panduan dalam penyiaran. Dalam P3 dan SPS, kode etik yang perlu diperhatikan media penyiaran salah satunya adalah etos kerja suatu profesi tertentu harus diperhatikan sebagaimana tercermin dalam isi siaran, agar tidak merugikan masyarakat atau menimbulkan akibat negatif. Maka perlu adanya perhatian lebih terhadap penyampaian pesan, bilamana terjadi kekeliruan atau pelanggaran bisa berdampak pada media itu sendiri maupun masyarakat luas. Indonesia mayoritas beragama Islam, hendaknya sangat diperlukan perhatian terhadap aturan yang berlaku pada media penyiaran selain itu juga unsur islami perlu diterapkan tidak harus dalam bentuk sebuah program/konten cukup dengan unsur-unsur yang terkait dalam penyiaran.

Meneliti radio komunitas menjadi hal yang menarik, terutama radio komunitas berbasis kampus karena kepentingan penyampaian pesan radio kampus lebih mengacu pada pemenuhan aspirasi publik mahasiswa bukan untuk kepentingan komersial. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode studi analisis resepsi dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk memahami bagaimana audiens menerima sebuah pesan dari komunikasi menurut pada sosial dan budaya masing-masing audiens. Oleh karena itu, penulis bermaksud mengumpulkan data dan mengobservasi bagaimana produk pembelajaran radio kampus memiliki unsur islami di dalamnya. The 24 Stations Unisba menjadi penelitian penulis untuk diteliti unsur islami yang terkandung dalam radio sebagai media pembelajaran.

Pada tingkatan radio komunitas, pendengar dalam radio komunitas berebeda atas tujuan untuk mendengar mencari informasi dan sebagai media belajar. Riset terhadap pendengar perlu dilakukan demi mengetahui persepsi yang terjadi dan kebutuhan apa yang nyatanya pendengar butuhkan. Pendengar yang dimaksud oleh penulis pada penelitian ini adalah mahasiswa Unisba yang menggunakan radio sebagai media pembelajaran dalam mata kuliah yang membutuhkan adanya praktik dengan radio. Mahasiswa memandang luas terhadap radio kampus sebagai penyebaran informasi dan juga hiburan,, padahal terbentuknya radio sendiri sebagai pemenuh kebutuhan pembelajaran dalam dunia penyiaran. Menurut Koyo, radio sebagai media pembelajaran memang memiliki kelemahan karena komunikasi yang bisa digunakan hanya berlaku secara satu arah, tetapi kelebihan dari radio sendiri, yaitu: (1) harga yang realtif murah dibanding media televisi, (2) sifatnya *mobile*, yakni radio dapat dipindahkan dari satu tempat ke tempat lainnya secara praktis, (3) radio dapat mengatasi permasalahan jadwal, program yang telah didengarkan dapat diputar kembali setiap saat, (4) radio digunakan sebagai pembembang kreatifitas dan imajinasi, (5) dapat merangsang partisipasi aktif dari para penikmat radio, (6) radio bisa menjadi pusat perhatian terhadap kata apa yang digunakan, pada suara, dan artinya, (7) radio dapat menyampaikan hal- hal tertentu secara lebih mudah dibandingkan dengan pengajar, (8) radio dapat mengatasi komponen apa saja, dengan jangkauan yang luas (dalam Sukiman, 2012:169).

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi. Yang dimana pada pendekatan ini memberi kesempatan bagi audiens untuk berpikir lebih kritis terhadap suatu

informasi yang disampaikan dalam suatu penyampaian informasi. Karena dalam penelitian resepsi terdapat 3 bagian yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Penerimaan pesan audiens tentang unsur islami terhadap media pembelajaran radio akan berbeda satu sama lain, sehingga akan adanya kemungkinan muncul makna baru dari bahasan tersebut. Maka dari itu, pada paragraf sebelumnya yang sudah dibahas yaitu, berusaha untuk memahami penerimaan audiens tentang unsur islami terhadap radio The 24 Stations sebagai media pembelajaran. Dengan terbentuknya radio komunitas seperti The 24 Stations Radio Unisba, dapat dijadikan sebagai evaluasi dan pengembangan terhadap fikom unisba dan juga radio itu sendiri. Selain itu dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dan peninjauan terhadap pembentukan radio komunitas kampus lainnya.

## **B. Metodologi Penelitian**

### **Komunikasi**

Komunikasi merupakan interaksi antara 2 orang atau lebih dalam menyampaikan suatu pesan, pesan yang diterima memberikan feedback atau tidak. Menurut Hovland, proses komunikasi bisa mengubah perilaku seseorang, dimana sebuah komunikasi bisa menjadi sebuah alat yang sangat kuat hingga bisa mengubah perilaku setiap individu. Komunikasi memiliki peranan yang penting untuk mengubah perilaku individu dengan individu lainnya (dalam Novianti, Evi. 2021:53). Berdasarkan pada definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi yang terjadi dapat mengubah perilaku individu terhadap individu lainnya, komunikasi merupakan peranan penting dalam kehidupan kita.

Menurut Maer, Komunikasi adalah suatu proses sosial. Komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi. Artinya, komunikasi selalu melibatkan dua orang yang sedang berinteraksi dengan berbagai niat, motivasi, dan kemampuan. Komunikasi sebagai proses, ialah bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki akhir (West & Turner, 2008:6).

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi ini dilakukan kepada lebih 1 orang biasanya melalui sebuah media yang nantinya disebarluaskan. Komunikasi massa ialah pesan yang dikomunikasikan kepada orang banyak/masyarakat melalui media, baik cetak maupun elektronik (Suherman, 2020:13). Media massa merupakan alat yang digunakan dalam melakukan komunikasi massa. Media massa berasal dari media komunikasi massa atau media of mass communication. John R. Bitter mengatakan bahwa dalam proses komunikasi massa disamping melibatkan unsur-unsur komunikasi sebagaimana umumnya, ia membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Media massa itu tidak berdiri sendiri. Didalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi sebelum informasi itu sampai kepada audience-nya (dalam Nurudin, 2014:6-7).

### **Tiga Konseptualisasi Komunikasi**

Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga K. Sereno dan Edwerd M. Bodaen dalam (Mulyana, 2014:67) ada tiga kerangka pemahaman konsep komunikasi, yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah : Komunikasi mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (sebuah lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang), baik secara langsung (bertemu) ataupun melalui media seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi. Michael Burgoon berpendapat bahwa pemahaman komunikasi sebagai proses searah ini disebut, source-oriented definition (definisi berorientasi-sumber). Definisi disini mengisyaratkan bahwa komunikasi sebagai kegiatan yang disengaja untuk menyampaikan rangsangan dan untuk membangung respon terhadap lawan bicara.
2. Komunikasi sebagai interaksi : Salah satu unsur yang bisa ditambahkan dalam konsep kedua ini adalah umpan balik (feed back). Komunikasi sebagai interaksi menyertakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau reaksi, yang arahnya saling bergantian. Jika seseorang menyampaikan pesan, baik verbal ataupun non verbal, kemudian seseorang

berekasi terhadap pesan yang disampaikan, kemudian orang pertamabereaks lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu alur seterusnya.

3. Komunikasi sebagai transaksi : Dalam konteks ini komunikasi bersifat personal atau pribadi terhadap pemahaman makna nya. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku pihak lain, baik perilaku verbal ataupun non verbal.

### **Radio**

Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar (Masduki,2004:15).

Radio menciptakan imajinasi theatre of mind dan mudah akrab dengan audiens. Karakteristik radio siaran, antara lain: auditori (untuk didengar), isi siaran sepintas lalu dan tidak bisa diulang, identik dengan musik, mengandung gangguan timbul-tenggelam fading dan teknis, akrab dan hangat, suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Sifat radio antara lain: heterogen, pribadi, aktif, berpikir, interpretasi, menilai dan selektif dalam memilih gelombang siaran sesuai selera (Romli, 2008:108).

Menjelaskan pengertian radio, adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik) (Rahanatha, 2008:42). Istilah radio bukan hanya bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Bila pengertian radio dipisahkan menjadi satu persatu maka, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio, dan pesawat penerima.

Asep Syamsul M. Romli dalam Broadcast Journalism menerangkan mengenai radio siaran, bahwa: “Radio, tepatnya radio siaran (broadcasting radio) merupakan salah satu jenis media massa (mass media), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (channel of mass communication), seperti halnya surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telingba atau pendengaran.” (Romli, 2004:19).

Dengan demikian karena sifatnya yang auditif, mendorong masyarakat lebih menyukai sebagai salah satu media massa yang cepat digemari dengan kemudahan dalam penerimaan pesan tanpa perlu keahlian khusus.

Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar (Masduki,2004:15). Penyiar radio menciptakan sebuah suasana hanya dengan memainkan suara dan kata-kata selama siaran berlangsung. Pendengar bisa merasakan suasana seperti apa yang penyiar radio jelaskan.

Radio menciptakan imajinasi theatre of mind dan mudah akrab dengan audiens. Karakteristik radio siaran, antara lain: auditori (untuk didengar), isi siaran sepintas lalu dan tidak bisa diulang, identik dengan musik, mengandung gangguan timbul-tenggelam fading dan teknis, akrab dan hangat, suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Sifat radio antara lain: heterogen, pribadi, aktif, berpikir, interpretasi, menilai dan selektif dalam memilih gelombang siaran sesuai selera (Romli, 2008:108).

Pendengar biasanya memilih suara yang menurut mereka audible untuk didengarkan. Tidak semua gelombang radio cocok dengan telinga pendengar, pemilihan dan pemutaran lagu pada setiap gelombang radio berbeda-beda. Begitupun dengan program pada siarannya pun ikut berbeda merujuk pada segmentasi gelombang radio itu sendiri.

### **Pembelajaran Islam**

Manusia merupakan makhluk Allah yang paling istimewa. Penciptaan manusia sebagai makhluk yang tertinggi sesuai dengan maksud dan tujuan terciptanya manusia untuk menjadi khalifah. Secara harfiah, khalifah berarti pengganti dan penerus dan wakil (Darwis, 2006:115). Jadi, manusia adalah wakil atau pengganti di bumi dengan tugas menjalankan mandat yang diberikan

Allah kepadanya, membangun dunia dengan sebaik-baiknya.

Untuk menjalankan tugasnya itu, manusia harus berbekal ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan mempunyai kedudukan tinggi dalam pandangan Islam diantaranya adalah:

1. Ilmu pengetahuan adalah alat untuk mencari kebenaran.
2. Ilmu pengetahuan sebagai prasyarat amal saleh.
3. Ilmu pengetahuan adalah alat untuk mengelola sumber- sumber alam guna mencapai ridha Allah SWT.
4. Ilmu pengetahuan sebagai alat pengembangan daya pikir.
5. Ilmu pengetahuan sebagai hasil pengembangan daya pikir.  
(Muhaimin dan Mujib,1993:82).

Definisi tentang menuntut ilmu atau belajar banyak dipaparkan oleh pakar pendidikan sebagai berikut:

1. Syekh Abdul Azizi dan ‘Abdul Majid dalam kitab At- Tarbiyatul wa Thuruqut Tadris mendefinisikan belajar sebagai berikut:
2. Belajar adalah merupakan perubahan tingkah laku pada diri (jiwa) si pelajar berdasarkan pengalaman yang sudah dimiliki menuju perubahan baru (Aziz dan Majid, 169)
3. Qardhawi, mengatakan bahwa “belajar adalah suatu upaya untuk mengikis habis kebodohan dan membuka cakrawala alam semesta serta mendekatkan diri pada Tuhan (Al-Qardhawi, 1989:235).

Djamaluddin Darwis dalam bukunya “Dinamika Pendidikan Islam” menyebutkan bahwa “belajar mencari ilmu itu suatu kewajiban dan sekaligus sebagai kebutuhan umat manusia. Manusia akan lebih mudah dan terarah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya jika lebih terdidik. Belajar harus dimaknai sebagai suatu proses perubahan untuk mencapai kehidupan yang lebih maju dan lebih mensejahterakan lahir dan batin.”

Penerapan media pembelajaran yang tertuang dalam surah An-Nahl ayat 125, yaitu:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (An-Nahl: 125).

Penafsiran terhadap surat An-Nahl ini tertuang dalam Tafsir Al-quran Hidayatul Insan yang menyebutkan:

1. Jalan Tuhanmu; Yang lurus; di dalamnya mengandung ilmu yang bermanfaat.
2. Hikmah; memposisikan sesuatu pada tempatnya. Contohnya hikmah adalah berdakwah dengan ilmu, yang berarti berdakwah dengan mendahulukan dulu yang lebih penting, berdakwah memerhatikan keadaan mad’u (orang yang didakwahi), dan berdakwah dengan kata-kata yang mudah dipahami.
3. Pelajaran yang baik; Yakni nasehat yang baik dan perkataan yang menyentuh. Termasuk pula memerintah dan melarang dengan tarhib (dorongan) dan tarhib (menakuti- nakuti).
4. Bantahlah mereka dengan cara yang baik; Jika orang yang didakwahi menyangka bahwa yang dipegangnya adalah kebenaran atau sebagai penyeru kepada kebathilan, maka dibantah dengan baik.

### Analisis Resepsi

Audiens dalam analisis resepsi bukan hanya menjadi konsumen dari isi media itu sendiri, tetapi juga sebagai producer of meaning yang selalu aktif dalam menciptakan makna. Pemaknaan dan penginterpretasian media oleh audiens menyesuaikan dengan kondisi sosial-budaya dari masing-masing para individu dan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi para audiens. Penerimaan pesan/komunikasi/pemirsa berfokus pada analisis resepsi terhadap pesan seperti apa yang komunikasi ingin terima, dengan bentuk penerimaan tersebut tentu setiap individu akan menyaring pesan tersebut dengan pemikiran yang berbeda- beda.

Menurut Hall (dalam Danesi, 2013:224), Tingkat pemahaman dan kesalahpahaman dapat terjadi ketika proses pertukaran informasi. Dalam pemberlakuan encoding dan decoding bisa terjadi perbedaan karena tidak selamanya proses penyampaian dan penerimaan pesan selaras. Pesan- pesan yang ada pada media massa merupakan gabungan dari beberapa tanda yang kompleks. Teks media biasanya mengarahkan pemaknaan khalayaknya kearah yang diinginkan. Khalayak mungkin melakukan pembacaan alternatif yang berbeda dengan pemaknaan yang diberikan oleh media. Perbedaan pada pemaknaan tersebut muncul karena perbedaan posisi sosial dan tau pengalaman budaya masing-masing pembaca dan produsen media .

Proses decoding dapat menimbulkan banyak makna di kalangan khalayak, hal ini berdsasarkan pemahaman, pengetahuan, pemikiran, serta kepribadian dan minat dari masing-masing khalayak tergantung pada koden pesan seperti apa yang disampaikan. Maka tidak menutup kemungkinan adanya makna yang tidak sama, karena khalayak merupakan heterogen. Dengan decoding (penerimaan pesan) akan muncul posisi hipotekal yang ada tiga bagian yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi (Storey, 2008:14). Berikut merupakan pengertian dari 3 posisi bagian hipotekal:

1. Posisi dominan – hegemonik; posisi ini terjadi ketika khalayak yang memaknai pesan sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh suatu media. Khalayak akan memaknainya secara keseluruhan dan apa adanya tanpa memperlihatkan suatu penolakan terhadap pesan tersebut.
2. Posisi negosiasi; posisi ini terjadi ketika khalayak menyepakati sebuah pesan yang disampaikan oleh media, namun mereka memaknai dengan menyampaikan opini yang berbeda dengan apa yang disampaikan oleh media tersebut. Sehingga, khalayak tidak sepenuhnya sepakat dengan pesan apa yang disampaikan oleh media tersebut.
3. Posisi oposisi; posisi ini terjadi ketika khalayak secara keseluruhan menolak apa yang disampaikan oleh suatu media, sehingga timbul opini yang menunjukkan bahwa khalayak menolah secara keseluruhan terhadap apa yang disampaikan oleh Stuart Hall (dalam Storey, 2008:14).

Audiens yang menerima pesan pada setiap media yang menyampaikan informasi memiliki posisi hipotekal berbeda. Setiap posisi hipotekal memiliki peran dan definisi tersendiri terhadap pesan yang diterima oleh audiens.

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

#### **Unsur Islami Diterima oleh pendengar The 24 Station Radio Unisba**

Berdasarkan pembahasan sebelumnya pada bab dua peneliti telah memaparkan bahwasannya manusia perlu memposisikan sesuatu pada tempatnya. Sesuai dengan menuntut ilmu dalam islam menurut Djamaluddin Darwis dalam bukunya “Dinamika Pendidikan Islam” menyebutkan bahwa belajar mencari ilmu itu suatu kewajiban dan sekaligus sebagai kebutuhan manusia. Manusia akan leih mudah terarah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya jika lebih terdidik. Belajar harus dimaknai sebagai suatu proses perubahan untuk mencapai kehidupan yang lebih maju dan lebih mensejahterakan lahir dan batin (Darwis, 2006:111). Dalam menuntut ilmu, tidak lupa setiap manusia perlu memperhatikan unsur islami apa yang bisa digunakan dalam pedoman pembelajaran dalam islam.

Unsur islami memiliki berbagai bentuk dalam hal pembelajaran ataupun menuntut ilmu. Pada tafsir Al-Quran Hidayatul Insan menyebutkan bahwa Jalan Tuhanmu, Hikmah, Pelajaran yang baik, dan Bantahlah mereka dengan cara yang baik. Jika dikaitkan dengan pembelajaran, The 24 Station sudah mencapai unsur islami menurut pada tafsir Al- Quran yaitu Jalan TuhanMu, yang dimana audiens menuntut ilm bermanfaat melalui 2 mata kuliah yang ada yaitu Periklanan dan PMK Radio. Audiens merasakan dampak yang dihasilkan pada unsur ini, di mana setiap mengawali siaran wajib menggunakan salam ketika mengawali dan mengakhiri pun dengan salam.

Selain itu unsur islami lainnya seperti Hikmah, Pelajaran yang baik dan Bantah mereka dengan cara yang baik pun juga tersampaikan kepada audiens The 24 Station. Seperti salah satu contoh pembelajaran islam yang memberikan audiens untuk membuat program siaran sendiri

dengan masing-masing kelompok yang telah dibuat. Peneliti menganggap bentuk unsur islami yang diterima oleh audiens telah sesuai karena memperhatikan keadaan mad'u (orang yang didakwahi), berdakwah dengan memperhatikan mana yang lebih penting, dan dengan kata-kata yang mudah dipahami. Apa yang dibutuhkan audiens dalam pembelajaran tersampaikan secara general maupun inti dari pembelajaran yang telah diberikan oleh The 24 Station terhadap mahasiswa.

### **Posisi Audiens dalam Mengonsumsi Radio The 24 Station Unisba.**

Audiens menerima pesan melalui radio dengan cara yang sangat mudah, tidak memerlukan adanya keahlian khusus dalam mendengarkan radio. Media massa ini mengutamakan sisi musikalitas dalam programnya, semakin berkembangnya zaman sisi lainnya pun bisa diangkat dalam radio. Sisi informasi dan program acara lainnya dalam radio menjadi ujung tombak dalam mengikuti perkembangan zaman agar tidak monoton. Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam *Broadcast Journalism* menerangkan mengenai siaran radio adalah merupakan salah satu jenis media massa (mass media) yakni sarana atau saluran komunikasi massa (channel of mass communication) seperti halnya, surat kabar, majalah, atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran (Romli, 2004:19).

Dengan begitu audiens yang menerima pesan dengan mendengarkan radio perlu menggunakan *theatre of mind* dalam mengartikan pesan apa yang sedang disampaikan penyiar kepada pendengar radio. Dalam menyampaikan pesan, audiens tidak hanya menjadi pendengar saja. Tetapi, memperhatikan bagaimana penerimaan suatu pesan terhadap audiens. Menurut Hall, Tingkat pemahaman dan kesalahpahaman dapat terjadi ketika proses pertukaran informasidalam pemberlakuan encoding atau decoding bisa terjadi perbedaan karena tidak selamanya proses penyampaian dan penerimaan pesan selaran. Perbedaan padapemaknaan tersebut muncul akrena perbedaan posisi sosial dan atau pengalaman budaya masing-masing pembaca dan produsen media (dalam Danesi, 2013:224). Kepribadian dan masing-masing minat audiens merupakan sebuah kunci terhadap pesan apa yang disampaikan oleh media, maka memungkinkan adanya makna yang tidak sama karena khalayak merupakan heterogen.

### **Posisi Dominan**

Pada posisi ini khalayak menerima secara keseluruhan apa yang disampaikan oleh media. Menurut Hall, posisi ini terjadi ketika khalayak yang memaknai pesan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh suatu media. Khalayak akan memaknainya secara keseluruhan dan apa adanya tanpa memperlihatkan suatu penolakan terhadap pesan tersebut (dalam Storey, 2008:14). hal ini dilatar belakangi oleh pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh audiens dan apa yang disampaikan oleh media terkait, dalam kasus ini adalah radio The 24 Station dalam media pembelajaran unsur islami.

Dua audiens sepakat terhadap isi pesan yang disampaikan secara keseluruhan tanpa adanya sanggahan bahwa The 24 Station sebagai media pembelajaran dalam unsur islami sudah sesuai dengan semestinya radio kampus dalam naungan lembaga pendidikan islam. Sesuai dengan kutipan wawancara peneliti dengan audiens sebagai narasumber kedua dalam penelitian ini yaitu :

“banyak hikmah yang bisa kita ambil juga, selain juga kan manfaat dari praktek lab radio nya kang.. selebihnya mungkin manfaat belajar dan amteri apa aja yang bisa kita pake anntinya...” (Insun, 2022).

Pada hasil wawancara ini narasumber keempat menerima seluruh isi pesan yang disampaikan oleh media tanpa adanya sanggahan terhadap media yang digunakan. Begitu pun dengan narasumber ketiga, peneliti setuju dengan hasil wawancara narasumber ketiga yang menyebutkan bahwa “setiap praktek atau ujian siaran pasti diawali pake salam..” (Jasmine, 2022). Ini merupakan unsur islami yang digunakan The 24 Station terhadap penggunaan salam pada setiap ujian ataupun praktek siaran. Dengan adanya salam menandakan bahwa segala sesuatu perlu diawali dengan yang baik yaitu dengan salam.

Pada posisi ini narasumber ketiga dan keempat setuju dengan adanya pembelajaran unsur islami dalam media The 24 Station, tidak ada usulan atau bantahan terhadap unsur islami

yang selama ini digunakan oleh The 24 Station.

### **Posisi Negosiasi**

Pada posisi ini narasumber kedua menyatakan menerima pesan yang diterima dari media yang digunakan yaitu The 24 Station. Tetapi, juga memberikan pendapat menurut pada kepribadiannya. Dalam wawancara dengan peneliti, yaitu “Jangan terlalu banyak juga sih ya buat unsur islaminya, soalnya kan ada aja mahasiswa mah gitu soal unsur islami di radio nya” (Rizki, 2022). Unsur islami yang terkandung pada pembelajaran ataupun informasi penyampaian pesan pada The 24 Station, tidak berlebihan dengan unsur islami yang diberikan oleh The 24 Station.

Jika mengingat bahwa The 24 Station di naungi oleh lembaga pendidikan islam swasta, perlu mengikuti dan sejalan dengan visi misi dari Unisba. Narasumber kedua sepekat dengan penerimaan pesan, tetapi memiliki pandangan berbeda dengan sanggahan terhadap penerimaan pesan menurut kepribadian narasumber kedua. Peneliti berpendapat bahwa narasumber kedua memiliki tanggapan berbeda mengenai unsur islami dalam pembelajaran The 24 Station. Narasumber kedua sesuai menempati posisi negosiasi karena memiliki pandangan ataupun tanggapan lain terhadap pesan yang diterima.

### **Posisi Oposisi**

Posisi oposisi merupakan posisi terakhir yang dimana audiens sepenuhnya menolak dan tidak menerima keseluruhan isi pesan yang disampaikan oleh media. Menurut Hall, Posisi ini terjadi ketika khalayak secara keseluruhan menolak apa yang disampaikan oleh suatu media, sehingga timbul opini yang menunjukkan bahwa khalayak menolak secara keseluruhan terhadap apa yang disampaikan (dalam Storey, 2008:14). Pada posisi ini narasumber dalam penelitian ini digambarkan mengerti dan memahami isi pesan yang media terkait coba sampaikan, hanya saja narasumber tersebut menolak segala pesan yang coba media tersebut sampaikan karena memiliki sudut pandang yang berbeda bahkan kritis dan memilih untuk mengartikannya sendiri.

Penolakan mereka didasari oleh pendapat dan keputusan mereka sendiri terhadap isi pesan yang disampaikan media tersebut. Narasumber yang peneliti wawancara mengenai The 24 Station sebagai media pembelajaran dalam unsur islami pada posisi oposisi ini memiliki tujuan yang menjabarkan makna yang diterimanya. Pada umumnya, narasumber pada posisi ini menolak secara penuh seluruh pesan yang ada pada The 24 Station dalam media pembelajaran unsur islami. Hal ini pun terjadi karena adanya faktor-faktor pendukung yang sama dengan posisi negosiasi yaitu, latar belakang dan pengalaman juga lingkungan sekitar yang berbeda-beda.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap tiga narasumber, tidak ada narasumber yang menduduki posisi ini. Sejatinya, posisi ini akan ditempatkan oleh narasumber yang merasa tidak setuju sama sekali dengan segala pesan yang disampaikan media tersebut. Hal itu dapat terjadi karena adanya faktor-faktor pendukung dengan apa yang peneliti sudah paparkan diatas. adanya faktor-faktor pendukung yang sebelumnya sudah peneliti paparkan diatas.

### **Khalayak Menilai Produk The 24 Station Unisba Berdasarkan Isi dan Kemasannya.**

Pada temuan penelitian, peneliti telah mewawancarai tiga narasumber yang merupakan audiens yang telah dipilih oleh peneliti dan dibahas pada bab-bab sebelumnya. Pemanfaatan teori reception analysis sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak semata pasif namun dilihat sebagai agen kultural (cultural agent) yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang diusung media lalu bisa bersifat terbuka atau polysemic dan bahkan bisa ditanggapi secara opsif oleh khalayak (John Fiske, 2010:35). 3 narasumber yang telah di wawancarai peneliti, mengaku menilai produk terhadap pada isi pesan promosi melalui media sosial yaitu Instagram. Selain itu, menurut pada isinya produk yang dihasilkan The 24 Station terhadap mahasiswa sudah mencukupi kebutuhan pembelajaran mahasiswa. Dengan begitu audiens The 24 Station menerima apa yang diberikan oleh The 24 Station itu sendiri,



tidak ada yang memberikan tanggapan menolak atau opositif.

#### D. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan wawancara terhadap The 24 Station Unisba juga melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini yang sudah peneliti paparkan pada bab-bab sebelumnya. Maka berikut adalah kesimpulan yang dapat peneliti buat:

1. Menjawab pertanyaan penerimaan unsur islami pada pendengar The 24 Station. Melalui wawancara dengan 5 narasumber juga 1 narasumber tambahan, pendengar The 24 Station menerima adanya kaitan unsur islami di dalam radio sebagai media pembelajaran. Mengingat The 24 Station berada di lingkungan pendidikan islam, yang secara tidak langsung harus mengaitkan unsur islami di dalamnya. Data ini diperkuat dengan pengamatan dan wawancara terhadap audiens The 24 Station dan juga Station Manager The 24 Station sekaligus menjabat sebagai laboran lab radio untuk mencari kutipan dalam wawancara yang memberikan penjelasan terhadap unsur islami pada The 24 Station sebagai media pembelajaran.
2. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti kelompokkan setelahnya kedalam posisi audiens, menghasilkan data tiga diantara lima narasumber berada pada posisi dominan. Dimana Insun, Jasmine, dan Putri sepenuhnya setuju pada pesan yang disampaikan tanpa adanya penolakan sama sekali. Lalu untuk Rizky dan Erlangga berada pada posisi negosiasi. Posisi dimana ia setuju dengan yang disampaikan, hanya saja ada sanggahan terhadap salah satu poin yang ada yaitu pada poin 'konten dan produk siaran unsur islami yang berlebihan'. Sedangkan untuk posisi oposisi, dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan menyatakan tidak ada narasumber yang berada pada posisi.

#### Acknowledge

*Alhamdulillah* rabil 'alamin, peneliti mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas berkah, kesempatan, kesehatan, dan rahmat untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini. Artikel ilmiah ini berjudul Pemanfaatan Radio Kampus Sebagai Media Pembelajaran Dengan Unsur Islami (Studi Resepsi Audiens Unsur Islami Pada The 24 Station Radio Unisba) diajukan sebagai persyaratan akhir dalam menyelesaikan gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung.

Peneliti menyampaikan apresiasi tulusnya kepada dosen pembimbing, Dr. Endri Listiani, S.Ip., M.Si. atas ilmu, saran, dan bimbingannya untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini serta memberi saya pengalaman berharga selama menyelesaikan artikel ilmiah ini, juga kepada Alex Sobur, Drs., M.Si. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung dan Prof. Dr. Atie Rachmiatie, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, saya ucapkan terima kasih sebesar – besarnya.

#### Daftar Pustaka

- [1] Danesi, M. (2013). *Encyclopedia of Media and Communication*. London: University of Toronto.
- [2] Darwis, D. (2006). *Dinamika Pendidikan Islam*. Semarang: Rasail.
- [3] Effendy, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Fanani, B. (2013). *Buku Pintar Menjadi MC, Penyiar Radio & Televisi*. Salatiga: Araska.
- [5] Fiske, J. (2011). *Understanding Popular Culture*. Madison: Routledge.
- [6] Ijazzati, P. I. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Maer, M. N. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3 Analisis dan Aplikasi Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [8] Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LKIS.
- [9] Mujib, M. A. (1993). *Pemikiran Pendidikan Islam Kajian Filosofis dan Kerangka Dasar Operasionalnya*. Bandung: PT Trigenda Karya.

- [10] Novianti, E. (2019). *Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: ANDI.
- [11] Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [12] Romli, A. S. (2008). *Kamus Jurnalis: Daftar Istilah Penting Jurnalistik Cetak, Radio, dan Televisi*. Bengkulu: Simbiosis Rekatama Media.
- [13] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- [15] Sukiman. (2012). *Pengembangan Media Pembelajaran*. Yogyakarta: PEDAGOGIA.
- [16] Y. A.-Q. (1989). *Metode dan Etika Pengembangan Ilmu Perspektif Sunnah*. Bandung: Rosda.
- [17] Yunus, H. S. (2010). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [18] Fahlevi, Andre Tadya, Maryani, Anne (2022). Hubungan Kompetensi Komunikasi Interpersonal dengan *Self-Efficacy* Mahasiswa Fikom Unisba 2017. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 2(1). 1-6.