

**“DAKWAH BERBASIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
3M DIMASA PANDEMI COVID-19” (STUDI KASUS DI
RADIO KOMUNITAS PPK FM SRAGI TAUN 2020)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

LULUK AZIZAH

NIM. 3417036

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**“DAKWAH BERBASIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
3M DIMASA PANDEMI COVID-19” (STUDI KASUS DI
RADIO KOMUNITAS PPK FM SRAGI TAHUN 2020)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

LULUK AZIZAH
NIM. 3417036

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Luluk Azizah

NIM : 3417036

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“DAKWAH BERBASIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT 3M DIMASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS DI RADIO PPK FM SRAGI TAHUN 2020)”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Pekalongan.

Pekalongan, 20 Oktober 2021

Penulis,



LULUK AZIZAH

NIM. 3417036

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Hidayatullah, M. Sos.

Perum Griha Asa Cendekia No. 2, Wangandowo, Kec. Bojong, Pekalongan,
Jawa Tengah

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Luluk Azizah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : LULUK AZIZAH

NIM : 3417036

Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Judul : **“DAKWAH BERBASIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
3M DIMASA PANDEMI COVID-19” (STUDI KASUS DI
RADIO KOMUNITAS PPK FM SRAGI TAHUN 2020).**

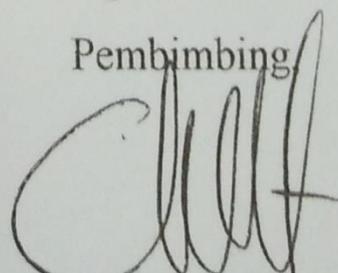
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi perhatian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 5 Oktober 2021

Pembimbing



Ahmad Hidayatullah, M.Sos.

NIP. 1990031020190032010



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **LULUK AZIZAH**

NIM : **3417036**

Judul Skripsi : **DAKWAH BERBASIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT 3M DIMASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS DI RADIO KOMUNITAS PPK FM SRAGI TAHUN 2020)**

Telah diujikan pada hari Jum'at, 29 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A
NIP. 19780105 2003121002

Penguji II

Mochammad Najmul Afad, M.A
NIP. 199306192019031006

Pekalongan, 29 Oktober 2021

Disahkan Oleh

Dekan,



Dr. H. Sam'ani, M.Ag

NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap kedalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Inguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

Garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut :

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang di dalam sistem tertulis Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā'	B	-
ت	tā'	T	-
ث	šā'	š	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	-
ح	ḥā'	Ḥ	h (dengan titik dibawahnya)
خ	khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Ẓal	Ẓ	z (dengan titik diatasnya)
ر	rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ص	Ṣād	ṣ	s (dengan titik dibawahnya)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik dibawahnya)
ط	ṭā'	ṭ	t (dengan titik dibawahnya)
ظ	ẓā'	ẓ	z (dengan titik dibawahnya)
ع	'ain	'	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	-
ف	fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
ه	Hā'	H	-
ء	Hamzah	`	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā'	Y	-

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أ ي = ai	أ = ā
إ = i	أ و = au	إ ي = ī
أ = u		أ و = ū

1. Ta Marbutah

Ta Marbutoh Hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراجعة جميلة ditulis *mar'atun jamiilah*

Ta Marbutoh mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فطمة ditulis *fatimah*

2. *Syaddad (Wasydid Geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut :

Contoh :

ربنا Ditulis *rabbana*

البر Ditulis *al-bir*

3. Kata sandang (artikel)

Kata artikel yang diikuti oleh huruf “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sampan.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البيدع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalil*

4. Huruf Hamzah

Huruf yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut beda di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apotrof /'/.

Contoh:

امرت ditulis *amirta*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala rahmat dan puji syukur kepada Allah. Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua Bapak Wasmu dan Ibu Rokhilah yang telah mengasuh, mendidik, dan memberikan kasih sayang tanpa batas serta do'a yang tulus.
2. Kakak Vin Nasari, semoga kebahagiaan selalu menyertai disetiap langkah hidup.
3. Pengelola Radio Komunitas PPK FM Sragi Bapak Sunarto yang telah bersabar dan selalu memberikan masukan serta dukungan dalam membantu proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Ahmad Hidayatullah,. M.Sos yang telah membimbing skripsi hingga selesai.
5. Sahabat Seperjuangan Skripsi Nur Nailil Izzah dan Wawa Najmi Nibrosa terimakasih do'a, dukungan, motivasi yang telah kalian berikan serta canda tawa yang membuat humor saya semakin tinggi.
6. Saudara, Teman dan Sahabat Naurah Shobah dan Atkhillna Janah.
7. Semua pihak yang telah membantu do'a dan semangatnya untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

Hiduplah seakan-akan kamu akan mati besok, belajarlh seakan kamu akan hidup selamanya.

-Mahatma Gandhi-

ABSTRAK

Azizah, Luluk. 3417036. 2021. Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio PPK FM Sragi Tahun 2020). Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan: Pembimbing: Ahmad Hidayatullah,. M.Sos.

Kata Kunci: Konsep Iklan Layanan Masyarakat, Implementasi Iklan Layanan Masyarakat, Dakwah.

Penelitian ini berawal dari latar belakang Radio Komunitas mengiklankan iklan layanan masyarakat tentang 3M dimasa Pandemi Covid-19. Namun berbeda dengan radio lainnya, Radio Komunitas PPK FM Sragi mengiklankan iklan layanan masyarakat tentang 3M memasukan unsur dakwah sehingga membuat Radio Komunitas ini mampu besaing dengan radio lainnya. Sehingga iklan layanan masyarakat di Radio PPK FM Sragi tak hanya mengandung pesan yang bersifat edukatif, pesan yang bersifat persuasif, pesan yang bersifat informatif namun juga memberikan pesan dakwah yakni tentang aqidah.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan metode penelitian dengan cara mengungkapkan, menggambarkan fakta-fakta yang terjadi dari hasil penelitian. Sumber data dala penelitian ini meliputi data primer, data sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil data kemudian dianalisis lalu ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 di Radio Komunitas PPK FM Sragi menggunakan konsep dakwah *bil-lisan* . metode dakwah *bil-lisan* yakni penyampaian informasi atau pesan

dakwah melalui lisan dengan menggunakan teknik dialog melalui radio untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada para pendengar. Adapun konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat mengambil tema sesuai dengan iklan layanan masyarakat yang diiklankan di radio, dengan menggunakan hadits-hadits yang sesuai dengan tema iklan.

Implementasi penelitian pada dakwah berbasis iklan layanan masyarakat tentang 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi adalah untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya menerapkan protokol kesehatan dimasa Pandemi Covid-19. Radio Komunitas PPK FM Sragi harus lebih meningkatkan ualitas iklannya agar khalayak yang menerima pesan melalui iklan dapat dimengerti oleh masyarakat sendiri. Dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi baha pembelajaran bagi peneliti dalam menambah pengetahuan dan wawasan dalam menganalisi sebuah iklan lainnya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholwat seiring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda agung Nabi Muhammad SAW kepada keluarga, sahabat, serta para pengikutnya yang menjadi suri tauladan bagi kita.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tepat waktu tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah ikut berpartisipasi dalam membantu penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor IAIN Pekalongan, Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim,. M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan, Bapak Dr. H. Samani,. M.Ag.
3. Ketua Jurusan KPI IAIN Pekalongan, Bapak Misbakhudin, Lc,.M.A.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Wirayudha Pramana B,. M.Pd.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Ahmad Hidayatullah,. M.Sos.
6. Radio PPK FM Sragi yang telah berkenan menjadi subjek sekaligus objek pada penelitian ini hingga akhirnya penelitian ini bisa selesai.
7. Para dosen yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan serta karyawan dan seluruh staf IAIN Pekalongan dan sahabat-sahabat program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Semua keluarga penulis yang telah meberikan dukungan berupa do'a serta materi.
9. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulis karya ilmiah skripsi ini.

Penulis sepenuhnya masih menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan pembaca pada umumnya,,
Amin.

Pekalongan, 4 November 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Luluk Azizah', written in a cursive style.

Luluk Azizah
NIM.3417036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Metode Penelitian	16

G. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Pengertian Teori Uses and Gratification	22
B. Pengertian Dakwah	34
BAB III HASIL PENELITIAN	39
A. Sejarah Berdirinya Radio Komunitas PPK FM Sragi	39
B. Visi Misi Radio Komunitas PPK FM Sragi	43
C. Gambaran Umum Iklan Layanan Masyarakat di Radio Komunitas PPK FM Sragi	44
D. Konsep Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat di Radio Komunitas PPK FM Sragi	46
BAB IV TEMUAN DAN HASIL PENELITIAN	50
A. Analisis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi	50
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka berfikri	16
Gambar 2.1. Model Uses & Gratification Katz dkk, 1974	27
Gambar Gambar 3.1 Kantor Radio PPK FM Sragi	42
Gambar 3.2 Ruang Siaran Radio PPK FM Sragi	42
Gambar 3.3 Wawancara dengan Pengelola Radio Komunitas PPK FM Sragi	43
Gambar 3.4 Wawancara dengan Penyiar Radio Komunitas PPK FM Sragi	43
Gambar 3.5 Siaran bersama Tamu Undangan (SD N TEGALONTAR 1)	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Surat Pemeriksaan

Lampiran 3 Surat Lolos Turnitin

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, radio mengalami penurunan jumlah pendengar karena perkembangan *gadget* dan internet menjadi penyebab persoalan tersebut terjadi.¹ Berdasarkan survei APJII, pengguna internet saat ini sebesar 64,8 % dari total penduduk Indonesia (APJII: Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa, 2019).² Maka, dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar khalayak mengandalkan internet dalam kesehariannya. Penurunan jumlah pendengar radio disebabkan juga karena kemudahan mendapatkan lagu melalui internet, mengakses informasi melalui *gadget* dan tidak ada lagi rasa senang dan spesial ketika lagu diputarkan melalui radio. Dulu radio menjadi tempat favorit untuk mendapat informasi dan mendengarkan lagu-lagu kini tergeser oleh media yang berbasis internet. Pernyataan ini juga didukung oleh survei Nielsen yang menyatakan bahwa tingginya tingkat penetrasi internet diikuti dengan akses konten media digital yang kian diminati oleh khalayak (Survei Nielsen: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Internetan, 2017).³

Kini masyarakat dengan mudah mengakses informasi melalui jaringan internet, melalui internet berita yang dibutuhkan dapat diakses dengan hanya mengetik di *gadget*, laptop ataupun

¹ Innayah & Mariana Susanti, *Peran Serta Pendengar Dan Lembaga Pemerintah Dalam Siaran Radio Pendidikan*, Jurnal Pekommas, Vol. 1 No. 1, April 2016.

²APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. (2020).
<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-penggunainternet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.

³Survei Nielsen: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Internetan. (2019).
<https://mediaindonesia.com/read/detail/114722-%0D%0A survei-nielsenmasyarakat-indonesia-makin-%0D%0A gemar-internetan>.

komputer yang kita punya. Selain itu, hiburan yang kita inginkan dapat dilihat dengan media internet seperti halnya memutar lagu, video, isu mengenai artis yang disukai, kabar politik serta hal yang berkaitan dengan hobi kita. Hal tersebut yang menyebabkan penurunan jumlah pendengar radio di masyarakat *modern* sekarang ini. Dimana masyarakat *modern* sekarang adalah orang-orang sibuk yang hanya memiliki sedikit waktu untuk mengkonsumsi media massa. Misalnya, masyarakat urban perkotaan yang bekerja *full* dari pagi sampai malam hari dan tidak memiliki waktu untuk mendengarkan radio, perilaku masyarakat urban tidak hanya merugikan radio saja namun juga merugikan televisi dan koran juga ikut dirugikan. Kejayaan radio di udara semakin memudar, orang saat hanya mendengarkan radio ketika berkendara mobil untuk mendengarkan lagu pengusir kantuk atau info lalu-lintas.⁴

Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang tidak luput dari fenomena perkembangan iklan, iklan Indonesia mengalami perkembangan yang pesat setelah tumbangnya orde lama. Era baru yang cenderung memberikan perhatian pada masalah ekonomi merupakan angin segar bagi industri periklanan. Periklanan mulai diakui secara jelas peran dan fungsinya sebagai kepanjangan tangan dari bagian pemasaran barang dan jasa. Hal ini ditambah dengan semakin banyaknya media-media baru yang bermunculan seperti Surat kabar, Majalah, Televisi bahkan Radio. Perkembangan industri radio di Indonesia sebagai media bagi khalayak umum sekitar tahun 1992, kemudian menjadi kegemaran di Indonesia pada tahun perdana siarannya (1950-1997). Pada tahun 1970, pertumbuhan iklan mengalami perkembangan yang gemilang,

⁴ Nurul R.A, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mereferensikan Radio Prima Fm*, Jurnal Tesis 12010110400068.

meskipun dari segi teks masih sangat sederhana, mengingat terbatasnya sumber daya teknologi yang ada, iklan pada saat itu masih didominasi naskah atau *copy*.⁵

Sejalan dengan maraknya media informasi, banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi karena semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah wawasan dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Radio sebagai media elektronika yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi. Media radio dalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, karena penyebaran informasi komunikasi dapat tersebar luas dengan cepat keberbagai kalangan masyarakat.⁶ Kelebihan media radio dibandingkan dengan media lain adalah jarak jangkauannya yang sangat luas dan murah meriah.

Radio dipandang sebagai “kekuasaan kelima” (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik sendiri, seperti kekutan suara, musik, dan efek suara. Salah satu media yang masih eksis dari dulu hingga sekarang adalah radio, radio merupakan suatu media komunikasi, dimana pesan diubah menjadi sinyal suara, dipancarkan dari suatu sumber (*a sender*) dengan antena pemancar, tanpa perangkat kabel, melalui gelombang elektromagnetik, kemudian diterima oleh antena penerima, pada pesawat penerima (*a receiver*), yang mengubah sinyal suara menjadi

⁵ Prihtin, Skripsi *Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Pesan Dakwah* (Kajian Iklan Layanan Masyarakat RRI Semarang 2006), Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2008.

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.107.

pesan berupa suara kembali.⁷ Dalam hal lain radio saat ini masih dipercaya oleh masyarakat karena keakuratannya dalam menyebarkan informasi. Meski jumlah pendengar radio di Indonesia mengalami penurunan dari tahun ke tahun, akan tetapi mengingat radio adalah media penyiaran komunikasi massa, maka radio tetap berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol, dan perekat sosial.⁸

Menurut Samsul Munir dalam bukunya Ilmu Dakwah, menjelaskan bahwa di era sekarang ini dakwah menggunakan media radio sangat efektif, mengingat kesibukan masyarakat sangat padat maka dakwah melalui radio yang memiliki daya langsung akan menjadikan pesan-pesan dakwah dapat lebih efektif dan bisa diterima serta dimonitor oleh pendengar secara luas. Selain fungsinya yang bersifat memberikan informasi hiburan, radio juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan moral atau pembinaan akhlak kepada masyarakat.⁹ Dimasa pandemi seperti ini, justru radio mulai menampilkan kejayaannya lagi dengan memberikan informasi dan edukasi tentang Iklan Layanan Masyarakat (ILM) akan pentingnya 3M dimasa pandemi. Banyak radio yang mengiklankan tentang 3M dimasa sekarang ini, namun berbeda dengan Radio Komunitas PPK FM Sragi tak hanya mengiklankan tentang 3M Radio Komunitas ini juga sebagai sarana dakwah sehingga masyarakat tak hanya mendapatkan informasi mengenai 3M namun juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat di bidang keagamaan dalam mengiklankan yang disiarkan di Radio Komunitas PPK FM Sragi di chanel 107.7 Mhz. Iklan Layanan Masyarakat ini memang berbeda dari iklan layanan masyarakat di radio lainnya,

⁷ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Radio Siaran*, Cet Ke-1 (Yogyakarta: Grasia Book Publisher, 2012), hlm 1.

⁸ Innayah & Mariana Susanti, *Peran Serta Pendengar Dan Lembaga Pemerintah Dalam Siaran Radio Pendidikan*, Jurnal Pekommas, Vol. 1 No. 1, April 2016.

⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Cet Ke-2 (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 271.

khususnya dalam hal penyajian materi, tema yang dibahas, dan bahasa yang digunakan karena rata-rata iklan layanan masyarakat di radio komunitas tidak memasukkan unsur agama ataupun dakwah. Namun di radio komunitas Sragi ini, mengiklankan iklan layanan masyarakat yang mengandung unsur dakwah, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan Iklan Layanan Masyarakat yang ada di Radio Komunitas PPK FM Sragi.

Adapun unsur dakwah yang berada di iklan layanan masyarakat radio komunitas Sragi ini tentang hadist yang menjelaskan tentang wabah penyakit dimana hadits tersebut memaparkan bahwa wabah virus corona tidak jauh beda dengan kondisi di masa Rasulullah Muhammad Saw, dengan adanya wabah pes dan lepra pada saat itu. Kebijakan Rasul pun keluar dengan bersabda:

إِذَا سَمِعْتُمْ بِالطَّاعُونَ بِأَرْضٍ فَلَا تَدْخُلُوهَا، وَإِذَا وَقَعَ بِأَرْضٍ وَأَنْتُمْ بِهَا فَلَا تَخْرُجُوا مِنْهَا

"Jika kalian mendengar tentang wabah-wabah di suatu negeri, maka janganlah kalian memasukinya. Tetapi jika terjadi wabah di suatu tempat kalian berada, maka janganlah kalian meninggalkan tempat itu." (HR. Bukhari dan Muslim).

Adapun kebijakan yang lainnya adalah melakukan karantina wilayah baik ke dalam maupun keluar wilayah, sehingga tidak menyebar. Dalam konteks saat ini, terkait kasus covid 19, *lockdown* serta menerapkan 3M (mencuci tangan menggunakan sabun, menjaga jarak dan memakai masker) solusinya, termasuk segera menemukan anti virusnya, sehingga dapat mengobati dan menghentikan penyebarannya.¹⁰ Hadits ini dapat dijadikan dasar demi kepentingan bersama untuk menanggulangi merebaknya virus corona. Apalagi virus corona ini sangat reaktif terhadap orang dewasa, dan mekanisme penularan dan strategi pengobatan masih

¹⁰ Mukharom, Havis Aravik, *Kebijakan Nabi Muhammad SAW Menangani Wabah Penyakit Menular dan Implementasinya dalam Konteks Menanggulangi Corona Virus Covid-19*, Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i, Vol. 7 No. 3 tahun 2020.

belum jelas.¹¹ Batasan waktu dalam mengiklankan Iklan Layanan Masyarakat tersebut pada bulan agustus tahun lalu hingga sekarang, karena Iklan Layanan Masyarakat tersebut masih relevan dimasa sekarang ini.

Sehingga dalam melaksanakan dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan keberbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio akan mudah dan praktis, dengan demikian, dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar.¹² Apabila dakwah dilakukan melalui siaran Radio berarti dakwah mampu menjangkau jarak yang begitu luas. Efektivitas dan efisien lebih terdukung jika da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, misalnya melalui metode tanya jawab, ceramah, dan sandiwara. Keunggulan dakwah melalui radio adalah tidak tergantung pada ruang, waktu dan berkumpulnya mad'u, biaya relatif lebih murah efektif dan efisien, ditinjau dari banyaknya orang yang memiliki radio serta banyak gelombang radio yang setiap saat menyiarkan dakwah. Radio Komunitas PPK FM Sragi dalam menghadirkan iklan layanan masyarakat dengan unsur dakwahnya sangatlah memperhatikan kebutuhan masyarakat Sragi di zaman sekarang, apalagi masyarakat sekarang menginginkan sesuatu dengan cepat dan mudah.

Selain itu radio dalam memberikan sebuah informasinya menggunakan bahasa yang tidak terlalu kaku atau bahasa tutur, sehingga bahasanya mudah dipahami oleh para pendengar. Seperti halnya dengan siaran radio yang menggunakan bahasa tutur, iklan layanan masyarakat yang ada

¹¹ Aisha M. Al-Osail and Marwan J. Al-Wazzah, *The History and Epidemiology of Middle East Respiratory Syndrom Corona Virus, Multidisciplinary Respiratory Medicine*, DOI 10.1186/s40248-017-0101-8 tahun 2017.

¹² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah, Cet Ke-2* (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 119.

di radio pun menggunakan bahasa tutur agar mudah dipahami pendengar. Dalam menyiarkan iklan layanan masyarakat yang disiarkan di Radio Komunita PPK FM Sragi menggunakan teknik dialog untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada para pendengar. Oleh karena itu dakwah berbasis Iklan layanan masyarakat yang mengandung dakwah sangatlah penting dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya di bidang keagamaan. Dakwah merupakan usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang teguh pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat serta menghindarkan manusia dari suatu perilaku buruk untuk senantiasa berperilaku baik, seperti yang sudah tercantum dalam firman Allah SWT surat Ali-Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَأَتَكُنُّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang maruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Ali-Imran [3]: 104).

Secara kualitatif dakwah Islam bertujuan untuk mempengaruhi dan mentransformasikan sikap batin dan perilaku warga masyarakat menuju tatanan suatu kesalehan individu dan kesalihan sosial. Dakwah dengan pesan-pesan keagamaan dan pesan sosialnya merupakan kesadaran untuk senantiasa memiliki komitmen (istiqomah) di jalan yang lurus untuk menjalankan perintah dari nabi dan rasulnya. Dakwah adalah usaha untuk meyerukan dan

mengajak manusia untuk senantiasa berbuat kebaikan dan menghindarkan manusia dari suatu perbuatan yang melenceng dari nilai-nilai ke-Tuhanan.¹³

Seiring dengan hadirnya iklan layanan masyarakat yang mengandung unsur dakwah di radio Komunitas PPK FM Sragi menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin mendengarkan iklan layanan masyarakat keagamaan melalui radio. Mengingat radio sekarang sudah memiliki banyak akses untuk memudahkan para pendengar, dan rata-rata pendengar radio di Sragi bekerja dalam mengembangkan industri rumah tangga kecil seperti usaha konveksi, beternak, dan berdagang sehingga banyak disibukan dengan berbagai aktivitas lainnya yang memang jarang sekali mendengarkan iklan layanan masyarakat yang terdapat unsur dakwahnya. Oleh karena itu dengan adanya iklan layanan masyarakat dakwah ini mampu menambah pengetahuan keagamaan masyarakat. Pengetahuan keagamaan adalah pengetahuan yang datangnya dari Allah SWT, untuk dikaji dan dipelajari secara mendalam oleh manusia agar bisa mendapatkan manfaat dari ilmu keagamaan yang sudah dipelajari untuk bekal dalam kehidupan dunia dan di akhirat. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “DAKWAH BERBASIS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT 3M DI MASA PANDEMI COVID-19” (STUDI KASUS DI RADIO KOMUNITAS PPK FM SRAGI TAHUN 2020).

¹³ Sara Dila Ridani, *Efektivitas Siaran Dakwah Radio Streaming Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Radio Ramayana 98,8 FM Metro)*, hlm. 2.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2020?
2. Bagaimana implementasi dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2020?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2020.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat mengenai iklan layanan masyarakat akan pentingnya melaksanakan 3M (mencuci tangan menggunakan sabun, menggunakan masker, dan menjaga jarak).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi penulis, praktisi penyiaran, dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengemas iklan layanan masyarakat yang berkualitas.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini adalah:

Penelitian *pertama*, Judul “Peran Radio Sautuna FM Dalam Penyebaran Dakwah Islamiyah di Sumabwa” oleh Nia Arianti mahasiswi Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) tahun 2018, menyimpulkan bahwasanya peran Radio Sautuna FM dalam penyebaran dakwah Islamiyah di Sumbawa adalah sebagai wadah untuk kepentingan dan keperluan masyarakat Sumabwa, yaitu informasi, pendidikan, dan hiburan. Adapun peran dari Radio Sautuna FM adalah mewadahi kebutuhan dan kepentingan pendengar dalam bidang informasi, bidang pendidikan dan bidang hiburan. Penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus hal tersebut dilakukan agar tujuan dari Radio Sautuna FM untuk menyebar dakwah tetap terlaksana dengan efektif dan efisien.

Penulis menggunakan interview dengan beberapa penyiar Radio Sautuna FM serta mendengarkan siaran melalui Radio. Objek penelitian adalah Pt. Saut As-Sidiq, yakni memilih orang yang merencanakan strategi penyiaran dan orang yang melaksanakan strategi penyiaran. Persamaan penulis dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus, hal tersebut dilakukan agar mengetahui secara mendalam mengenai dakwah berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M dimasa pandemi Covid-19. Sedangkan perbedaan dari penulis terdapat pada objek penelitian, disini penulis membuat penelitian dengan menggunakan objek komunitas pendengar Radio PPK FM Sragi.

Penelitian *kedua*, Judul “Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Memakai Helm Pada Saat Mengendarai Roda Dua Terhadap Perubahan Sikap Pengendara Sriwijaya Radio” oleh Susi Riwayati mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah tahun 2017, menyimpulkan bahwasanya penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan layanan masyarakat “helm” terhadap pengaruh sikap pendengar Sriwijaya Radio pada masyarakat Kecamatan Kertapati Kelurahan Kemas Rindo Rt 10 Rw 03. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan angket yang berisi pertanyaan.

Objek penelitian yang dilakukan adalah studi kasus pada Kecamatan Kertapati Kelurahan Kemas Rindo Rt 10 Rw 03. Perbedaan penulis dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, disini penulis membuat penelitian dengan objek wawancara, jenis wawancara relatif tidak terstruktur dengan kualitatif di radio komunitas PPK FM Sragi. Dari sini sudah jelas sekali adanya perbedaan dari segi judul dan objek penelitiannya, dan untuk itu penelitian yang penulis lakukan belum diteliti sebelumnya.

Penelitian *ketiga*, Judul “Peran Iklan Layanan Masyarakat Dalam Sosialisasi Program Busway Oleh Pemprov DKI: Proses Sosialisasi Program BUSWAY” oleh Didier Neonisa, Jurusan Marketing Communication, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, BINUS University tahun 2011. Menyimpulkan Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa iklan layanan masyarakat memiliki peran yang besar bagi pemerintah provinsi DKI Jakarta sebagai sarana sosialisasi program transportasi busway, namun hal tersebut tidak didukung dengan proses sosialisasi yang tepat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan wawancara dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori komunikasi massa yang mencakup media massa, televisi dan periklanan. Kemudian teori komunikasi persuasi dan proses *public relation* empat langkah sebagai teori pendukung. Persamaan penulis dengan penelitian sebelumnya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan wawancara dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data. Adapun perbedaannya disini penulis menggunakan teori jarum hipodermik, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan teori komunikasi massa yang meliputi televisi, periklanan dan media massa lainnya serta teori komunikasi persuasi dan proses *public relation* sebagai teori pendukung.

Penelitian *keempat*, Judul “Analisis Iklan Layanan Masyarakat LPP TVRI Stasiun Sulawesi Selatan” oleh Rahmayani, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Tahun 2016. Menyimpulkan bahwa jenis-jenis iklan layanan masyarakat LPP TVRI stasiun Sulawesi Selatan, menunjukkan dengan memberikan layanan berupa informasi, himbauan dan pengumuman kepada masyarakat seperti iklan dinas kesehatan, iklan BPBD, iklan BPJS ketenagakerjaan, iklan televisi digital, iklan BPJS kesehatan, iklan dinas pertanahan, iklan pendidikan. Selain itu iklan layanan masyarakat yang ditayangkan LPP TVRI Stasiun Sulawesi Selatan juga mengandung pesan yang bersifat edukatif, pesan yang bersifat persuasif, pesan yang bersifat informatif dan pesan yang bersifat hiburan dimana pesan ini mengajak masyarakat peduli dalam menghadapi sejumlah masalah sosial yang harus di hadapi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang di peroleh dari LPP TVRI Stasiun Sulawesi Selatan. Perbedaan penulis dengan penelitian sebelumnya terletak pada media penelitian. Disini penulis menggunakan media radio sebagai penelitian sedangkan

penelitian sebelumnya menggunakan media televisi. Penelitian sebelumnya berfokus pada Iklan Layanan Masyarakat di LPP TVRI sedangkan penulis berfokus pada Iklan Layanan Masyarakat di Radio. Dari sini sudah jelas perbedaan dalam penelitian mulai dari judul, media dan objek penelitian untuk itu penelitian yang penulis lakukan belum diteliti sebelumnya.

Penelitian *kelima*, Judul “Iklan Layanan Masyarakat Stop Gunakan Handphone Sambil Berkendara di Radio PR FM” oleh Mahendra Randy Saputra, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Tahun 2015. Menyimpulkan Perancangan yang dilatarbelakangi oleh data atau fakta yang ilmiah tentang tingginya kecelakaan lalu lintas akibat penggunaan handphone sambil berkendara, penyiaran ILM yang dilakukan setiap hari dan daya tarik pesan keselamatan dalam ILM tersebut menjadi dasar penarikan kesimpulan penulis terhadap PR FM sebagai subyek penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan data kualitatif, yaitu metode yang melukiskan fakta secara sistematis, fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Perbedaan penulis dengan penelitian sebelumnya subjek penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan subjek penggunaan handphone saat berkendara menyebabkan tingginya kecelakaan lalu lintas. Sedangkan penulis menggunakan subjek 3M dimasa pandemi Covid-19.

2. Kerangka Berfikir

Dakwah merupakan perbuatan kebajikan dan menjauhkan diri dari berbagai kejahatan, baik dengan cara lisan dan tulisan, melalui rekaman kaset ataupun dengan contoh perbuatan dan akhlak yang mulia. Adapun pengertian lain dari dakwah adalah mengajak manusia dengan cara

yang bijaksana di jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan agar mendapatkan kebahagiaan dan kemaslahatan di dunia serta di akhirat.¹⁴ Penulis menggunakan radio sebagai media untuk berdakwah dengan konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat mengenai 3M dimasa pandemi.

Disini, penulis menggunakan iklan layanan masyarakat sebagai sarana untuk menyiarkan dakwah melalui radio komunitas yang berada di Desa Sragi. Iklan layanan masyarakat yang mengandung unsur dakwah sangat dibutuhkan untuk masyarakat karena selain memberikan pesan sosial juga memberikan pesan agama yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Hal tersebut biasa dilakukan sebagai aktivitas “dakwah di radio” sebagai bagian dari dawah *bil-lisan*. Ada yang menyebutnya *ilam*, yakni penyiaran Islam. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial untuk membangkitkan kepedulian atau kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah.¹⁵

Media radio dianggap memiliki kekuatan yang cukup hebat, hal ini disebabkan oleh tiga faktor penting yaitu: pertama, radio siaran sifatnya adalah langsung. Untuk mencapai sasarannya, yaitu para pendengar, sesuatu hal atau program yang akan disampaikan oleh media radio tidaklah mengalami proses yang kompleks. Kedua, radio siaran tidak mengenal jarak dan waktu, selain itu ruangpun bagi media radio siaran tidak merupakan sebuah masalah, bagaimanapun jauhnya jarak sasaran yang akan di tuju, dengan media radio siaran akan dengan mudah dapat dicapainya. Ketiga, media siaran radio memiliki daya tarik yang kuat, daya tarik ini ialah karena disebabkan

¹⁴ I' anatur Thoifah, dkk, *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*, (Malang: UMM Press, 2020), hlm. 21.

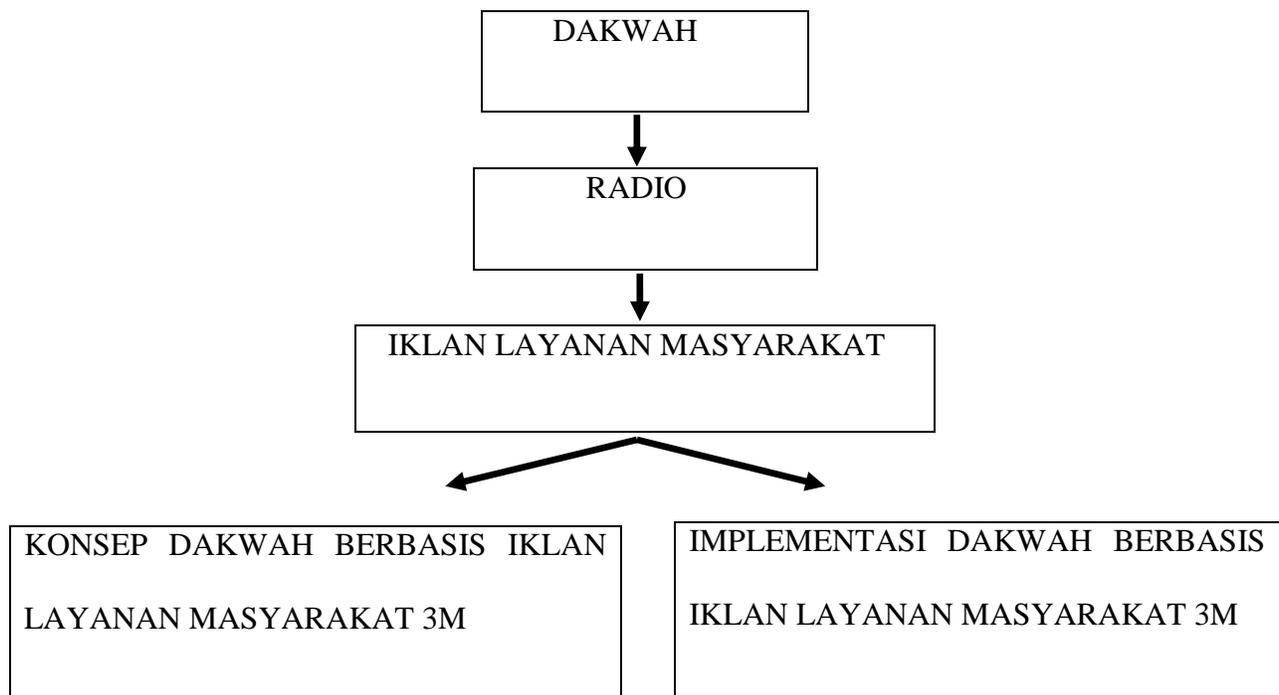
¹⁵ Asep Samsul M.Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2017), hlm.101.

oleh sifatnya yang serba hidup. Hal ini tentu karena adanya unsur-unsur yang ada pada media radio yaitu: kata-kata, kalimat dari seorang penyiar, musik dan efek suara.¹⁶

Media elektronik seperti radio merupakan salah satu hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat diJadikan sebagai media dalam penyiaran berbagai informasi. Peranan radio sebagai media penyiaran dewasa ini di pandang semakin penting sejalan dengan semakin banyaknya peminat media elektronik tersebut. Radio berfungsi sebagai media komunikasi, ekspresi, informasi, pendidikan dan hiburan.¹⁷ Diharapkan dengan adanya dakwah berbasis iklan layanan masyarakat tentang 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi nantinya masyarakat sadar akan pentingnya selalu menerapkan 3M (mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir, memakai masker saat bepergian serta menjaga jarak). Sehingga, dimasa pandemi seperti ini masyarakat selalu mengingat dan menerapkan 3M di rumah masing-masing. Berdasarkan uraian diatas maka kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung: PT. Alumni, 1986), hlm. 140-141.

¹⁷ Eva Maghfiroh, *Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi*, (Lumajang: Institut Agama Islam Negeri Syarifuddin Lumajang: Jurnal Komunikasi Dakwah, Vol. 02, No. 01, Februari 2016), hlm. 03.



F. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), karena penelitian ini berlangsung di lapangan secara *real* dan data yang disajikan sesuai fakta yang ada di lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif — kualitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan sesuatu yang menjadi sasaran penelitian secara mendetail dan mendalam, dalam arti penelitian ini dilakukan untuk mengungkap segala sesuatu atau berbagai aspek dari sasaran penelitian. Metode penelitian kualitatif yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan secara mendalam dengan melihat berbagai aspek dari sasaran penelitiannya.¹⁸

¹⁸ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 9.

Maksud dari penelitian lapangan disini adalah penelitian yang dilakukan di Radio PPK FM Sragi, khususnya dalam hal yang berkaitan dengan dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dalam memberikan pengetahuan keagamaan masyarakat melalui radio. Pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus yaitu uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Peneliti sering menggunakan berbagai metode: wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, dan data apa pun untuk menguraikan suatu kasus secara terperinci.¹⁹

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan terdiri dari dua data, yaitu data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (sumber informan).²⁰ Sumber data primer pada penelitian ini adalah pengelola Radio Komunitas PPK FM Sragi dan *audien* (pendengar) Radio Komunitas PPK FM Sragi karena mereka yang bersangkutan dengan penelitian ini sehingga sumber data yang diperoleh nantinya valid.

¹⁹ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-9 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 247.

²⁰ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet. Ke-1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 87.

b. Data Sekunder

Data sekunder ini dapat melengkapi pemahaman peneliti dalam menganalisis yang disebutkan peneliti secara rinci sesuai dengan lingkup masalah yang ditelitinya.²¹ Sumber data yang diperoleh dari peneliti nantinya dari buku ataupun data penunjang lainnya sehingga tidak hanya data dari pengelola radio juga ada data lain yang masih berhubungan dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.²² Dalam hal ini peneliti ingin melakukan observasi dengan cara pengumpulan data di Radio Komunitas PPK FM Sragi kepada pengelola, pendengar dan masyarakat setempat dengan melakukan observasi tidak terstruktur dimana dalam pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.

²¹ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, hlm. 87.

²² M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 165.

b. Wawancara

Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian adalah jenis wawancara relatif tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.²³ Penulis dalam penelitian ini akan melakukan wawancara langsung dengan beberapa narasumber salah satunya adalah pengelola radio komunitas yang membuat iklan layanan masyarakat tentang 3M serta pendengar radio dengan diskusi terarah pada kegiatan iklan layanan masyarakat untuk mendapatkan data yang nantinya akan dijadikan analisa data oleh peneliti, dalam hal ini peneliti membatasi pertanyaan seputar iklan layanan masyarakat sehingga fokus pada permasalahan tersebut, dan peneliti tidak menyimpulkan kebenaran maupun kesalahan dari informan apa yang disampaikan kepada peneliti.

c. Dokumentasi

Sebagian besar data yang diperoleh nantinya adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cenderamata, laporan kegiatan dan arsip foto terkait hasil penelitian dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dimasa pandemi Covid-19 studi kasus di Radio Komunitas PPK FM Sragi tahun 2020.²⁴ Dalam hal ini peneliti ingin mengabadikan proses penelitian di lapangan, pentingnya dokumentasi dalam penelitian ini untuk pembuktian hipotesis yang diajukan secara logis dan rasional melalui pendapat, teori atau hukum-hukum, baik mendukung maupun menolak hipotesis tersebut.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), hlm. 319-320.

²⁴ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, hlm. 124.

3. Teknik Analisis Data

Proses analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif berupa kata-kata, kalimat atau narasi baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi. Setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu. Selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Adapun metode yang penulis gunakan untuk menganalisis data adalah deskriptif analisis.²⁵ Hasil laporan penelitian ini akan berisi tentang kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari wawancara, catatan lapangan, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Pada laporan tersebut, peneliti menganalisis data tersebut dan sebisa mungkin dalam bentuk aslinya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami materi skripsi ini, penulis akan menguraikan isi pembahasan, diantaranya sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing tersusun atas sub bab sebagai berikut:

BAB I : Pada bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian (Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis), Tinjauan Pustaka,

²⁵ Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-30, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012), hlm. 248

(Analisis Teori, Penelitian Relevan, dan Kerangka Berfikir), Metode Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Pada bab II ini membahas mengenai landasan teori yang digunakan Teori Uses and Gratification, Pengertian Dakwah.

BAB III : Pada bab III ini menjelaskan Sejarah Berdirinya Radio, Visi Misi Radio Komunitas PPK FM Sragi, Gambaran Umum Iklan Layanan Masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi, Konsep Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Radio Komunitas PPK FM Sragi.

BAB IV : Pada bab IV ini menjelaskan tentang hasil temuan penelitian dan hasil analisis data terkait Analisis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Radio PPK FM Sragi Dimasa Pandemi Covid-19 Tahun 2020.

BAB V : Pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan di Radio Komunitas PPK FM Sragi tentang konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2020 dapat diambil beberapa kesimpulan. Adapun kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Sesuai dengan data yang telah diperoleh, Radio Komunitas PPK FM Sragi merupakan radio komunitas yang mengiklankan iklan layanan masyarakat tentang 3M yang terdapat unsur dakwah. Sehingga selain menjadi radio komunitas, radio tersebut juga sebagai wadah untuk menyiarkan dakwah Islamiyah dengan memperhatikan kepentingan dan kebutuhan masyarakat Sragi untuk menambah pengetahuan keagamaan masyarakat.
2. Implementasi bagi masyarakat Sragi dengan adanya dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 sangat terlihat, karena masyarakat menerapkan protokol kesehatan serta iklan layanan masyarakat tersebut efektif pelaksanaannya.

B. Saran

Demi mendukung kemajuan dan keberhasilan kegiatan komunikasi penyiaran, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Radio Komunitas PPK FM Sragi
 - a. Supaya terus meningkatkan kualitas iklan layanan masyarakat agar bisa terus dinikmati oleh pendengarnya.
 - b. Berharap eksistensi Radio Komunitas PPK FM Sragi terus dijaga
2. Bagi Pemerintah
 - a. Meski era *modern* ternyata radio masih menjadi media komunikasi masyarakat. Sehingga, Pemerintah bisa memanfaatkan radio komunitas/ radio pemerintah sebagai media komunikasi pemerintah kepada masyarakat.
3. Bagi Peneliti
 - a. Diharapkan mampu memberikan sumbangan berupa informasi baru terhadap lembaga maupun instansi tertentu serta pembaca mengenai dakwah berbasis iklan layanan masyarakat dalam meningkatkan protokol kesehatan dimasa Pandemi Covid-19.
 - b. Diharapkan dapat menambah subjek penelitian agar data yang diperoleh lebih luas dan mendapatkan analisis yang lebih baik lagi.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih dalam lagi dari pada peniltian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Qodaruddin Muhammad. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: Qiara Media.
- Aliyudin & Enjang. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Aliyudin. 2010. *Prinsip-prinsip Metode Dakwah menurut Al-Qur'an*. Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4. No. 15. Januari-Juni.
- Almanshur Fauzan & M. Djunaidi Ghony. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Al-Osail, Aisha M. and Marwan J. Al-Wazzah, 2017. *The history and epidemiology of Middle East respiratory syndrome corona virus, Multidisciplinary Respiratory Medicine*. DOI 10.1186/s40248-017-0101-8.
- Amin, Munir Samsul. 2013. *Ilmu Dakwah*. Cet Ke-2. Jakarta: Amzah.
- APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apji-jumlah-penggunainternet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.
- Aravik Havis, Mukharom. 2020. *Kebijakan Nabi Muhammad SAW Menangani Wabah Penyakit Menular dan Implementsinya dalam Konteks Menanggulangi Corona Virus Covid-19*. Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i. Vol. 7 No.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Kasus*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. 2004. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Baron, J. Stanley. 2018. *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, M. Burhan. 2012. *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- . *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dennis, K Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humainika.
- Effendy, Uchjana Onong. 2002. *Dinamika Komunikasi*, Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.

- Fajariyah. 2017. *Strategi Dakwah Mushala Al-Barokah Menghadapi Kristenisasi di Desa Belang Terbah Pastuk Gunung Kidul*. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Fitriani, Resa. 2018. *Metode Dakwah bil-lisan dalam Pencegahan Kristenisasi di Desa Wawasan Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Lampung Selatan*. Skripsi. Universitas Raden Intan Lampung. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Harisantoso. *Upaya Meningkatkan Minat dan Budaya Membaca Buku melalui Iklan Layanan Masyarakat*. Jurnal Pustakawan Madya Perpustakaan Universitas Negeri Malang.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ibad, Tamiyuz. 2010. *Estetika Dakwah dalam Lagu Jawa*. Millah Vol.X. No. 1. Agustus.
- Ilahi, Wahyu & Munir, M. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Islami, Hayati Syifa. 2016. *Pesan Dakwah dalam Lirik Lagu Ebit G.Ade*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol. 1. No. 1.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi; Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Cet. Ke-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laili, Nur & Ni'mah Ulfa Luthfi. 2019. *Iklan sebagai Media Dakwah*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol. 2. No. 2. Maret.
- Maghfiroh, Eva. 2016. *Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi*. Lumajang: *Institut Agama Islam Negeri Syarifuddin Lumajang: Jurnal Komunikasi Dakwah*, Vol. 02, No. 01, Februari 2016.
- Masruroh, Lailatul Rina. 2019. *Analisis Tingkat Kepuasan Pendengar terhadap Program Siaran Kajian Tilawah di Radio Dais 107.9 Fm*. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Semarang.
- Meleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-30. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- . 2013. *Teori Komunikasi Massa Media Budaya dan Masyarakat*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Muhardiyanto, Agus. 2013. *Pengaruh Iklan Kopi Top Coffee terhadap Kepuasan Pembelian Ada Konsumen di Kota Jember*. Skripsi.
- Mukaromah. 2017. *Iklan Layanan Masyarakat dan Respon Khalayak*. Islamic Communication Journal. Vol. 2. No. 2. Juli-Desember.
- Mulyana, Deddy. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-9. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mussoli. 2018. *Maqasid Syari'ah: Kajian Teoritis dan Aplikatif pada Isu-isu Kontemporer*. Jurnal At-Turas. Vol.V. no. 1. Januari-Juni.
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahmayani. 2016. *Analisis Iklan Layanan Masyarakat LPPL TVRI Stasiun Sulawesi Selatan*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- R.A Nurul. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mereferensikan Radio Prima Fm*.
- Ridani,Dila Sara. *Efektivitas Siaran Dakwah Radio Streaming Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Radio Ramayana 98,8 FM Metro*.
- Rohmah, Ni'matul Nurliya. 2020. *Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi masa Pandemi Global Covid-19*. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol. 4. No. 1. September.
- Romli, Asep Samsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Rusyad, Daniel. 2020. *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*. Jakarta: abQarie Press.
- Sadiah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet. Ke-1. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Shidiq, Ghofar. 2009. *Teori Maqashid al-Syari'ah dalam Hukum Islam*. Jurnal Universitas Islam Agung. Vol.XLIV. no. 118. Agustus.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunarto. 2021. *Pengelola Radio Komunitas PPK FM Sragi*.
- Survei Nielsen : Masyarakat Indonesia Makin Gemar Internetan. 2019. <https://mediaindonesia.com/read/detail/114722-%0D%0A survei-nielsenmasyarakat-indonesia-makin-%0D%0A gemar-internetan>

- Susanti, mariana & Innayah. 2016. *Peran Serta Pendengar Dan Lembaga Pemerintah Dalam Siaran Radio Pendidikan*. Jurnal Pekommas, Vol. 1 No. 1. April 2016.
- Thoifah, I'anatut, dkk. 2020. *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*. Malang: UMM Press.
- Tunner, H Llynn & West Richard. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wahyuni, Nursih Isti. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- West, Richard. 2014. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibowo, Fred. 2012. *Teknik Produksi Progam Radio Siaran, Cet Ke-1*. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif, & Peneliti Gabungan, Cet. Ke-1*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.