

## Kinerja Pra Produksi, Proses Produksi, Pasca Produksi Siaran Radio Dakwah Islam

Erwan Efendi<sup>1</sup>, Rodika Sima Arif Sagala<sup>2</sup>, Sri Rezeki Tanjung<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara

[erwaneffendi6@gmail.com](mailto:erwaneffendi6@gmail.com)<sup>1</sup>, [rodikasimaarifsagala861@gmail.com](mailto:rodikasimaarifsagala861@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[sritanjung193@gmail.com](mailto:sritanjung193@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Islam is a da'wah religion, so its adherents are required to always carry out da'wa activities in society. Da'wah activities can be carried out in various ways that do not conflict with Islamic teachings. One way is through electronic mass media such as radio. This research is a field research, which collects data in the field in a systematic and comprehensive manner. So that in carrying out this exploration, it requires creators to go directly to the field to reveal information and realities that occur in a straightforward and impartial manner. From the selected research, it can be seen that the data in this study were collected using the findings of direct observation and interviews. The study findings show that the production procedures carried out have complied with the Broadcasting Operational Standards (SOP) starting from pre-production, production, and post-production at the time of production. Therefore, this research is expected to assist in the process of producing radio programs broadcasting Islamic da'wah and making a theoretical contribution to the advancement of Islamic communication and broadcasting.*

**Keywords :** radio, da'wah, pre-production, production, and post-production.

### ABSTRAK

Islam adalah agama dakwah, maka pemeluknya dituntut untuk selalu melakukan kegiatan dakwah di tengah masyarakat. Kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Salah satunya melalui media massa elektronik seperti radio. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu mengumpulkan data yang ada di lapangan secara sistematis dan komprehensif. Sehingga dalam pelaksanaan eksplorasi ini menuntut pencipta untuk terjun langsung ke lapangan untuk mengungkap informasi dan realita yang terjadi secara lugas dan tidak memihak. Dari penelitian yang dipilih dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan temuan observasi langsung dan wawancara. Temuan studi menunjukkan bahwa prosedur produksi yang dilakukan telah memenuhi Standar Operasional Penyiaran (SOP) yang dimulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi pada saat produksi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam proses produksi program radio siaran dakwah Islam dan memberikan kontribusi teoritis bagi kemajuan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.

**Kata kunci:** radio, dakwah, pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

### PENDAHULUAN

Kemampuan berpikir, berkreasi, dan menggunakan peralatan produksi adalah bagian dari keterampilan produksi. Munthe menyatakan bahwa produksi siaran radio merupakan produk stasiun radio yang merupakan hasil kerjasama tim yang membutuhkan dukungan tim dan kekompakan bersama. Menurut Toha Yahya Umar dalam bukunya Ilmu Dakwah, dakwah adalah mengajak manusia secara bijaksana ke jalan yang benar sesuai

dengan perintah Allah demi keselamatan dan kebahagiaannya di dunia dan akhirat. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan berupa suara atau gambar, baik interaktif maupun tidak.

Siaran dakwah adalah publikasi pesan berupa suara, gambar, atau karakter interaktif atau tidak yang dapat diterima melalui penerima siaran untuk mendorong manusia agar mengikuti jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk keselamatan dan kebahagiaan keduanya di sini di dunia dan di akhirat. Radio merupakan inovasi yang digunakan untuk mengirimkan metode pengumuman keseimbangan dan radiasi elektromagnetik. Dalam Rujukan Kata Bahasa Indonesia Besar, radio adalah transmisi suara atau bunyi melalui udara atau pesan melalui kata, bunyi dan musik yang disalurkan secara langsung dan sekaligus melalui pemancar.

Masduki mengatakan bahwa produksi siaran merupakan keterampilan yang membutuhkan kreativitas, pengetahuan, dan kemampuan menggunakan peralatan produksi.<sup>1</sup> Sebaliknya, seperti dikemukakan Munthe dan Gilang, produksi siaran radio merupakan output dari sebuah stasiun radio dan merupakan produk kerjasama tim yang membutuhkan dukungan dan kekompakan yang saling menguntungkan. Semua kegiatan liputan (syuting) di studio, di lapangan, atau keduanya dianggap produksi (coverage). Taping adalah nama lain dari proses coverage (pemotretan).

Pembuatan actra untuk penyiaran radio dikenal dengan istilah produksi radio. Proses produksi ini merupakan perjalanan panjang yang melibatkan banyak sumber daya manusia dengan berbagai tingkat keahlian, berbagai peralatan, dan dukungan finansial. Dalam hal analisis produksi, disinilah perlu kita ketahui bahwa setiap produksi memiliki beberapa tahapan. Ketika kita menganalisis, kita melihat ke dalam proses untuk memastikan bahwa kita mengetahui kebenarannya.<sup>2</sup>

Tahap implementasi produksi program radio yang melibatkan banyak orang dan banyak peralatan serta biaya yang tidak sedikit juga perlu ditata dengan rapi dan memiliki tahapan implementasi yang jelas dan efektif. Harus ada perkembangan yang jelas dari satu tahap ke tahap berikutnya. Berikut adalah tiga tahapan produksi radio yang secara bersama-sama disebut sebagai Standard Operation Procedure (SOP), yaitu: Pertama Ide, rencana, dan persiapan sebelum produksi. Kedua, Produksi (aplikasi). Ketiga, pasca Produksi (penyiaran dan penyelesaian).<sup>3</sup>

## PEMBAHASAN

### A. MAKNA RADIO DALAM DAKWAH

Dakwah adalah kegiatan yang mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam perbuatan baik dan mencegah mereka dari melakukan perbuatan buruk. Kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan lisan atau tulisan, melalui perbuatan atau tulisan. Menyebarkan ajaran agama dan mendapatkan penerimaan sosial adalah faktor yang paling penting. Pengkhotbah memanfaatkan perantara media cetak, audio, bahkan audio-visual dalam berbagai cara.

---

<sup>1</sup> Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional* (Yogyakarta : LKIS, 2004), h. 47.

<sup>2</sup> JB. Wahyudi, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), h. 77.

<sup>3</sup> Munthe, Muryanto Ginting, *Media Komunikasi Radio* (Kumpulan Karangan, Jakarta Pusat Sinar Harapan, 1996), h. 15.

Pemanfaatan media juga harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Mengenai cara para rasul mengkomunikasikan ajaran agama Islam, adalah tepat untuk berdakwah dengan cara berbicara langsung kepada orang-orang dan menggunakan bahasa yang dapat menjelaskan sesuatu kepada mereka yang hidup pada saat itu.<sup>4</sup>

Pendengar mengkonsumsi radio sebagai media massa auditori. Radio merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dapat bermanfaat bagi masyarakat dan memiliki keunggulan mengakrabkan masyarakat serta menciptakan komunikasi yang mengarah pada pembentukan opini dan persepsi. Artinya komunikasi terjadi dalam dua arah atau lebih yang bersama-sama baik secara tatap muka maupun melalui media atau saluran tertentu.<sup>5</sup>

Radio juga memiliki keunggulan memberikan keakraban kepada masyarakat. Sesuai dengan peran radio sebagai media hiburan, informasi, dan pendidikan, program radio telah mengalami berbagai transformasi seiring berjalannya waktu. Karakteristik program radio berbeda-beda tergantung dari karakteristik media massa dan preferensi pendengarnya. Siaran dakwah di radio, baik program hiburan musik, drama, maupun religi mendapat respon positif dari masyarakat umum atau pendengar radio yang dapat mendengarkan siaran tersebut setiap hari.<sup>6</sup>

Ada beberapa manfaat menyiarkan pesan-pesan agama Islam (Dakwah) melalui radio. Hal ini dikarenakan radio bersifat suara, sehingga pendengar dapat langsung menyimak materi yang disampaikan oleh penginjil. Diperlukan proses yang terencana untuk penyiaran yang baik, dimulai dengan persiapan produksi program acara religi Islam (pra produksi) dan berlanjut hingga selesainya pelaksanaan program acara religi Islam (pasca produksi). Saat ini banyak program radio yang menampilkan konten terkait dakwah dengan berbagai macam ide yang menggelitik, menjadikannya tidak kalah menarik dari acara hiburan. Saat ini masih ada beberapa radio yang eksklusif radio religi atau dakwah.

## B. TAHAPAN PELAKSANA PRODUKSI

Pelaksanaan Tahapan Produksi Sebuah acara radio tentunya akan melalui tiga tahapan sebelum ditayangkan sesuai dengan Standard Operating Procedure (SOP). Praproduksi, produksi, dan pascaproduksi adalah tahapan untuk mewujudkan produksi.

### 1. PRA PRODUKSI

Pra Produksi pada tahap ini merupakan tahap awal dari semua kegiatan produksi program siaran, maka disebut juga tahap perencanaan dan produksi.<sup>7</sup>

Tahap ini disebut juga dengan tahap perencanaan, merupakan proses awal dari semua kegiatan selanjutnya. Ini adalah tanggung jawab seorang produser, dimulai dengan munculnya ide, tetapi produser tidak harus memunculkan ide; itu bisa datang dari mana saja; produser program yang bersangkutan hanya harus bertanggung jawab atas idenya.

Produser mulai melakukan berbagai kegiatan untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk bahan pengembangan ide atau gagasan dari munculnya ide atau gagasan tersebut. Tahap pra-kreasi sangat penting karena, jika tahap ini dilakukan secara

<sup>4</sup> Syihata, Abdulah, *Da'wah Islamiyah* (Jakarta: Departemen Agama. 1986), h. 31.

<sup>5</sup> Muis A, *Komunikasi Islami* (Bandung: PT. Rosda Karya, 2001), h. 38.

<sup>6</sup> Siti sholihin, *wanita dan media massa* (Yogyakarta: Teras:2007), h. 40.

<sup>7</sup> John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia, 1990), h.

menyeluruh dan memang kreasi yang disusun akan selesai. Tahapan dalam pra-penciptaan ini adalah sebagai berikut :

## a. Penemuan ide

Dari bentuknya yang paling sederhana, setiap penemuan siaran radio dan televisi pastilah didahului oleh sebuah ide. Setelah mendapat masukan dari masyarakat, ide bisa muncul dari seorang produser atau dari individu lain. Sesuai hipotesis korespondensi, pemikiran adalah rencana pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, berkat radio atau TV dengan alasan tertentu. Oleh karena itu, agar konten yang akan disajikan memenuhi harapan pendengar atau penonton, produser harus memperhatikan faktor pendengar atau penonton ketika mengungkapkan idenya dalam bentuk naskah program siaran.

## b. Perencanaan

Perencanaan meliputi antara lain menentukan durasi proyek, menyempurnakan naskah, memilih artis atau narasumber, lokasi, dan kru. Penyediaan rencana biaya dan alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dilakukan secara cermat dan teliti selain perkiraan biaya. Telah terjadi proses interaksi antara kreativitas manusia dengan peralatan yang mendukungnya dalam perencanaan ini. Selama produksi lapangan maupun pascaproduksi, proses interaksi ini akan semakin jelas.

## c. Persiapan

Persiapan Tahap ini melibatkan pengorganisasian semua korespondensi, izin, dan kontak. Penciptaan pengaturan, serta pelatihan individu narasumber dan penyelesaian peralatan yang diperlukan, Cara terbaik untuk melaksanakan semua ini adalah dengan mengikuti jadwal yang telah ditentukan. Pengorganisasian fase perencanaan dan persiapan sebagian besar bertanggung jawab atas keberhasilan produksi televisi dan radio. Hal-hal yang ditulis seringkali diabaikan oleh mereka yang memiliki keyakinan kuat pada kemampuan teknis. Itu bisa mengakibatkan kegagalan saat memproduksi radio atau televisi.<sup>8</sup>

Dalam mengemas produksi program yang ingin disiarkan, setiap stasiun radio, khususnya di bagian produksi siaran, sangat membutuhkan kreator atau individu yang kreatif dan inovatif. Ini karena kepribadian dan tindakan pendengar radio seringkali berubah seiring waktu dan preferensi mereka. Konsekuensinya, mau tidak mau, penyajian program radio siaran membutuhkan sesuatu yang orisinal, unik, dinamis, menghibur, informatif, mendidik, trendi, dan komunikatif.

Menurut Maricar, Raymond L. Carroll, dan Donald M. Davis dalam *Electronic Media Programming, Strategies, and Decision Making*, memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan masa tayang merupakan langkah awal dalam menciptakan program yang memenuhi kebutuhan pendengar. Yang kedua menyangkut penjadwalan acara, dan yang ketiga terkait dengan aspek perencanaan acara. Ide atau konsep yang berasal dari orang-orang atau orang-orang kreatif yang membuat program dalam berbagai format atau jenis. Berita, musik, wawancara, komedi, kuis, variety show, drama, dokumenter, fitur, dan jenis program

---

<sup>8</sup> Fred Wibowo, *Dasar-dasar Produksi Program Televisi* (Yogyakarta: PT. Gramedia widiasarana Indonesia, 1997), h. 20.

lainnya tersedia. Paling tidak, masing-masing program ini harus menghibur sekaligus khas. Alhasil, tim produksi harus memupuk orisinalitas dan kreativitas saat mempresentasikan programnya.<sup>9</sup>

## 2. Produksi

Produksi Tahap pembuatan dan siaran langsung disebut tahap produksi. Selama tahap ini, semua kegiatan pengambilan gambar, baik di dalam maupun di luar studio disertakan. Tahap implementasi produksi dimulai setelah tahap perencanaan dan persiapan selesai. Bersama seniman atau narasumber dan kru, sutradara mencoba mengubah apa yang ditulis dan dituliskan (naskah syuting) menjadi gambar yang bercerita. Jenis pengambilan gambar yang akan digunakan di setiap adegan selama produksi ini ditentukan oleh sutradara.

Untuk setiap adegan, sutradara biasanya membuat daftar pengambilan gambar. Penghitung kode waktu merekam setiap bidikan dengan nomor di kaset. Saat kamera dihidupkan, angkanya berputar, dan gambar menunjukkan ini. Perlu diingat bahwa kode waktu akan berguna nanti saat mengedit. Biasanya, hasil pemotretan dipantau setiap malam pada akhir pengambil gambar hari itu, terlepas dari apakah hasilnya memuaskan. Jika tidak, adegan itu harus diambil lagi. Semua adegan dalam konten telah direkam, kemudian, pada saat itu, gambar pertama (materi unik/film kolom) direkam (ditumpuk) untuk bagian selanjutnya setelah pembuatan, untuk perubahan khusus.

Untuk meningkatkan kualitas produk program radio, produksi program siaran radio merupakan proses produksi yang didasarkan pada karakteristik radio. Yaitu pesan yang disampaikan melalui gelombang frekuensi kepada pendengarnya dalam bentuk peristiwa. Suatu program dapat dibuat dengan salah satu dari dua cara selama proses produksi :

### a. live streaming

Siaran langsung dari suatu program. Biasanya dimulai dan diakhiri seperti yang ditunjukkan oleh waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Bergantung pada lokasi siaran langsung, bisa diadakan di dalam atau di luar studio. Misalnya, jika acara tersebut adalah acara pengibaran spanduk pada 17 Agustus yang akan diadakan di teras kediaman Kerajaan, maka rombongan studio akan menempatkan studio kecil atau Outside Communicating Van (OB Van) di sana.

Hal ini menunjukkan bahwa perlengkapan audio yang diperlukan untuk Istana Negara antaralain pesawat pemancar yang memancarkan sinyal program ke stasiun induk agar dapat disalurkan ke seluruh wilayah yang berada dalam jangkauan pemancar. Mikrofon, mixer audio, amplifier, tape recorder atau perekam kaset, pemutar kaset, pemancar dengan antena, dan peralatan pendukung seperti kabel listrik, kabel audio, dan generator semuanya diperlukan untuk siaran langsung.

### b. Taping atau Rekaman

---

<sup>9</sup> A. Ius Y. Triartanto, *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher), h. 75.

Proses produksi dimulai dengan siaran rekaman, yang kemudian disiarkan keesokan harinya. Oleh karena itu, proses produksi dilakukan terlebih dahulu, kemudian ditayangkan keesokan harinya. Oleh karena itu, untuk menghasilkan produk penyimpanan audio seperti CD, kaset, atau naskah, proses produksinya dilakukan di studio rekaman untuk rekaman peralatan yang disiarkan tetapi tidak hanya di bawah pemancar karena akan disiarkan nanti.

Prosedurnya kira-kira setara dengan siaran langsung, kecuali bahwa itu hanya direkam pada tape recorder dan tidak dikirim ke pesawat pemancar. Rekaman akan disempurnakan di studio, dan siaran akan dilakukan dengan memutar ulang kaset yang telah disempurnakan dan mengirimkan keluaran tape recorder ke pemancar untuk didistribusikan secara luas. Program siaran radio dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan merekamnya. Sebelum akhirnya ditayangkan, program yang telah direkam akan diedit.

Program siaran biasanya diproduksi oleh stasiun radio itu sendiri. Karena itu, pihak luar hampir tidak pernah diikutsertakan dalam proses produksi di stasiun radio. Untuk menghasilkan program yang menarik untuk disimak, program radio membutuhkan keahlian dan keterampilan. Hanya ada beberapa jenis program radio. Musik dan informasi adalah dua jenis program radio utama. Setelah kedua jenis program ini dikemas, pada intinya harus mampu memenuhi kebutuhan penonton akan musik dan informasi. Bagian ini membahas program-program berikut: 1) Produksi berita untuk radio; 2) wacana (talk show); 3) informasi tentang hiburan; 4) jingle.

#### a. Berita Radio

Laporan tentang peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik adalah berita radio. Siaran informasi berbeda dengan siaran berita. Penyajian faktual dikerjakan ulang sesuai dengan standar jurnalistik radio dalam siaran berita. Sementara itu, siaran informasi tetap dilaksanakan sesuai dengan pedoman jurnalistik meski tidak selalu berdasarkan fakta yang sebenarnya. Salah satu jenis data siaran yang terkenal di radio adalah data nyata yang diambil dari kertas atau web.

Informasi di radio harus dapat menjangkau sebanyak mungkin pendengar radio. Jika pendengar radio adalah para eksekutif muda, maka berita yang disiarkan jelas berkaitan dengan informasi yang mereka butuhkan, seperti informasi tentang bisnis atau peraturan ekonomi pemerintah yang baru, dan yang lainnya. Suara memainkan peran penting dalam produksi radio. Tiga unsur suara berikut ini harus hadir dan didengar oleh pendengar dalam pemberitaan jurnalistik radio: narasi yang diucapkan oleh reporter atau penyiar, rekaman wawancara dengan narasumber, dan rekaman suasana, yaitu suara peristiwa sebagaimana aslinya terjadi.<sup>10</sup>

Pengemasan program informasi hanya dapat berupa teks yang memuat rangkuman berita dari surat kabar, yang kemudian dibacakan oleh penyiar, atau

---

<sup>10</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 228.

dapat juga berupa teks yang dikemas dengan musik latar (background). Informasi ini dapat disiarkan dalam program terpisah, seperti Koran Hari Ini, atau sebagai selingan singkat antara pemutar musik, iklan, dan program lainnya. Program informasi dimaksudkan untuk memberi tahu pendengar tentang berita atau kiat yang belum mereka dengar atau untuk mengembalikan perhatian atau menekankan topik tertentu kepada pendengar yang telah membaca tentang topik tersebut di surat kabar atau media massa lainnya.

## b. Perbincangan Radio

Bicara radio, juga dikenal sebagai acara bincang-bincang, menggabungkan seni wawancara dengan seni berbicara. Setiap penyiar radio diharapkan menjadi penulis yang ulung. Singkatnya, seorang penyiar harus fasih berbicara. Namun, mewawancarai orang-orang tidak selalu merupakan bidang yang diunggulkan oleh penyiar. Mewawancarai orang tidak selalu mudah bagi penyiar.

Selain itu, memadukan keterampilan wawancara dengan keterampilan berbicara. Dalam kebanyakan kasus, program bincang-bincang menampilkan pembawa acara (host) dan satu atau lebih narasumber yang membahas topik yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut ini adalah tiga jenis program bincang-bincang yang paling banyak digunakan stasiun radio, yakni:

- 1) **One-on-one show**, adalah jenis percakapan di mana narasumber dan pewawancara menggunakan dua posisi mikrofon yang berbeda di ruangan yang sama untuk membicarakan suatu subjek.
- 2) **Diskusi panel**, dengan pewawancara sebagai moderator dan sejumlah narasumber hadir.
- 3) **Talk show**, yang hanya menerima telepon dari pendengar disebut call in show. Masih di udara sebelumnya oleh pembawa acara di studio, model diberikan berdasarkan wawasan penyiar, kemudian, pada saat itu, penonton didekati untuk menjawab berdasarkan pertemuan mereka sendiri dengan siaran radio. Sebelum penyiaran, panggilan telepon yang masuk perlu dipilih karena tidak semua respons audiens layak disiarkan.

Pengaturan dalam pembuatan acara televisi meliputi: pemilihan penyiar, penyiapan lokasi, dan penyiapan perlengkapan on air, khususnya saat siaran langsung dari lapangan, penentuan target audiens yang dituju untuk memastikan bahwa topik yang dipilih memenuhi kebutuhan pendengar. Urutan proses talk show dilakukan adalah sebagai berikut: pertama pembukaan, yang berisi pemaparan pokok bahasan, landasan, narasumber, dan data hubungan dengan audiens pada kesempatan yang akan datang. selesai. Kedua, percakapan mendasar, yang berisi pertanyaan mendasar pembawa acara, reaksi narasumber, dan koneksi audiens. Ketiga, kesimpulan, yang meliputi ucapan terima kasih dan kesimpulan.

## c. Radio Informasi

Kombinasi dari penyiaran informasi dan hiburan atau penyajian informasi yang menghibur disebut sebagai infotainment, yang merupakan singkatan dari "informasi dan hiburan". Majalah udara yang merupakan program yang

menggabungkan musik, lagu, pidato informasi, berita, dan iklan sering disebut sebagai infotainment dalam kemasan yang lebih lengkap. Program ini memiliki segmentasi yang beragam dan biasanya disajikan dengan cara yang mudah untuk didengarkan dan berdurasi antara lima hingga enam puluh menit. Program ini dipartisi menjadi berbagai fragmen yang dicampur dengan melodi dan iklan.

#### d. Jingle Radio

Jingle, juga dikenal sebagai promo udara radio, adalah lagu dan kata-kata yang mengumumkan kehadiran stasiun radio. Pembuatan jingle radio bertujuan untuk mempromosikan kehadiran radio baru di masyarakat, menginformasikan kepada pendengar tentang simbol atau identitas radio yang paling signifikan agar mereka selalu mengingatkannya, dan menciptakan citra radio di benak mereka. Saat disiarkan, jingle berfungsi sebagai jeda, selingan, atau efek serupa lainnya.

Ada tiga kategori jingle: Pertama, jingle stasiun radio (radio expose); kedua, jingle untuk proyek radio (program diungkap); selanjutnya, ketiga, jingle untuk penyiar radio (pembukaan pembawa acara). Sebuah jingle khas berlangsung sekitar lima belas detik. Prinsip pembuatan jingle adalah harus dapat disiarkan secara berulang-ulang terutama pada saat pergantian program, mewakili citra radio yang ingin dimiliki pendengar untuk, memiliki isi dan kemasan yang unik, serta diputar berulang kali.

### 3. Pasca Produksi/Evaluasi

Pasca produksi dimaksudkan sebagai tahap akhir dari penyelesaian atau penyempurnaan produksi. Pengeditan video dan audio, penambahan narasi, pembuatan efek khusus, dan evaluasi hasil produksi adalah bagian dari tahap penyelesaian. Kita sudah tahu bahwa radio merupakan media massa elektronik yang pengaruhnya cukup besar, sehingga perlu dilakukan dengan sangat hati-hati pada tahap pasca produksi. Karena itu, memproduksi program siaran memerlukan kerja yang lebih hati-hati untuk mencegah hasil yang tidak diinginkan.

Di sini, evaluasi melayani dua fungsi. Fungsi pertama adalah evaluasi program, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana program-program tersebut memenuhi tujuan. Evaluasi instruksi adalah yang kedua. Pada bagian ini, kami membahas kekuatan dan kelemahan program, tetapi pemahaman audiens tentang isi program lebih diutamakan.<sup>11</sup> Kajian Minat Pembaca dan Uji Keterbacaan digunakan untuk menentukan apakah suatu pesan yang diluncurkan oleh suatu organisasi keagenan berhasil atau tidak. Audience Research and Program Analysis Test adalah metode lain untuk mengevaluasi kemandirian pesan di radio atau televisi. Evaluasi bertujuan untuk mengukur kedisiplinan dan kreativitas acara, serta dampaknya (respon penonton), serta ketiadaan materi dan kemasan acara.

Pengemasan acara (pembukaan dan penutupan, efek, kontrol suara, durasi) dan sisi materi program harus dievaluasi baik untuk produksi individu maupun kelompok. Berikut evaluasi program siaran, yaitu :

---

<sup>11</sup> Pawit M. Yusuf, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Intruksional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990), h. 125.

- a. Per acara, melibatkan penyiar, presenter, dan pendengar (sebaiknya segera setelah siaran).
- b. Per-divisi (divisi musik dan berita, mingguan atau bulanan), dengan partisipasi dari staf pelaksana program dan kepala divisi.
- c. Antar divisi (evaluasi menyeluruh, dilakukan bulanan atau tahunan dengan partisipasi dari semua pengelola radio).

Pasca produksi merupakan tahapan akhir dalam proses produksi program acara. Proses produksi siaran langsung biasanya hanya terdiri dari evaluasi pada tahap pascaproduksi, sedangkan proses produksi rekaman biasanya terdiri dari evaluasi dan pengeditan. Evaluasi juga digunakan sebagai bahan penelitian untuk perbaikan produksi selanjutnya. Ada tiga cara pelaksanaan program siaran dan kegiatan produksi dievaluasi :

- a. Penilaian kualitas kreasi, penilaian kualitas khusus diharapkan untuk mengukur kejernihan suara dan isu-isu lain yang terkait dengan strategi produksi atau pertunjukan oleh seorang penyiar. Penilaian ini juga dapat digunakan untuk menentukan apakah kinerja penyelenggara acara siaran atau pejabat sesuai dengan standar profesional.
- b. Menganalisis biaya produksi untuk menentukan apakah biaya tersebut cukup untuk mendukung kegiatan produksi siaran.
- c. Evaluasi penonton bertujuan untuk menentukan berapa banyak orang yang telah melihat program siaran dan bagaimana perasaan mereka tentang hal itu.

Langkah selanjutnya adalah mengedit, yang biasanya melibatkan penghapusan dialog yang relevan dengan siaran. Ini diperlukan untuk memperbaiki latar belakang suara yang rusak yang disebabkan oleh pengeditan. Efek suara biasanya meliputi: Suara yang berfungsi sebagai latar belakang, seperti suara burung, air, atau angin, untuk menimbulkan respons tertentu dari pendengar. Efek keras, seperti suara keras seperti pintu dibuka dan ditutup, suara tembakan, dan tabrakan mobil. Kebodohan adalah praktek rekayasa suara dengan cara tertentu sehingga menyerupai suara yang diinginkan.

## KESIMPULAN

Dakwah adalah mengajak manusia secara bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah demi keselamatan dan kebahagiaannya di dunia dan akhirat. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan berupa suara atau gambar, baik interaktif maupun tidak. Siaran dakwah adalah publikasi pesan berupa suara, gambar, atau karakter interaktif atau tidak yang dapat diterima melalui penerima siaran untuk mendorong manusia agar mengikuti jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk keselamatan dan kebahagiaan keduanya di sini di dunia dan di akhirat. Radio merupakan inovasi yang digunakan untuk mengirimkan metode pengumuman keseimbangan dan radiasi elektromagnetik. Dalam Rujukan Kata Bahasa Indonesia Besar, radio adalah transmisi suara atau bunyi melalui udara atau pesan melalui kata, bunyi dan musik yang disalurkan secara langsung dan sekaligus melalui pemancar.

Pemanfaatan media juga harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Mengenai cara para rasul mengkomunikasikan ajaran agama Islam, adalah tepat untuk

berdakwah dengan cara berbicara langsung kepada orang-orang dan menggunakan bahasa yang dapat menjelaskan sesuatu kepada mereka yang hidup pada saat itu. Ada beberapa manfaat menyiarkan pesan-pesan agama Islam (Dakwah) melalui radio. Hal ini dikarenakan radio bersifat suara, sehingga pendengar dapat langsung menyimak materi yang disampaikan oleh penceramah.

Diperlukan proses yang terencana untuk penyiaran yang baik, dimulai dengan persiapan produksi program acara religi Islam (pra produksi) dan berlanjut hingga selesainya pelaksanaan program acara religi Islam (pasca produksi). Saat ini banyak program radio yang menampilkan konten terkait dakwah, dengan berbagai macam ide yang menggelitik, menjadikannya tidak kalah menarik dari acara hiburan. Saat ini masih ada beberapa radio yang eksklusif radio religi atau dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Syihata. 1986. *Da'wah Islamiyah*. Jakarta: Departemen Agama.
- Hasan Shadily, John M. Echols. 1990. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta : PT. Gramedia.
- M. Yusuf, Pawit. 1990. *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Intruksional*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Masduki, 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : LKIS.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Muis. 2001. *Komunikasi Islami*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Munthe. 1996. Muryanto Ginting, *Media Komunikasi Radio*. Kumpulan Karangan, Jakarta Pusat Sinar Harapan.
- Sholihin, Siti. 2007. *wanita dan media massa*. Yogyakarta: Teras.
- Wahyudi, JB. 1992. *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Fred. 1997. *Dasar-dasar Produksi Program Televisi*. Yogyakarta : PT. Gramedia widiasarana Indonesia.
- Y. Triartanto, A. Ius. T.Th. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.