

PROSES SOSIALISASI INFORMASI AGAMA ISLAM MELALUI MEDIA KOMUNITAS SEBAGAI PEMBENTUK MORALITAS REMAJA MUSLIM

(Suatu Penelitian Deskriptif Tentang Proses Sosialisasi Informasi Agama Islam yang Disampaikan Melalui Media Komunitas Elektronik dan Cetak Sebagai Pembentuk Moralitas Remaja)

Atie Rachmiate^{*}, Asep Ahmad Sidik^{}, dan Farihat^{***}**

Abstrak

Radio komunitas merupakan salah satu saluran dan media sosialisasi yang efektif terutama dalam komunitas yang terbatas serta bersifat lokal, termasuk dalam menjalankan fungsinya untuk penyebarluasan nilai dan norma tertentu. Demikian pula dengan media cetak yang disebarakan untuk kalangan tertentu atau hanya ditujukan pada satu komunitas tertentu, umumnya berisikan informasi yang memang diperlukan oleh para pembacanya.

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengkaji "Bagaimana proses sosialisasi agama Islam yang disampaikan melalui media komunitas (elektronik dan cetak) sebagai pembentuk moralitas remaja muslim pembaca/pendengar?". Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik wawancara mendalam dan angket.

Dari hasil penelitian ternyata sebagian besar siswa SMUN 8 Bandung memandang Positif terhadap Proses Sosialisasi Informasi Agama Islam melalui media komunitas sebagai pembentuk moralitas remaja muslim baik dari segi intensitas penyebaran dan penerimaannya. Penonjolan materi dan temanya, teknik penyajian interaktifnya; tingkat partisipasi remaja pada penyajiannya, maupun nilai-nilai moralitas yang dapat diserap oleh remaja muslim, dari penyiaran agama Islam melalui media komunitas tersebut.

Kata Kunci : Sosialisasi Informasi, Media Komunitas, dan Moralitas Remaja

^{*} **Dr. Atie Rachmiate, Dra., MS**, adalah dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba

^{**} **Asep Ahmad Sidik, Drs.**, adalah Dosen Tetap Fakultas Dakwah Unisba

^{***} **Farihat, Dra.**, adalah dosen Tetap Fakultas Dakwah Unisba

1 Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena krisis akan nilai-nilai, norma, etika dalam perspektif agama maupun budaya saat ini banyak dirasakan oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Dalam bidang politik terdapat berbagai pelanggaran etika di antaranya dalam pemilu, penentuan jabatan di pemerintahan, cara-cara untuk mengalahkan lawan politik dan lain-lain. Fenomena ini juga dapat ditemui dalam bidang ekonomi dan bisnis. Cara-cara seperti kolusi, memberikan uang suap, mencuri rahasia perusahaan, membajak hasil karya orang lain merupakan peristiwa yang mudah ditemui. Krisis norma, moral dan etika ini juga sering ditemui di kalangan remaja, baik sebagai pelajar maupun bukan pelajar. Kasus yang mudah ditemui pada remaja diantaranya : mengancam dan menganiaya orang tua dan gurunya mengkonsumsi narkoba, pergaulan bebas bahkan tindak kriminal lainnya.

Pergeseran-pergeseran perilaku dalam masyarakat antara mana yang boleh dan mana yang tidak boleh atau mana perilaku baik atau buruk, sedang terus berlangsung. Dibandingkan dengan tahun-tahun sebelum pesatnya arus informasi melalui media massa terutama radio, televisi dan internet; penyimpangan perilaku remaja umumnya terhadap norma budaya dan agama belum banyak muncul dalam warta berita. Namun pada dekade terakhir banyak disaksikan penyimpangan perilaku remaja di Indonesia.

Sebagai gambaran, remaja sebagai pasien penderita ketergantungan NAZA tahun 1999 di Indonesia diperkirakan sudah mencapai 1,3 juta jiwa. Khususnya di Jawa Barat pada tahun 1996-1997 hasil penelitian menunjukkan hampir 50 % siswa SLTA, *pertama*, merasa malas untuk mendengarkan ceramah keagamaan; *kedua*, kurang berminat untuk mengikuti kegiatan keagamaan; *ketiga*, kurang senang membaca buku agama; dan *keempat*, kurang tertarik mengikuti diskusi keagamaan. (Yusuf, 2000 : 206).

Pemaparan fakta di atas, menimbulkan pertanyaan, bagaimana proses sosialisasi tentang etika, norma dan moral yang bersumber dari Agama Islam berlangsung selama ini. Melalui media dan salura apa, bagaimana, serta siapa yang menyebarkannya dan bagaimana penerimaan informasi tersebut. Media massa baik cetak, elektronik maupun media baru (internet) saat ini cenderung tidak banyak menyajikan materi yang mengukuhkan atau melestarikan pola atau model-model perilaku yang normatif.

Selanjutnya Radio Komunitas merupakan salah satu saluran dan media sosialisasi yang efektif terutama dalam komunitas yang terbatas serta bersifat lokal; termasuk dalam menjalankan fungsinya untuk menyebarluaskan nilai dan norma tertentu. Demikian pula dengan media cetak yang disebarakan untuk kalangan tertentu atau hanya ditujukan pada satu komunitas tertentu, umumnya berisikan informasi yang memang diperlukan oleh para pembacanya. Dengan demikian, fenomena beberapa model penyajian informasi yang melibatkan peran serta dan aktivitas audiens melalui acara radio maupun media cetak khusus diharapkan mendapat sambutan yang antusias di kalangan masyarakat terutama para remaja.

Sejalan dengan ketidak puasan dan kekhawatiran generasi tua terhadap sekelompok kalangan remaja yang saat ini dinilai memiliki moralitas yang rendah; namun ada fenomena lain di kalangan atau kelompok tertentu, dimana nampak peningkatan aktivitas remaja di masjid, di pesantren atau dalam kegiatan Islam. Gejala lain bahwa, kegiatan remaja Islam seperti bakti sosial, dakwah atau pesantren kilat sudah banyak menggunakan teknologi informasi yang bersifat “*On Air*”, yaitu disiarkan melalui radio baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga hal ini menarik untuk dikaji dari perspektif komunikasi.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana proses sosialisasi agama Islam yang disampaikan melalui media komunitas (elektronik dan cetak) sebagai pembentuk moralitas remaja muslim pembaca/pendengar?

1.3 Identifikasi Masalah

- 1) Bagaimana intensitas penyebaran dan penerimaan informasi agama Islam dari masing-masing media komunitas pada remaja muslim sebagai audiensnya?
- 2) Penonjolan materi dan tema agama Islam apa saja yang disajikan melalui masing-masing media komunitas?
- 3) Bagaimana penerimaan teknik penyajian interaktif informasi agama Islam pada media komunitas bagi audiens remaja muslim?
- 4) Bagaimana tingkat partisipasi audiens remaja muslim pada penyajian informasi agama Islam dalam media komunitas?

- 5) Nilai-nilai moralitas apa saja yang dapat diserap oleh audiens remaja muslim dari penyiaran agama Islam melalui media komunitas?

1.4 Kerangka Pemikiran

Meskipun jangkauan sosialisasi dalam perspektif komunikasi dapat ditinjau dari berbagai segi, namun kerangka pemikiran dibatasi sesuai dengan posisi studi peneliti pada bidang komunikasi, yaitu *pertama*, Sosiologi Komunikasi untuk konsep sosialisasi; *kedua*, Komunikasi Massa dan Komunikasi Interaktif untuk konsep radio swasta siaran terbatas, dan tabloid khusus. Selain itu pendekatan psikologi sosial digunakan pula untuk membahas konsep Moralitas remaja.

1) Proses Sosialisasi dan Fungsi

Sebelum membahas tentang sosialisasi lebih jauh, perlu dikemukakan bahwa untuk mendefinisikan konsep sosialisasi merupakan hal yang sukar, namun sejak tahun 1966 Brim dalam Berger & Chaffec mendefinisikan bahwa : “Sosialisasi adalah satu proses dimana individu memperoleh pengetahuan, keterampilan dan membentuk watak, sehingga mereka dapat diterima menjadi anggota masyarakat”. (1987 : 420). Pandangan lain tentang sosialisasi menurut antropologi disebut sebagai “enkulturasi”, yaitu “meliputi transmisi informasi, norma dan nilai-nilai masyarakat tertentu”. (Whiting, 1968 dalam Berger & Chaffec, 1987 : 420). Jika Islam ditinjau melalui pendekatan kebudayaan yang terdiri dari segala cipta, rasa dan karsa yang muncul sebagai komitmen masyarakat terhadap Islam, maka Berger & Chaffec menambahkan bahwa, sosialisasi merujuk antara hubungan langsung pada transmisi informasi, norma nilai dan keterampilan dengan kemampuan seseorang untuk tetap hidup dalam situasi sosial tertentu. Dengan demikian, sebagai komitmen masyarakat terhadap Islam dalam proses sosialisasi itu berlangsung, maka dakwah Islam memiliki peranan yang sangat urgen.

Melalui pernyataan ini tersirat bahwa masyarakat dapat menerima seorang individu yang memiliki watak dan perilaku yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang biasa berlangsung pada kelompok masyarakat tersebut. Kesesuaian yang dimaksud adalah kepantasan (ketepatan) seseorang bersikap dan berperilaku sesuai dengan usia, jenis kelamin, dan status sosial yang dimilikinya. Khususnya sebagai seorang muslim akan ada ‘tuntutan’ untuk memiliki sikap, perilaku dan kepribadian yang Islami.

Selanjutnya untuk melihat fungsi sosialisasi, menurut David A Goslin dalam Soe'oad (1999 : 30) sosialisasi adalah “proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpaktisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat”. Oleh karena itu, dalam proses sosialisasi menyaratkan adanya interaksi sosial yang berlangsung secara kontinyu dimana orang-orang disekitar individu tertentu berperan mentransmisikan nilai-nilai atau norma-norma tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agen sosialisasi ini biasanya merupakan bagian atau ‘person’ yang paling dekat dan berarti bagi individu tersebut, seperti orang tua, sahabat, guru dan lain-lain (*significan others*).

2) Teori Moralitas dalam Perspektif Islam dan Psikologi.

Dalam perspektif Psikologi, teori *Kohlberg* (1979) tentang konsep moralitas dipandang dari penalaran atau pertimbangan yang melatarbelakangi keputusan baik-buruk, benar-salah. Penalaran atau pertimbangan tersebut berkenaan dengan keluasan wawasan mengenai relasi antara diri dan orang lain, hak dan kewajiban. Relasi diri dan orang lain didasari prinsip equality, artinya orang lain sama derajatnya dengan diri.

Moralitas pada hakekatnya merupakan penyelesaian konflik antara diri dan diri lain, antara hak dan kewajiban dalam konvensi. Jadi yang dianggap baik adalah yang tidak terbelenggu oleh system, sehingga dapat memegang konvensi dari luar sistem sosial itu sendiri dengan memegang teguh prinsip yang diacu. (Setiono, 1994 : 12).

3) Teori Komunikasi Massa

- (1) *Model use and Dependency Model* dari *Baran & Davis* (1999 : 242) yang mengasumsikan terdapat saling ketergantungan dan interaksi antara sistem social system media massa terhadap audiens, yaitu : dalam penggunaan media massa serta fungsi/penggunaan/pemanfaatannya; yang pada akhirnya penggunaan tersebut membawa konsekuensi atau efek terhadap kognisi, afeksi dan perilaku.
- (2) Teori *Berlo* (1979) dan *Barnlund* (1970) bahwa komunikasi beranjak ke model yang lebih berorientasi kepada proses yang interaktif, dimana komunikator dan komunikan memiliki tanggung jawab yang sederajat.
- (3) *Rogers* dan *Adhikarya* (1978) : strategi komunikasi pembangunan melalui pendekatan “*narrow casting*”, yaitu melokalisir penyampaian

pesan bagi khalayak (informasi) disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan khalayak).

- (4) *Teori Uses and Grafications* secara ringkas mengasumsikan bahwa, khalayak komunikasi massa aktif memilih dan menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya; sehingga ia memperoleh kepuasan dari media massa yang ia gunakan.

1.5 Metode dan Teknik Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan angket.

Objek penelitian adalah audiens dan media komunitas radio dan tabloid dengan sample pruposif diterapkan pelajar SMA 8 Bandung yang suka mendengarkan radio komunitas “MQ” dan pembaca tabloid “percikan Iman”.

2 Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Hubungan Khalayak dengan Media

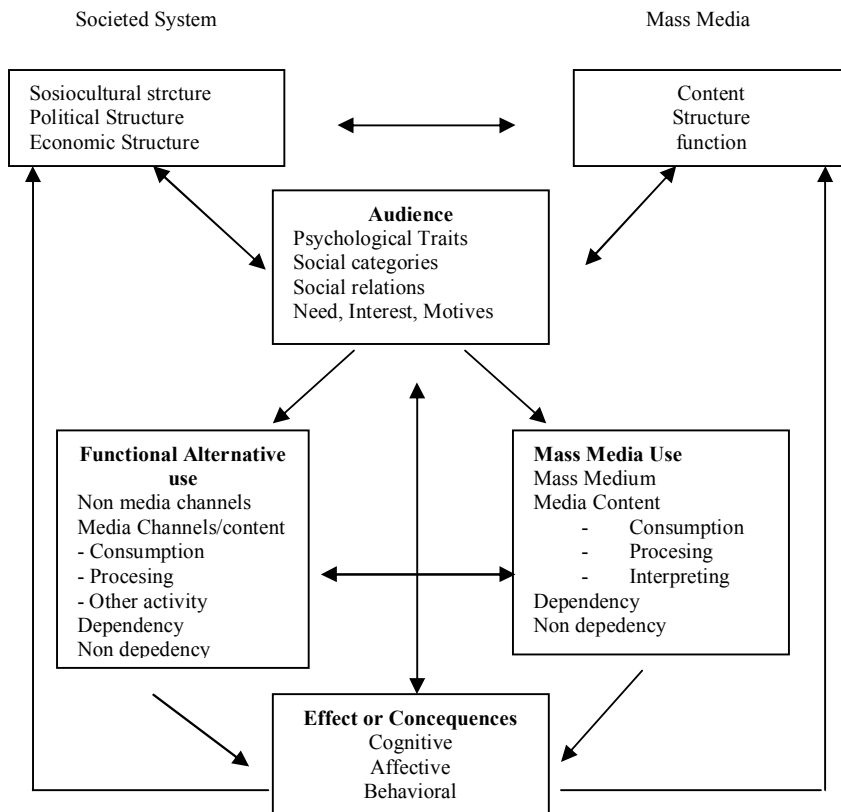
Model interaksi antara media dalam masyarakat dengan faktor-faktor yang mempengaruhi khalayak menggunakan media digambarkan oleh **Alan Rubin** dan **Sven Windahl** dalam “**uses and Devendency model**” (1999 : 242) sebagai berikut : (halaman 127)

2.2 Fungsi, Peran, dan Karakteristik Media Komunitas sebagai media Komunikasi Massa

Mengenai fungsi, peran, dan karakteristik media komunikasi telah banyak pakar yang membahas dan hasilnya diwujudkan dalam berbagai bentuk teori. Namun demikian, sub bahasan disini ditekankan pada media komunikasi massa cetak dan elektronik sebagai media komunitas.

Perspektif sosiologi tentang fungsi media massa disampaikan oleh **Lasswell** (1999) dan **Wright** (1960) dalam **Hanson & Macxy** (1996); **Straubhaar & Laroce** (1999) dengan asumsinya bahwa : “*The media served the function of surveillance, Corelation, entrtainment, and curtural trasmission (cr socialization) for society as a whole, as well as for individual and subgroups society*”.

USE AND DEPENDENCY MODEL



Sumber : Baran & Davis (1999 : 242)

Pandangan lain dari Metron (1996) bahwa peran media massa di dalam sebuah masyarakat tidak terlalu nampak (*latent minifest*) namun juga tersembunyi (*latent consequences*). Selain itu, konsekuensi positif media massa disebut disfungsional, sedangkan konsekuensi negatif media massa disebut disfungsional. Konsekuensi ini dapat dijabarkan berdasarkan pandangan media bahwa : *pertama*, mereka bertujuan untuk

menginformasikan atau menyampaikan keingintahuan publik (*right to know*) tentang segala aspek dilingkungannya; *kedua*, bertujuan untuk menafsirkan dan membimbing (*guidance*) atas kejadian disekeliling pembaca/ penonton; *ketiga*, mendidik dalam arti memberikan wawasan atau pencerahan (*enlightment*) secara informal pada masyarakat : dan keempat berfungsi untuk menghibur (*entertain*) bagi khalayaknya. Keempat tujuan yang dikemukakan ini merupakan fungsi positif bagi masyarakat. Namun di sisi lain terdapat aspek-aspek disfungsional yang disengaja atau tidak disengaja, diprediksi atau tidak, melekat dalam fungsi media tersebut. Sebagai kasus disfungsional ini di antaranya, sikap konsumtif khalayak, sikap permisif, tumbuhnya budaya massa dan lain sebagainya.

Karakteristik secara fisik (*hardware*) dari masing-masing media komunikasi tersebut berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Sehingga **Straubhaar & Iarose** (1999) mengemukakan bahwa pada prinsip media massa saat ini berkonvergensi, dalam arti masing-masing kekuatan media digunakan untuk menutupi kelemahan media lainnya. Seperti halnya pada surat kabar mengulas acara televisi lengkap dengan back groundnya, televisi memuat *headline* surat kabar atau industri film melengkapi pemasarannya dengan televisi, radio, kaset rekaman, VCD, komik, dan lain-lain media. Sehingga sehubungan diantara media tersebut membentuk konglomerat media.

Khususnya tentang karakteristik media komunitas atau istilah lain adalah media publik, dikemukakan oleh Philip Savage dalam *gazali* (2002) bahwa media komunitas adalah : “*Media komunikasi massa, (catatan : hanya menyoroti media elektronik) yang ditujukan untuk menginformasikan menghibur serta memberi pencerahan kepada warga negara suatu bangsa, dimana khalayaknya dianggap sebagai partisipan yang aktif dibidang sosial, budaya, ekonomi dan kehidupan politik*”.

Di samping itu Gazali dkk (2002) mengemukakan definisi lembaga penyiaran publik sebagai berikut. :

“Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang mempunyai visi untuk memperbaiki kualitas kehidupan publik, kualitas kehidupan suatu bangsa dan juga kualitas hubungan antar bangsa pada umumnya; serta mempunyai misi untuk menjadi forum diskusi, artikulasi, pelayanan kebutuhan publik. Lembaga penyiaran ini mengakui secara signifikan adanya peran supervisi dan evaluasi oleh publik dalam posisinya sebagai khalayak dan partisipan yang aktif,

karena itu lembaga penyiaran publik bukanlah lembaga penyiaran pemerintah, serta bukan pula lembaga penyiaran yang semata-mata mendasarkan dirinya pada hukum-hukum pasar”

Secara khusus kepemilikan media ini ada pada komunitas yakni sekelompok orang yang menempati suatu wilayah tertentu, atau merasa satu kelompok karena ada persamaan perasaan (sentiment), etnik, agama atau ikatan-ikatan tertentu.

Prinsip dari media yang dimiliki oleh komunitas atau publik tertentu dapat dikemukakan sebagai berikut :

- 1) Media dimiliki oleh komunitas, dikelola oleh komunitas (melibatkan sedikit pihak luar) serta ditujukan lebih utama untuk kepentingan komunitas. Secara ringkas dikemukakan – dari komunitas oleh komunitas untuk komunitas.
- 2) Isi (*content*) media dalam bentuk program atau informasi yang dikemas, lebih bermanfaat serta menuju pemenuhan kebutuhan komunitas/publik itu sendiri, seperti program pendidikan jarak jauh, tentang budaya dan tradisi, kedalaman dan keteguhan agama serta budi pekerti dll.
- 3) Teknik penyajian lebih interaktif, dialogis karena untuk memenuhi program yang sesuai dengan kebutuhan publik. Sebagai konsekuensinya lembaga media biasanya sudah siap untuk dievaluasi dan ada supervisi (pengawasan) oleh khalayaknya.
- 4) Komunikator dan Nara sumber informasi dalam media komunitas adalah mereka yang sudah “diterima” di kalangan publik atau komunitas tersebut, baik yang berasal dari dalam lingkungan publik maupun dari luar.

2.3 Pesan (message) dalam Media Komunitas

Pesan dalam komunikasi massa berbeda dengan pesan pada komunikasi tatap muka, oleh karena : **“Pertama**, komunikator tidak memiliki secara pasti bagaimana kondisi khalayak pembacanya; **kedua**, pesan dalam media massa merupakan hasil proses sekelompok pihak yang berkepentingan, sehingga setelah melalui “Seleksi” yang ketat, barulah pesan diterima oleh khalayaknya” (Darma & Ram, 1987 : 182; MoQuail & Windhal, 1985 ; 46).

Pesan dalam komunikasi massa menurut Susanto, adalah mempengaruhi bahkan mengubah : 1) Penilaian individu kelompok tentang realitas sosial; 2) Usaha individu kelompok dalam membentuk gambaran (*image*) tentang realitas masa depannya. Hal ini berarti pesan dalam media cetak, (majalah) maupun radio/televise sebagai media komunitas, akan mempengaruhi atau mengubah secara perlahan identitas sosial yang diterima oleh masyarakat tentang peranan audien khusus (remaja) dalam lingkungannya. Di sisi lain, kondisi Negara yang sedang menggiatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan, dapat memanfaatkan informasi media massa untuk mencapai tujuannya.

Efektifitas pesan dalam komunikasi massa, menurut Tan (1981 : 135-137) terdiri : “*message structure* (struktur pesan), *message style* (gaya pesan), dan *message appeal* (daya tarik pesan)”. Ditambahkan Haroldsen (1979 : 10) bahwa “isi pesan menyangkut pemilihan materi untuk mengekspresikan tujuan yang dikehendaki komunikator”. Salah satu fungsi isi pesan adalah untuk perubahan jangka panjang (dampak) seperti sosialisasi, distribusi pengetahuan atau pengendalian sosial melalui pesan dengan struktur yang stabil dan sistematis (*darma & Ram*, 1987 : 250).

Di sisi lain, Kinclaid (1977 : 123) mengemukakan : “Jika komunikasi direncanakan untuk menimbulkan perubahan, maka isi pesan harus mengandung unsur psikologis dan sosiologis yaitu : 1) Isi pesan harus dipahami khalayak dengan pengertian yang berdasarkan pengalamannya di masa lampau; 2) isi pesan yang dapat memberi keuntungan dan nilai praktis yang besar dari tujuan yang dikemukakan.

Adapun rubrik atau acara siaran agama Islam sebagai salah satu bentuk tulisan atau informasi lisan yang utama di majalah maupun di radio, dianggap mampu menyebarluaskan ide komunikator secara lengkap, rinci dan sistematis. Oleh karena sifatnya yang obyektif dan non fiksi serta mempunyai fungsi dalam menimbulkan efek pada pembacanya (*Nelson* : 1). Berdasarkan asumsi tersebut, maka sama dengan faktor efektifitas suatu pesan, bahwa artikel akan efektif manakala mempengaruhi unsur struktur pesan, aktualitas tema serta daya tarik pesan.

Unsur aktualitas menunjukkan tema yang disajikan merupakan hal yang baru atau “hangat”. Baru disini menurut *assegaff* (1983 : 26) “...bisa berarti betul-betul baru terjadi peristiwanya, atau baru dalam arti peristiwanya sudah lama, namun ada hal-hal yang baru dan belum diketahui khalayak; atau peristiwa masa lampau tapi disusun secara aktual dengan

memberi atau menambah hal-hal yang baru”. Istilah ini menurut *Prakke* (dalam Susanto, 1974 : 27) disebut sebagai aktualitas primer, aktualitas sekunder dan aktualitas tertier.

Unsur struktur pesan, menurut *Tan* (1981 : 138-140) terdiri dari : “*conclusion drawing, ordering of argument and one sided & two sided message*”. Hal ini berkaitan dengan penarikan kesimpulan, urutan argumentasi dalam pesan serta urutan pesan penting dan tidak penting. Hasil penelitian *Koehler* (dalam *Tan*, 1981 : 152 ; dan *Rakhmat*, 1986 : 315) menunjukkan bahwa : “gagasan yang menyenangkan dan sudah diterima oleh khalayak jika disajikan lebih dahulu daripada gagasan yang tidak dapat diterima, maka perubahan citra lebih sering terjadi.

Daya tarik pesan atau imbauan pesan (*message appeal*) mengacu pada motif-motif psikologis yang dikandung oleh suatu pesan. *Rakhmat* (1986 : 319; dan 1991 : 62) menyatakan, daya tarik pesan terdiri dari “Imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran dan imbauan motivasional”. Selanjutnya *Tan* (1981 : 149) mengemukakan bahwa : “*the effectiveness of emotional and rational appeals has been to clearly distinguish between the two strategi*”. Penelitian *Harmann* (dalam *Rakhmat*, 1986 : 318) menunjukkan bahwa pengaruh selebaran yang berisi pesan emosional lebih berhasil daripada pesan-pesan rasional. Namun efek imbauan emosional akan kuat, bila kerangka rujukannya sudah mapan. Adapun imbauan (*fear appeal*) efektivitasnya tergantung dari jenis pesan, kredibilitas komunikator dan jenis kepribadian penerima. Sedangkan imbauan ganjaran dan motivasional secara logis akan lebih banyak mengubah sikap individu manakala ganjaran yang dijanjikan lebih tinggi serta motif yang dijanjikan dapat menyentuh kebutuhan manusia.

2.4 Penyajian Pesan

Penyajian pesan merupakan komponen pesan yang turut mempengaruhi efek yang ditimbulkan daripadanya. Hal ini ditegaskan oleh *Krech* (1962 : 20) sebagai suatu stimulus yang mempengaruhi respons dalam hal selektivitas kognisi. Penyajian pesan ini mencakup : 1) Frekuensi, suatu pesan yang diulang-ulang akan lebih menarik perhatian seseorang daripada pesan yang kurang diungkapkan; 2) Intensitas suatu pesan yang “mendalam” (lebih menonjol atau besar dibandingkan dengan yang lain) akan lebih mendapat perhatian daripada pesan yang kurang menonjol, 3) Gerakan atau percobaan, suatu pesan yang bergerak atau berubah-ubah sangat menarik

perhatian daripada pesan yang statis; 4) Jumlah, semakin banyak jumlah pesan, semakin menentukan seleksi kognisi. Hasil penelitian Zajonc dkk (dalam Tan, 1981 ; 142) menunjukkan bahwa, pengulangan terpaan pesan efektif tidak saja dalam menarik perhatian tetapi juga dalam menentukan pilihan komunikasi terhadap suatu objek.

Dengan demikian, penyajian pesan tentang moral atau aspek-aspek akhlak dalam siaran atau rubrik media komunitas Islam yang disajikan dengan porsi ruang dan waktu yang lebih banyak dibandingkan dengan aspek yang lainnya, dapat menumbuhkan perluasan kognitif bagi khalayaknya. Di sisi lain, penyajian yang bersifat interaktif, yaitu melibatkan khalayak pendengar atau pembaca untuk turut berperanserta melalui telepon, surat, hadir dalam pertemuan *face to face*; selain akan menumbuhkan ketertarikan juga dapat menumbuhkan perubahan perilakunya.

2.5 Batasan Remaja

Mengeni istilah remaja dalam kepustakaan, penulis mendapatkan dua sebutan yaitu **“Puber** dan **‘Adolescent** Umumnya ahli-ahli Eropa, menggunakan istilah puber untuk menyatakan masa di mana kematangan seksuil tercapai yang berlangsung kira-kira dan umur 12-18 tahun. Singgih D. Gunarsa (1990:5) mengungkapkan bahwa : *“Pubescence dan puberty sering dipakai dengan pengertian masa tercapainya kematangan seksuil ditinjau terutama dan aspek biologisnya”*. Sedangkan perkataan adolescent, dipakai untuk menyatakan masa peralihan ke maturity yang berlangsung antara umur 18-20 tahun; B. Simandjuntak (1984 : 84) menyatakan bahwa : *“Ahli-ahil Amerika mengartikan adolescence sebagai masa transisi dari anak, menjadi dewasa, yang dimulai dengan tanda-tanda puberty dan berakhir bila si anak telah mencapai kemasakan fisik dan psikis”*

Di Indonesia, istilah yang paling banyak dipakai adalah istilah remaja, yaitu saat-saat ketika anak tidak lagi diperlukan sebagai anak-anak, tetapi dilihat dan pertumbuhan fisiknya, ia belum dapat dikatakan orang dewasa. Singgih .D. Gunarsa (1990:6) menyebutnya sebagai :

“Masa peralihan dari masa anak ke masa dewasa, meliputi semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan memasuki masa dewasa :

Dengan demikian dan keterangan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

- 1) Masa remaja adalah masa peralihan dan anak menjadi dewasa;
- 2) Batas umur masa remaja ini kira-kira dan umur 12 sampai 19 tahun;
- 3) Masa remaja ini mulai dengan timbulnya tanda-tanda puberty yang pertama dan berakhir pada waktu anak itu mencapai kematangan fisik dan mental.

2.6 Karakteristik Remaja

Remaja adalah masa yang penuh dengan kegoncangan Jiwa, dimana seseorang ada dalam masa peralihan dari satu kehidupan ke kehidupan lainnya. Jika diibaratkan masa dimana seseorang berada di atas jembatan goyang yang menghubungkan masa kanak-kanak yang penuh ketergantungan dengan masa dewasa yang matang dan mandiri.

Elizabeth B. Hurlock menegaskan:

Dalam satu periode peralihan, status individu tidaklah jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan orang dewasa. Kalau remaja berperilaku seperti anak-anak, ia akan diajari untuk "bertindak sesuai dengan umurnya", kalau remaja berperilaku seperti orang dewasa, ia sering dituduh terlalu besar untuk celananya dan dimarahi karena mencoba bertindak seperti orang dewasa. Di lain pihak status remaja yang tidak jelas ini juga menguntungkan karena memberi waktu kepadanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai bagi dirinya. (Terj. Istiwidayati, 1991 207).

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Para ahli psikologi membagi masa remaja ke dalam dua tahap perkembangan, yaitu masa remaja awal (usia 13 - 16 tahun) dan masa remaja akhir (usia 17 - 21 tahun). Masing-masing tahap mempunyai tarap perkembangan sikap dan perilaku yang berbeda. Perbedaan ini merupakan akibat dari pertumbuhan fisik antara satu periode dengan periode lain berbeda.

Pada usia remaja awal (usia 13 - 16 tahun) pertumbuhan fisik seseorang begitu cepat, bahkan terkadang pertumbuhan anggota badan dan otot tidak seimbang sehingga menimbulkan ketidak serasian. Hal ini cukup mempengaruhi kejiwaan remaja Terlebih bila dihubungkan dengan

pertumbuhan kelenjar-kelenjar seks (Gonads) yang pada usia remaja awal mengalami proses kematangan.

Di usia remaja akhir (usia 17 - 21 tahun) seorang remaja sudah mencapai tarap penyempurnaan fisik Hubungannya dengan citra diri, keseimbangan jasmani mempunyai pengaruh positif terhadap penilaian diri sendiri. Sehingga kemapanan seseorang pada usia remaja akhir sudah dapat terlihat, sekalipun masih memerlukan bimbingan dan arahan.

Ada lima perubahan yang dialami seseorang di usia remaja dan ini hampir bersifat universal. Pertama, perubahan meningkatnya emosi yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis; Kedua, perubahan tubuh; Ketiga, perubahan minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial yang dipesankan, menimbulkan masalah baru bagi remaja. Dan ini akan mengakibatkan remaja akan merasa dilimbuni permasalahan sampai ia sendiri mampu menyelesaikan menurut keuasannya; Keempat, pada usia anak-anak dianggap penting pada periode remaja tidak lagi dianggap penting; dan Kelima, mayoritas remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Artinya mereka menuntut kebebasan akan tetapi mereka enggan atau meragukan kesanggupan untuk bertanggung jawab. (Elizabeth B. Hulock, Terj. Istidayati, 1991 207). perubahan-perubahan tersebut berimbas pada hal-hal seperti di bawah ini;

1) Masa Remaja Masa Bermasalah.

Setiap periode perkembangan mempunyai permasalahan sendiri-sendiri, namun masalah remaja sering menjadi masalah yang sulit di atasi, hal ini disebabkan oleh faktor kebiasaan di masa kanak-kanak yang selalu dibantu oleh orang dewasa dalam mengatasi masalah. Kemudian rasa kesanggupan akan kemampuan diri pada remaja dalam mengatasi masalah cukup tinggi sehingga ia menolak bahkan merasa orang-orang yang biasa membantunya dalam mengatasi masalah sudah terlalu udzur untuk memahami masalah-masaiahnya (Soesilowindradini, tt:147).

2) Stabilitas Emosi

Masa remaja dapat dikatakan sebagai 'Sturm und Drang', artinya suatu masa yang mempunyai ketegangan emosi tinggi yang disebabkan oleh perubahan-perubahan fisik dan bekerjanya kelenjar-kelenjar yang terjadi pada waktu itu. (Andi Mappiere, tt: 32).

3) Identitas

Pada tahap-tahap awal masa remaja penyesuaian diri dengan kelompok dalam masyarakat masih penting, ketidakjelasan status menyebabkan remaja selalu mengidentikkan dirinya dengan orang lain. Keinginan untuk mengikuti orang yang ia idolakan merupakan batas kewajaran pada usia remaja. Sebab pada tahapan ini seseorang tengah berada dalam pencarian identitas diri.

4) Pola Pikir

Remaja cenderung memandang kehidupan ini ideal menurut kacamataanya (subjektif), ia melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya. Cita-cita remaja jauh mengawang dan tidak realistik, sehingga mengakibatkan meningginya emosi dalam diri remaja. Semakin tinggi tingkat ketidak realistikannya, semakin tinggi emosi yang ada dalam dirinya. (Elizabeth B. Hurlock, Terj. Istiwidayati 1991: 208).

5) Kesiapan Mental

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan (dewasa), para remaja menjadi gelisah, dan kegoncangan mental ini pasti dipunyai oleh setiap remaja, entah itu besar ataupun kecil. Untuk meninggalkan stereotipe belasan tahun dan untuk menampakkan bahwa dirinya sudah diambang dewasa. Oleh karena itu, remaja menghubungkan diri dengan perilaku yang ia anggap mendekati kedewasaan, akan tetapi pola pikir remaja yang subjektif, ia mengidentifikasi kedewasaan dengan merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan, perbuatan seks dan lain-lain yang mereka anggap dapat memberikan citra bahwa mereka sudah layak disebut dewasa. Kesiapan mental remaja terhadap sesuatu yang tengah ia hadapi teramat labil sekalipun tidak semua remaja seperti itu akan tetapi kegoncangan jiwa pada usia ini pasti teralami sekalipun dalam sekala yang ringan. (Elizabeth B. Hurlock, Terj. Istiwidayati, 1991 . 208).

2.7 Kesadaran Beragama Remaja

Sejalan dengan perkembangan aspek psikologis lainnya, kesadaran beragama juga mengalami perkembangan. Perkembangan kesadaran beragama pada masa remaja mempunyai karakteristik sebagai berikut (disarikan dari Zakiah Daradjat, 1978 :136 - 142):

1) Masa remaja pertama (13 - 16):

- kepercayaan kepada agama yang telah tumbuh pada umur sebelumnya mungkin mengalami kegoncangan, sejalan dengan kegoncangan jiwanya;
- kepercayaan remaja kepada Tuhan kadang-kadang sangat kuat, namun kadang-kadang menjadi ragu dan berkurang yang tampak pada cara ibadahnya yang kadang-kadang rajin dan kadang-kadang malas;
- perasaannya kepada Tuhan tergantung kepada perubahan emosi yang sedang dialaminya. Kadang-kadang dia merasa sangat membutuhkan Tuhan, terutama ketika menghadapi bahaya, takut atau gagal atau merasa dosa. Tetapi kadang-kadang ia kurang membutuhkan Tuhan ketika sedang senang, riang dan gembira.
- sifat-sifat Tuhan yang dulu telah dipercayai pada masa kanak-kanak, misalnya Maha Pengasih-Penyayang, Pengampun, Adil dan Bijaksana ditonjolkan kembali dengan dikaitkan kepada perasaan dan pengalaman si remaja;
- Remaja merasa butuh kepada ajaran dan ketentuan agama untuk mengembalikan jiwanya kepada ketenangan dan kestabilan bala ditunjukkan sikap yang mengerti dan memahami kegoncangan dan perkembangan yang mereka lalui,
- Remaja sering bertanya atau minta penjelasan yang masuk akal tentang ajaran agama. Mereka tidak dapat menerima apa yang tidak dapat dimengertinya.

2) Masa Remaja Akhir (17 - 21) :

- Pada masa ini remaja sedang berusaha untuk mencapai peningkatan dan kesempurnaan pribadinya. Oleh karena itu mereka juga ingin mengembangkan agama mengikuti perkembangan jiwanya yang sedang tumbuh;
- Meskipun kecerdasan remaja telah sampai kepada menuntut agar ajaran agama yang mereka terima masuk akal, dapat dipahami dan dijelaskan secara ilmiah dan rasional, namun perasaan masih memegang peranan yang penting dalam sikap dan tindakan agama remaja;
- Remaja menginginkan agar agama dapat menyelesaikan kegoncangan dan kepincangan-kepincangan yang terjadi dalam masyarakat;

- Remaja merasa gelisah bila melihat perbedaan antara nilai-nilai akhlak yang diajarkan oleh agama dengan kelakuan orang dalam masyarakat;
- Remaja mengalami kegoncangan jiwa karena dorongan seks yang makin terasa. Namun pada umumnya mereka takut melaksanakannya karena tidak berani melanggar ketentuan agama;
- Pada masa remaja akhir ini mereka ingin mendapat pengakuan dan mendapat tempat di masyarakat, ingin menonjol, dan ingin diikutsertakan dalam berbagai kegiatan masyarakat, termasuk dalam hal ini pada kegiatan keagamaan.

2.8 Aspek Moralitas pada Remaja

Remaja sebagai khalayak pendengar atau pembaca media elektronik atau cetak, memiliki karakteristik yang khas ditinjau dari perkembangannya sebagai manusia, baik secara fisik, kognisi emosi, kepribadian, perkembangan sosial, maupun dalam perkembangan moral dan kesadaran beragama.

Diketahui bahwa yang termasuk masa remaja adalah seseorang yang berada di usia 13 sampai dengan 16 tahun (remaja awal) dan 17 sampai dengan 21 tahun (remaja akhir); dimana masa ini merupakan masa transisi dari masa anak yang tergantung pada orang tua dengan masa awal dewasa yang mulai mandiri. Secara fisik pertumbuhan badan remaja biasanya sangat pesat, sehingga mencapai porsi tubuh orang dewasa, bersamaan itu pula fungsi alat reproduksinya mencapai kematangan. Perkembangan ini juga mempengaruhi perkembangan emosi dan kepribadiannya.

Menurut Alexander AS. dalam Yusuf (2000 :198) pada perkembangan sosial remaja 3 tiga karakteristik penyesuaian sosial yang menentukan yaitu:

1) Lingkungan Keluarga

- menjalin hubungan baik dengan anggota keluarga
- menerima otoritas orang tua (mau mentaati aturan yang ditetapkan)
- menerima tanggung jawab dan batasan-batasan/norma keluarga
- berusaha membantu anggota keluarga

2) Di Lingkungan Sekolah

- mengakui dan respek dan mau menerima aturan sekolah
- berpartisipasi dalam kegiatan sekolah
- menjalin persahabatan dengan teman sekolah

- bersikap hormat terhadap guru, pimpinan sekolah dan staf
- membantu sekolah merealisasi tujuannya

3) Di Lingkungan Masyarakat

- mengakui dan respek terhadap hak-hak orang lain
- memelihara jalinan persahabatan dengan orang lain
- bersikap simpati dan altuis terhadap kesejahteraan orang lain
- bersikap respek terhadap nilai, hukum, tradisi dan kebijakan masyarakat.

Faktor lingkungan tersebut di atas, bisa mendukung atau sebaliknya menjadi penghambat bagi proses sosialisasi pembentukan moralitas. Oleh karena, iklim lingkungan yang tidak kondusif seperti ketidakstabilan dalam kehidupan sosial politik, krisis ekonomi, disfunisinya keluarga karena perceraian orang tua atau tidak ada kasih sayang dari orang-orang disekelilingnya akan menimbulkan dampak yang tidak baik bagi proses sosialisasi moral pada remaja.

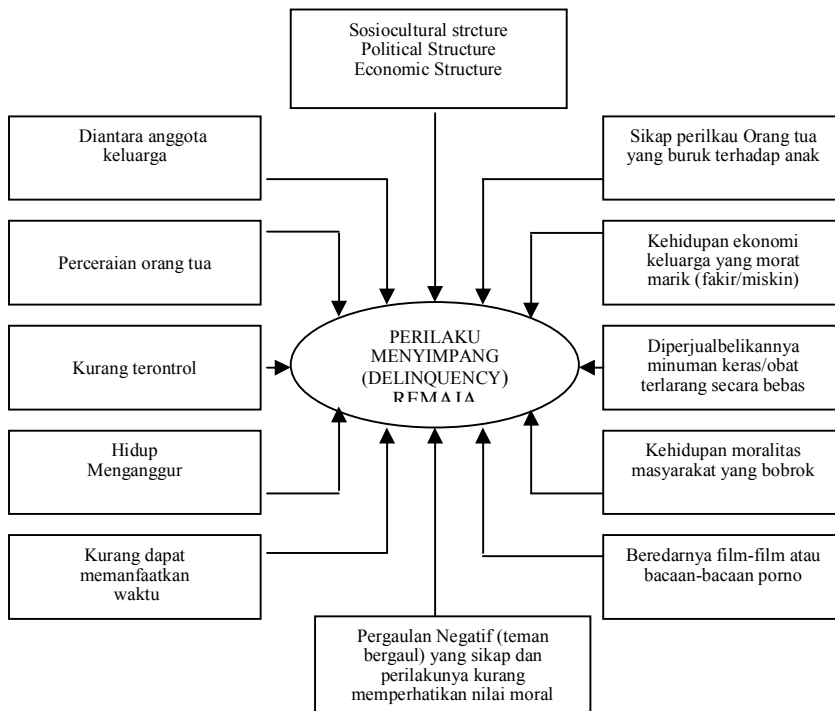
Hasil penelitian tentang pengaruh kelas sosial dan status ekonomi terhadap proses sosialisasi remaja dikemukakan oleh *Maccoby & Mcloyd* (1995) dan juga didukung oleh *pikunas* (1976) bahwa, ada perbedaan perlakuan orang tua kelas bawah/pekerja dengan orang tua kelas menengah dan kelas atas dalam memperlakukan anak, yaitu :

- 1) Kelas Bawah (Lower Class) : cenderung lebih keras dalam ‘toilet training’ dan lebih sering menghukum fisik. Anak-anak cenderung menjadi lebih agresif, indefenden dan lebih awal dalam pengalaman seksual.
- 2) Kelas Menengah (Middle Class): cenderung lebih memberikan pengawasan dan perhatiannya sebagai orang tua. Para ibunya merasa bertanggungjawab terhadap tingkah laku anak-anaknya dan menerapkan kontrol yang halus. Mereka berambisi untuk meraih status yang lebih tinggi dan menekankan pada anak untuk mengejar status melalui pendidikan atau latihan profesional.
- 3) Kelas Atas (*Upper Class*): cenderung lebih memanfaatkan waktu luangnya dengan kegiatan tertentu, lebih memiliki latar belakang pendidikan yang reputasinya tinggi dan biasanya senang mengembangkan apresiasi estetikanya. Anak-anak cenderung memiliki rasa percaya diri dan bersikap memanipulasi aspek realitas. (Yusuf, 2000 : 53).

Untuk itu tidaklah heran, jika perilaku remaja yang menyimpang banyak dipengaruhi oleh faktor kondisi keluarga, perlakuan orang-orang di lingkungan remaja (*significant others*), juga kehidupan moralitas masyarakat yang umumnya dicerminkan dalam media massa serta lingkungan di mana remaja tinggal tidak memiliki moral atau moralitasnya sangat rendah.

Yusuf (200 : 212) menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku menyimpang pada remaja sebagai berikut:

Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Perilaku Menyimpang pada Remaja



2.9 Teori Moralitas (Perspektif Agama Islam dan Psikologi)

Dalam pandangan agama Islam moralitas berkaitan dengan “akhlak” atau perilaku manusia baik dalam konteksnya ia berhubungan dengan Allah (Hablumminallah) dan ketika ia berhubungan dengan manusia lain (Hablumminannas). Adapun prinsip nilai moral dalam Islam ada 2 (dua) hal yang pada intinya adalah : 1) Seruan untuk berbuat baik pada orang lain dan menjaga atau memelihara hak orang lain; dan 2) tidak melakukan perbuatan yang dilarang oleh agama, seperti mencuri, bohong, fitnah, berzina, membunuh, mabuk, judi dan lain sebagainya.

Lebih lanjut standard akhlak dikemukakan oleh Mahdi Allan & Ahmad Amin (1996 :71) bahwa akhlak yang baik mengacu dan berdasarkan : 1) pendapat sendiri; 2) adat; 3) conscience (hati nurani); dan 4) akal. Selain itu akhlak yang berarti juga perilaku yang baik dan berpegang pada nilai-nilai : 1) adat kebiasaan; 2) kebahagiaan untuk diri sendiri dan untuk umum; 3) instink; 4) evolusi.

Berkaitan dengan peran dan kedudukan remaja sebagai individu, melalui pengalaman dan interaksi sosial dengan orang lain dilingkungannya, mereka mulai mengenal tentang nilai-nilai moral atau konsep moralitas seperti kejujuran, keadilan, kesopanan dan kedisiplinan. Remaja berperilaku selain untuk memenuhi kepuasan fisiknya juga rasa puas dengan adanya penerimaan dan penilaian positif dari orang lain.

Dalam perspektif Islam, seseorang dengan ‘posisi’ anak, harus sangat hormat pada orang tuanya, terutama pada ibunya (secara vertikal); kemudian pada lingkungan terdekat, keluarga dan tetangganya (secara horizontal). Jika diperluas baik secara vertikal maupun horizontal akan terlihat bahwa, seseorang di dalam usianya, senantiasa menghargai orang yang dianggap lebih tua dari dirinya, seperti guru, atasan, pimpinan dan sebagainya. Demikian pula halnya secara horizontal, berbuat baik dan mengasihi pada sesama umat Islam secara luas. Secara aplikatif dalam buku Riyadhus shalihin (jilid 1) ada 61 jenis perilaku muslim yang dianjurkan oleh al-Qur’an, terutama yang menyangkut hubungan dengan berpakaian, bergaul dengan lawan jenis, memegang rahasia, cara bermusyawarah, cara berkunjung serta perilaku manusia pada umumnya dalam keseharian. (Imam Nawawi, 1999).

Sedangkan perspektif Psikologi, Teori Kohlberg (1979) tentang konsep moralitas dipandang dari penalaran atau pertimbangan yang melatar

belakangi keputusan baik/buruk, benar/salah. Penalaran atau pertimbangan tersebut berkenaan dengan keleluasaan wawasan/pengetahuan mengenai relasi antara diri dan orang lain, serta antara hak dan kewajiban. Relasi diri dan orang lain disadari prinsip equality, artinya orang lain sama derajatnya dengan diri.

Konsep moral itu sendiri menurut pandangan ilmu sosial berasal dari kata “*mores*” yang didefinisikan sebagai adapt istiadat/kebiasaan atau pola perilaku (*folkways*) di mana hal tersebut dipertimbangkan sebagai dasar keberadaan kelompok sosial tersebut. Mac Iver dalam buku Narang & Dhawan (1980 : 30) menyatakan bahwa, “*folkways* (adapt istiadat) berbeda dengan moral. Moral memiliki kepastian sebagai alat kontrol, dinyatakan sebagai standard kelompok, dan sebagai satu kekuatan kelompok yang dianggap benar dan didukung oleh anggotanya”. Untuk itu biasanya masyarakat menganggap moral sebagai suatu yang sangat diperlukan dan menurut pada anggotanya untuk mentaatinya agar kehidupan dalam komunitas tersebut tertib, aman dan tentram.

Fungsi moral dalam sebuah masyarakat, di antaranya adalah mendukung, memelihara solidaritas kelompok dan dapat memberi identitas pada individu sebagai anggotanya. Seorang yang dilahirkan dan hidup dilingkungan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai moral, akan merasa bangga dengan identitas kelompoknya. Sehingga ia akan berperilaku sesuai dengan ciri-ciri kelompok yang melekat pada dirinya.

Moral menurut Poedjawijatna (1986 : 26) “...ada pada manusia yang memiliki pengetahuan baik dan buruk dan juga dihadapkan pada pilihan dan kemampuan untuk menjalankan perilaku yang baik dan buruk tersebut. Pengetahuan bahwa ada baik dan buruk itu disebut kesadaran etis atau kesadaran moral. Kesadaran moral yang sudah timbul dan berkembang disebut kata hati atau hati nurani”. Untuk itu, seseorang yang hidup dalam masyarakat akan dituntut untuk berperilaku sesuai dengan tugas dan kewajibannya; atau dituntut berperilaku dengan ‘kehadiran’ hak orang lain bukan perilaku yang hanya berorientasi pada diri pribadi.

Untuk itu, pakar psikologi menyatakan bahwa, “moralitas pada hakekatnya merupakan penyelesaian konflik antara diri lain, antara hak dan kewajiban dalam konvensi. Jadi yang dianggap baik adalah yang tidak terkungkung oleh system, sehingga dapat memegang konvensi dari luar system social itu sendiri dengan memegang teguh prinsip yang diacu”. (Setiono, 194 : 12). Dengan kata lain moralitas berarti kemauan atau

kesadaran untuk menerima dan melakukan peraturan, nilai-nilai atau prinsip-prinsip moral.

Pada seorang remaja tahap penalaran moral seseorang dapat ditinjau dari 3 (tiga) tahap yaitu :

1.	Prakonvensional :	Orientasi :
	Tahap mengenal baik/buruk dan konsekuensi	-Hukuman, kepatuhan dan sudut ganjaran
2.	Konvensional :	Orientasi :
	Tahap memandang baik/buruk apabila dapat memenuhi harapan/persetujuan keluarga, kelompok, bangsa; terjadi penyesuaian diri	<ul style="list-style-type: none"> - Kesepakatan antar probadi - Kesenangan, bantuan dan persetujuan orang lain - Hukum dan ketertiban
3.	Pasca Konvensional :	Orientasi :
	Tahap ini usaha individu mengartikan nilai/prinsip-prinsip moral yang terlepas dari otoritas kelompok	<ul style="list-style-type: none"> - Kontrol social legalitas - Prinsip etika universal

(Yusuf, 2000 : 134 – 135)

3 Objek Penelitian

3.1. Radio MQ FM

Bahwa radio merupakan media komunikasi elektronik yang cukup efektif untuk dakwah Islam. Untuk itu dengan kondisi yang belum siap memenuhi semua persyaratan berdirinya sebuah radio, seperti antenna, maka jalan keluarnya membeli antenna radio milik radio Litasari yang dibeli secara kredit, maka didirikanlah sebuah stasiun radion yang langsung mengudara dan siarannya dapat diterima dengan baik oleh para pendengarnya.

Misi dan Visi dari radio komunitas ini menurut pendirinya adalah membuat sebuah pesantren tanpa batas. Radio ini diharapkan menjadi instruktur, umat Islam menjadi santrinya dan wilayah kota sebagai Pesantrennya. Sehingga untuk bisa menjalani aktivitas pesantren umat Islam tidak perlu menyediakan waktu secara khusus ditempat tertentu. Selain itu salah satu misinya adalah membuat model penyiaran radio yang Islami, yang

kelihatannya selama ini belum ada format yang baku bahkan sama sekali tidak memiliki format khusus.

Program yang disajikan radio ini sesuai dengan visi dan misi lembaga utamanya Pondok Pesantren Daarut Tauhid yaitu dakwah Islam, maka Komposisi acaranya terdiri dari :

- 1) Siaran Pendidikan sebanyak 65 %;
- 2) Siaran Hiburan sebanyak 15 %;
- 3) Siaran Informasi sebanyak 15 %;
- 4) Siaran lain-lain sebanyak 5 %;

Berdasarkan komposisi acara di atas, dapat ditarik asumsi bahwa yang menjadi Pola acara utama Radio MQ 1026 AM tersusun sebagai berikut:

- 1) **Manajemen Kalbu Pagi** disiarkan dari jam 05.00 – 06.00 subuh yang disiarkan langsung dari masjid Daarut Tauhid. Adapun Dai yang menyampaikannya adalah Aa Gym yang dibantu oleh pimpinan, pengasuh, Dai senior atau pengelola lembaga Daarut Tauhid lainnya.
- 2) **Dari Kita Untuk Kita** merupakan acara interaktif yang disiarkan dari jam 06.00 sampai dengan 07.00 yaitu siaran informasi yang dianggap penting yang berasal dari para pendengar umat Islam dan disajikan untuk umat Islam pula.
- 3) **Selamat Pagi Bandung** merupakan siaran informasi yang disiarkan dari jam 07.00 sampai dengan 09.00.
- 4) **Spektrum 1026, Rumahku Surgaku dan Info Kita** merupakan siaran yang sifat edukatif dalam arti luas; oleh karena semua acara siaran tersebut bermuara pada ajaran agama Islam yang wajib untuk dipahami dan dikerjakan oleh semua yang mengaku muslim dan muslimat. Siaran ini penyajiannya cukup variatif, sehingga dipilah-pilah pembedaannya berdasarkan jam siar yaitu; jam 09.00 – 10.00 acara yang berjudul Spektrum 1026; jam 10.00 – 12.00 acara “Rumahku Surgaku” berkaitan dengan segmentasi kaum ibu, remaja putri atau peminat lainnya di bidang keluarga dan rumah tangga; dan “info Kita” disiarkan dari jam 12.00 sampai dengan jam 13.00.
- 5) **Nasyid by Request** merupakan siaran musik yang bertujuan menghibur, namun dalam hiburan ini sambil tetap mengingat Allah SWT. Siaran ini merupakan sarana dakwah Islam yang dikemas dalam bentuk lain; terutama ditujukan pada afeksi / emosi para pendengarnya (khususnya para remaja muslim). Siaran ini disajikan dari jam 13.00 – 15.00.

- 6) **Titian Ilmu dan Khazanah 1026** merupakan siaran pendidikan dengan topik dan tema yang memang dibutuhkan serta disesuaikan dengan karakteristik segmentasi pendengar radio ini. “Titian Ilmu” disajikan pada jam 15.00 – 20.00 setiap hari menyajikan topik bahasan yang berbeda yaitu, senin : mutiara Qur’an Ulumul Hadist, Tadarus. Selasa : Tafsir Tematik, Gelora dan Tadarus. Rabu : Fiqih, Tarikh dan Tadarus. Kamis Bahasa Arab, Bias dan realy. Jum’at Aqidah Akhlaq, Bias dan tadarus. Sabtu Bahasa Inggris, Syariah dan Tadarus. Selanjutnya untuk acara Khasanah 1026 berisi tentang siaran kata dan lagu yang hamper sama dengan titian ilmu yaitu tiap hari mengambil tema yang berbeda. Urutan Thema acara dari Senin sampai dengan Sabtu adalah : MBA, Insan Komunikatif, Muamalah Kita, Relaty, Bistek Korsek 1026. segmen untuk acara ini terutama bagi para remaja muslim.
- 7) **Nasyid Malam** merupakan acara siaran musik dengan tujuan untuk menghibur pendengarannya pada malam hari yang disiarkan dari jam 21.00.
- 8) **Penyejuk Qalbu** merupakan acara siaran yang disajikan dari jam 23.00 sampai dengan jam 23.30 merupakan acara penutup yang bertujuan agar pendengar merenung kembali kejadian hari itu sebelum tidur; maksudnya agar introspeksi dan memberikan kesejukan pada qalbu dan mendekatkan diri pada Allah SWT. Siaran ini juga sebagai bagian dari siaran edukasi atau dakwah Islam.

Selain acara On air ada pula **Program Off Air** yaitu acara yang diadakan untuk membuat para pendengar menjadi merasa dekat dengan radionya; selain untuk meningkatkan silaturahmi antar pendengar. Salah satu acara *Off Air* yang menjadi unggulan adalah **“Tahajjud Call”**. Ini adalah program membangunkan umat Islam untuk shalat Tahajud secara berantai. Menurut stasiona Manager anggota Tahajud Call sudah mencapai 800 orang yang datang selain dari Bandung juga dari Jakarta.

1) data Teknis Majalah Percikan Iman

Majalah ini berukuran 24 cm x 15,5 cm, dengan teknik cetak offset. Adapun jumlah halamannya sebanyak 60 halaman dengan 8 halaman berwarna. Jenis kertas yang digunakan adalah HVS 70 gram untuk isi majalah dan kertas Art Paper 120 gram untuk sampulnya majalah ini terbit bulanan dengan oplah/tiras sebanyak 20.000 eksemplar. Majalah ini diterbitkan oleh badan penerbit yayasan Percikan Iman dengan harga Rp.

5.000,- dengan alamat redaksi Setrasari Mall Kavling B3/63 Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri, Bandung 40164, telepon (022) 2019086, fax 2015935.

2) Profil Pembaca

Ditinjau dari data demografi, profil pembaca majalah Percikan Iman menurut data yang diperoleh dari “Media Kit” (2002) dapat dikemukakan sebagai berikut :

- (1) Ditinjau dari jenis kelamin, pembaca Majalah Percikan Iman sebanyak 65,6 % adalah wanita dan 34,4 % adalah pria.
- (2) Ditinjau dari segi usia, Pembaca Majalah Percikan Iman yang dibawah umur 17 tahun berjumlah sebesar 7,1 %, pembaca antara umur 18-22 tahun berjumlah sebesar 27,3 % pembaca antara umur 23-30 tahun adalah sebesar 45,6 %, pembaca yang berusia antara 30-40 tahun adalah sebesar 15,8 %, sedangkan pembaca yang berumur lebih dari 40 tahun sebesar 4,2 %.
- (3) Ditinjau dari segi pendidikan, pembaca Majalah Percikan Iman yang masih sekolah di SMP/SMU adalah sebesar 17,5 % mahasiswa 37,3%, S1 35,6 %, S2 3,8 %, S3 2,5 %, dan dan pembaca yang berpendidikan selain dari yang di atas adalah sebesar 13,3 %.
- (4) Profil pembaca dilihat dari kondisi ekonominya yang diukur dari pendapatan per bulannya yaitu : 16,4 % berpendapatan < Rp. 300.000; 20,1 % berpendapatan antara Rp. 300.001 – Rp. 500.000; 30,3 % berpendapatan antara Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000; 25,8 % berpendapatan antara Rp. 1.000.001 – Rp. 2.500.000; sedangkan pembaca yang berpenghasilan lebih dari Rp. 3.000.000 adalah sebesar 7,4 %.
- (5) Ternyata Majalah Percikan Iman yang dibaca oleh seluruh keluarga berjumlah sebesar 50,5 %; dan yang hanya dibaca oleh suami/istri saja adalah sebesar 13,5 %; sedangkan pembaca yang membaca majalah milik temannya adalah sebesar 34,7 %; dan selebihnya yaitu 1,3 % dibaca seorang diri.

Rubrik-rubrik yang menjadi unggulan Majalah Percikan Iman menurut para pembaca adalah sebagai berikut :

- (1) Bedah Majalah
- (2) Bedah Al-Qur'an
- (3) Tafakur

4 Pembahasa Hasil Penelitian

1) Data Penelitian Tentang Kondisi Responden

Berdasarkan identitas responden dapat digambarkan bahwa: sebagian besar (75,56 %) responden berusia 16 – 18 tahun; dan sebagian kecil (24,44 %) responden berusia < 15 tahun. Berdasarkan data di atas, usia responden terlihat bahwa mereka memiliki karakteristik kognisi, emosi dan perkembangan fisik yang khas. Usia remaja merupakan masa pencarian pengetahuan atau rasa “keingintahuan” yang tinggi, di samping emosi yang tidak stabil. Pada kondisi inilah merupakan masa yang tepat untuk memperkenalkan aspek-aspek yang berkaitan dengan moralitas atau aturan – aturan baik yang berkaitan dengan kehidupan di masyarakat maupun dengan kehidupan beragama.

Ditinjau dari terpaan media komunitas (media cetak, radio dan televisi) dan media massa pada umumnya adalah: Sebagian besar (86,67 %) responden sering membaca koran Pikiran Rakyat, (82,22 %) sering membaca majalah Percikan Iman dan tabloid Manajemen Qibu, (77,78 %) sering mendengarkan radio MQ 1026 AM; lebih dari setengahnya (55,55 %) menonton televisi SCTV; sebagian kecil (33,34 %) menonton televisi RCTI, dan (11,11 %) membaca majalah Hidayatullah, membaca tabloid Nova dan mendengarkan radio OZ serta paramuda serta mendengarkan radio Paramuda dan nonoton televisi Indosiar; dan *sedikit sekali* (8,89 %) membaca koran Republika, (6,67) membaca majalah sabili, tabloid bintang dan (4,44) membaca koran kompas.

Dari hasil angket tersebut, menunjukkan bahwa siswa SMUN 8 Bandung sebagian besar merupakan pendengar aktif Radio MQ 1026 AM dan pembaca aktif majalah Percikan Iman dan tabloid Manajemen Qalbu, di samping itu mereka pun membaca koran Pikiran Rakyat yang merupakan korannya masyarakat sunda (Jawa Barat).

Adapun khusus terpaan informasi agama Islam pada remaja sebagai khalayak adalah: Sebagian besar (68,89 %) responden membaca/menonton/mendengarkan informasi agama Islam melalui media cetak dan elektronik di atas; sebagian kecil (28,89 % responden menjawab kadang-kadang; dan sedikit sekali (2,22 %) responden menjawab tidak pernah. Ditinjau dari terpaan informasi agama Islam di atas, remaja (siswa) ini mendapatkannya dari mendengarkan Radio MQ 1026 AM dan membaca majalah Percikan Iman serta Tabloid Manajemen Qalbu.

2) Data Penelitian tentang Intensitas Penyajian

Hampir setengahnya (44,44 %) responden menjawab sangat sering (>20 hari/kali) mendengarkan acara dakwah Islam melalui radio; sebagian kecil (26,67 %) responden menjawab cukup sering (10-19 hari/kali) mendengarkan acara dakwah Islam melalui radio, (17,78) responden menjawab jarang (4-9 hari/kali) mendengarkan acara dakwah Islam melalui radio dan (11,11 %) responden menjawab sangat jarang (<3 hari/kali) mendengarkan acara dakwah Islam melalui radio. Temuan penelitian di atas merupakan salah satu indikator bahwa siaran dakwah Islam melalui radio ternyata disukai oleh para siswa SLTA, walaupun mereka berasal dari SLTA (umum) bukan dari Aliyah. Secara umum kehidupan beragama di sekitar kita (Kota Bandung) sudah semakin meningkat kualitasnya, seperti maraknya pengajian-pengajian, Pimpinan Pesantren yang mendatangi sekolah atau Pesantren Kilat yang diselenggarakan untuk berbagai kelompok masyarakat.

Sedangkan kekerapan membaca tabloid dakwah Islam adalah, lebih dari setengahnya (51,11 %) responden menjawab cukup sering (2 minggu 1 kali) membaca tabloid/majalah dakwah Islam; sebagian kecil (26,67 %) responden menjawab sangat sering (1 minggu 1 kali) membaca tabloid/majalah dakwah Islam, (17,78) responden menjawab jarang (1 bulan 1 kali) membaca tabloid/majalah dakwah Islam dan (4,44 %) responden menjawab sangat jarang (3 bulan 1 kali) membaca tabloid/majalah dakwah Islam. Sama halnya dengan siaran dakwah di radio, majalah/tabloid dakwah Islam juga; saat ini menjadi satu sumber informasi Islam yang dicari oleh para remaja/siswa SLTA di Kota Bandung.

3) Data Penelitian tentang Materi/Tema

Data responden ditinjau dari pertanyaan penelitian tentang materi/tema adalah: **Hampir setengahnya** (44,44 %) responden menjawab **materi aqidah (tauhid)** dalam dakwah Islam yang paling sering diikuti melalui radio (40 %) melalui tabloid, serta sebagian kecil (33,34 %) reponden menjawab materi aqidah (tauhid) dalam dakwah Islam yang pling sering diikuti melalui koran dan (31,11 %) melalui majalah; **sebagian kecil** (37,77 %) responden menjawab **materi akhlaq** dalam dakwah Islam yang paling sering ikuti melalui koran dan (33,34 %) melalui radio, tabloid serta majalah; sedangkan materi **syari'ah (hukum)** responden menjawab **sebagian kecil** (35,55 %) melalui majalah, (28,89 %) melalui koran, (26,66 %) melalui tabloid dan (22,22 %) melalui radio.

Berdasarkan data di atas, materi aqidah (tauhid) mendapatkan porsi terbesar dibandingkan materi akhlaq dan syari'ah. Ini menunjukkan bahwa para remaja/siswa SLTA menyadari bahwa aqidah merupakan fondasi (substansi) dalam ajaran Islam.

HM. Hafi Anshari menyatakan bahwa yang dimaksud dengan “aqidah Islam adalah semua yang menyangkut terhadap segala aspek sistem keimanan/kepercayaan kepada Allah Swt. Hal ini menjadi landasan asasi dari keseluruhan aktivitas seorang muslim baik mental maupun amal, Serta perilaku dan sifat yang harus dimiliki, yang didalamnya mencakup rukun iman yang enam, yaitu kepada Malaikat Allah, kepada kepada Kitab-kitab Allah, kepada Nabi Allah, kepada hari akhir, dan iman kepada qadha dan qadar (taqdir)”. (1993 : 147).

Penafsiran :

Hampir setengahnya (51,11 %) responden menjawab materi aqidah (tauhid) dalam dakwah Islam yang paling penting; sebagian kecil (28,89 %) responden menjawab materi akhlaq dalam dakwah Islam yang paling penting dan (22,22 %) responden menjawab materi syari'ah. Berdasarkan data tersebut, responden memandang penting materi aqidah, syari'ah dan akhlaq dalam dakwah Islam, sebab ketiga materi ini merupakan tiga ajaran pokok dalam Islam dan satu kesatuan.

Mahjuddin menyatakan bahwa “untuk mengetahui kedudukan ketiga macam sendi (pokok) ajaran Islam, yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya kualitas seorang muslim selalu dapat diukur dalam aplikasinya terhadap ketiga macam sendi tersebut, yang mencakup : Pertama : **Masalah Aqidah**, yang meliputi keenam macam rukun iman, yaitu : iman kepada Allah, kepada Malaikat Allah, kepada Kitab-kitab Allah, kepada nabi Allah, kepada hari akhir, dan iman kepada qadha dan qadar (taqdir); Kedua : **Masalah syari'ah**, yang meliputi pengabdian hamba terhadap Allah, yang dapat dilihat pada kelima macam rukun Islam, yaitu : mengucapkan 2 kalimah syahadat, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, berpuasa di bulan ramadhan, dan menunaikan hajji di Baitullah. Dan **Muamalah** juga termasuk masalah Syari'ah, yang meliputi : pernikahan, perwarisan, hubungan perekonomian, ketatanegaraan, perlindungan hak dan kewajiban manusia, dan sebagainya; ketiga, Masalah Akhlaq, yang meliputi hubungan baik terhadap Allah, terhadap sesama manusia, dan terhadap seluruh makhluk di dunia ini”. (1991 : 139 – 140).

Ditinjau dari aktualitas tema yang disajikan, hampir setengahnya (48,89 %) responden menjawab tema di atas sangat aktual dan (46,67 %) responden menjawab cukup aktual; sedikit sekali (4,44 %) responden menjawab kurang aktual.

Berdasarkan aktualitas tema yang disajikan melalui media elektronik (radio) dan media cetak (majalah Percikan Iman), hampir setengahnya (48,89 %) menyatakan sangat aktual. Sebab pengelola media tersebut setiap bulannya senantiasa mengadakan poling kepada pendengar dan pembacanya, sehingga tema-tema yang disajikan sesuai dengan kebutuhan audiensnya.

Unsur aktualitas menunjukkan tema yang disajikan merupakan hal yang baru atau hangat. Baru disini menurut Assegaf (1983 : 26) "...bisa berarti betul-betul baru terjadi peristiwanya, atau baru dalam arti peristiwanya sudah lama, namun ada hal-hal yang baru dan belum diketahui khalayak; atau peristiwa masa lampau tapi disusun secara aktual dengan memberi atau menambah hal-hal yang baru".

Sedangkan daya tarik tema yang dibahas berdasarkan lebih dari setengahnya (51,11 %) responden menjawab cukup menarik perhatian tema yang dibahas tentang dakwah Islam baik melalui media Elektronik (radio) maupun melalui media cetak (majalah); sebagian kecil (31,11 %) responden menjawab sangat menarik perhatian tema yang dibahas dan (17,78 %) responden menjawab kurang menarik perhatian. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan para remaja terhadap tema dakwah Islam menaruh minat yang cukup besar. Ini tiada lain, karena adanya komunikasi yang baik antara nara sumber dengan audiens (para remaja).

Berdasarkan hasil jawaban responden sebagian besar (62,22 %) isi pesan dakwah yang disajikan melalui media elektronik (radio) dan media cetak (majalah) cukup mudah untuk diikuti. Sebab isi pesan dakwah ini dikemas dengan sistematika yang mudah diikuti oleh pola pikir para remaja.

Susanto menyatakan bahwa : "pesan dalam komunikasi massa dapat mempengaruhi bahkan mengubah : **Pertama**, penilaian individu kelompok tentang realitas sosial; **Kedua**, usaha individu atau kelompok dalam membentuk gambaran (image) tentang realitas masa depannya" (1974 : 46). Hal ini berarti bahwa pesan dakwah Islam dalam media elektronik (radio) maupun dalam media cetak (majalah) sebagai media komunitas, akan mempengaruhi atau mengubah secara perlahan identitas sosial yang diterima oleh masyarakat tentang peranan audiens (remaja) dalam lingkungannya.

Berdasarkan bahasa yang digunakan dalam dakwah Islam, lebih dari setengahnya (51,11 %) para siswa menyatakan cukup komunikatif dan menggugah perasaan audiens baik melalui media elektronik (radio) maupun media cetak (majalah). Hal ini tidak terlepas dari nara sumber yang menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh para siswa dan menghindari istilah-istilah asing yang sulit dimengerti audiens.

4) Pertanyaan penelitian tentang Teknik Interaktif

Dalam responden ditinjau dari pertanyaan penelitian tentang teknik interaktif dapat dilihat bahwa : Lebih dari setengahnya (57,77 %) responden menjawab cukup dialogis pengemasan penyajian informasi agama Islam (dakwah); sebagian kecil (26,67 %) responden menjawab sangat dialogis pengemasan penyajian informasi agama Islam (dakwah) dan (15,56 %) responden menjawab kurang dialogis pengemasan penyajian informasi agama Islam (dakwah). Penyajian dakwah Islam yang dikemas dalam bentuk dialogis ini, merupakan salah satu upaya dari masing-masing media untuk lebih terjalinnnya komunikasi dua arah antara nara sumber dengan audiens, sehingga pesan dakwah Islam dapat dengan mudah dipahami audiens.

Kesempatan untuk bertanya/menanggapi materi informasi hampir setengahnya (46,67 %) responden menjawab cukup terbuka dan (44,44 %) sangat terbuka untuk bertanya atau menanggapi; sedikitnya sekali (8,89 %) responden menjawab kurang terbuka untuk bertanya atau menanggapi.

Berdasarkan data di atas, bahwa bentuk dialogis ini menaruh minat para siswa yang hampir setengahnya (46,67 %) merespon cukup terbuka untuk bertanya/menanggapi terhadap isi pesan dakwah yang disampaikan oleh nara sumber. Oleh karena itu, diberikannya para siswa kesempatan untuk bertanya atau menanggapi akan terjalin kesepahaman antara nara sumber dengan audiens karena lancarnya komunikasi di antara mereka.

Selanjutnya, hampir setengahnya (48,89 %) responden menjawab cukup tanggap pengasuh/penulis ketika ada pertanyaan atau respons dari audiens dan (46,67 %) responden menjawab sangat tanggap pengasuh/penulis ketika ada pertanyaan atau respons dari audiens; sedikit sekali (4,44 %) responden menjawab kurang tanggap.

Hal ini menunjukkan bahwa nara sumber cukup tanggap terhadap permasalahan yang ditanyakan oleh audien. Sebab dengan adanya

komunikasi dua arah ini akan lebih terfokus pada topik yang sedang dikaji dan pada akhirnya mengerucut kepada suatu tujuan yang diinginkan bersama.

Ditinjau dari keleluasaan waktu yang tersedia untuk berinteraksi lebih dari setengahnya (57,77 %) responden menjawab cukup luasa waktu yang disediakan media untuk berinteraktif; sebagian kecil (35,55 %) responden menjawab kurang luasa waktu yang disediakan media untuk berinteraktif; dan sedikit sekali (6,68 %) responden menjawab sangat luasa waktu yang disediakan media untuk berinteraktif. Hal ini mengindikasikan bahwa minat para siswa untuk lebih aktif lagi mengungkapkan permasalahan yang sedang dikaji dan ikut menanggapi diskusi cukup tinggi.

5) Data penelitian tentang partisipatif

Lebih dari setengahnya (53,33 %) responden menjawab cukup berminat untuk ikut serta berinteraksi dalam acara/rubrik agama Islam yang ada di media; sebagian kecil (26,67 %) menjawab sangat berminat untuk ikut berinteraksi dalam acara/rubrik agama Islam yang ada di media dan (20 %) responden menjawab kurang berminat untuk ikut berinteraksi. Berdasarkan data di atas, lebih dari setengahnya (53,33 %) cukup sering mengirim surat/menelepon kepada media elektronik (radio MQ 1026 AM) dan media cetak (majalah Percikan Iman). ini menunjukkan bahwa penyajian dakwah Islam – khususnya penyajian tentang pesan moral atau aspek-aspek akhlak – yang bersifat interaktif, yaitu melibatkan para siswa (audiens) untuk turut berperan aktif melalui surat, telepon akan menumbuhkan ketertarikan mereka dan dapat menumbuhkan perluasan kognitif bagi para siswa.

Adapun bentuk partisipasi responden diwujudkan oleh 44,44% responden menjawab melalui dukungan moral/pikiran bentuk partisipasinya; sebagian kecil (33,34 %) responden menjawab melalui dukungan waktu bentuk partisipasinya; sedikit sekali (6,66 %) responden menjawab melalui dukungan finansial bentuk partisipasinya dan (4,44 %) responden menjawab melalui dukungan materi.

6) Data Penelitian Tentang Nilai-nilai Moralitas

Data responden ditinjau dari pertanyaan penelitian tentang nilai-nilai moralitas dapat diuraikan sebagai berikut :

Lebih dari setengahnya (55,57 %) responden menjawab setuju mendahulukan kepentingan orang tua daripada kepentingan pribadi atau

kepentingan orang lain; sebagian kecil (31,11 %) responden menjawab sangat setuju mendahulukan kepentingan orang tua daripada kepentingan pribadi atau kepentingan orang lain; sedikit (8,88 %) responden menjawab kurang setuju mendahulukan kepentingan orang tua daripada kepentingan pribadi atau kepentingan orang lain dan (4,44 %) responden menjawab tidak tahu.

Berdasarkan data di atas, lebih dari setengahnya (55,7 %) responden setuju mendahulukan kepentingan orang tua daripada kepentingan pribadi atau kepentingan orang lain. Ini menunjukkan bahwa moral (akhlak) para siswa kepada orang tuanya cukup tinggi.

Dalam etika Islam, dorongan dan kehendak berbuat baik kepada kedua orang tua (*birrul waalidain*) telah menjadi salah satu akhlak yang mulai (*mahmudah*). Dorongan dan kehendak tersebut harus tertanam sedemikian rupa, sebab pada hakikatnya hanya orang tua (ayah dan ibu) yang paling besar dan terbanyak berjasa kepada setiap anaknya. Dalam keluasan konotasi prinsipnya, istilah “*al-barr*” meliputi aspek kemanusiaan dan pertanggungjawaban ibadah kepada Allah. Dalam jalur hubungan kemanusiaan; dalam tata hubungan hidup keluarga dan kemasyarakatan wajib dipahami bahwa kedua orang tua menduduki posisi yang paling utama. Walaupun demikian kewajiban kepada Allah dan taat kepada Rasul tetap berada di atas hubungan horizontal kemanusiaan. Ini berarti, dalam tertib kewajiban berbakti, mengabdikan dan menghormati kedua orang tua menjadi giliran berikutnya setelah beribadah kepada Allah dan taat kepada Rasulullah.

Sudarsono menyatakan : “perwujudan dari sifat *mahmudah* berbuat baik kepada kedua orang tua meliputi segala aspek kegiatan manusia baik perbuatan maupun ucapan. Dapat dinilai sebagai berbuat baik kepada orang tua, jika anak mendoakan kepada Allah agar keduanya mendapat rahmat-Nya, bertingkah laku sopan, lemah lembut dan hormat dihadapan kedua orang tua, dan mendahulukan kepentingan kedua orang tua daripada kepentingan pribadi dan orang lain. Berbuat baik dalam ucapan berarti, anak merendahkan suara, bertutur kata sopan terhadap keduanya”. (1993 : 47). Prinsip-prinsip tersebut telah diterangkan dalam al-Qur’an surat al-Isra : 23-24; QS Luqman : 14 – 15; QS Al-Baqarah : 83.

Nilai-nilai yang diadopsi remaja tentang eksistensi masjid, ternyata hampir setengahnya (44,44 %) responden menjawab sangat setuju masjid merupakan tempat yang tepat untuk memperluas pergaulan; sebagian kecil

(37,77 %) responden menjawab setuju masjid merupakan tempat yang tepat untuk memperluas pergaulan dan (11,11 %) responden menjawab tidak tahu; sedikit sekali (6,68 %) responden menjawab kurang setuju.

Berdasarkan data di atas, responden sangat setuju masjid merupakan tempat yang tepat untuk memperluas pergaulan. Pada zaman Nabi, masjid bukan hanya tempat untuk ibadah ritual saja, namun dipergunakan juga untuk mempererat tali silaturahmi sesama umat Islam. Murtado Muthahari menyatakan : “Pada periode pertama munculnya agama Islam, masjid madinah (kini dikenal dengan masjid Nabi) bukan sekedar tempat untuk shalat saja, namun juga merupakan tempat untuk segala aktivitas keagamaan dan sosial kemasyarakatan bagi umat Islam Masjid tempat bagi umat Islam untuk menghadiri rapat-rapat akbar di samping sebagai tempat segala sumber informasi yang sangat penting . setiap keputusan yang diambil akan dipublikasikan di masjid”. (1996 : 9).

Adapun sikap remaja tentang pakaian yang sesuai dengan ketentuan agama hampir setengahnya (46,67 %) responden menjawab setuju dalam berbagai kondisi, lebih suka berbusana sesuai dengan ketentuan agama. Sebagian kecil (28,89 %) responden menjawab sangat setuju dalam berbagai kondisi, saya lebih suka berbusana sesuai dengan ketentuan agama dan 20 (20 %) responden menjawab tidak tahu; sedikit sekali (4,44 %) responden menjawab kurang setuju.

Berdasarkan data di atas, para siswa merasa risi tatkala melihat wanita yang memakai busana minim; mereka lebih senang dan menghargai kepada mereka lebih senang dan menghargai kepada mereka yang memakai busana sopan, bahkan mereka pun pada kondisi tertentu memakai busana yang sesuai dengan ketentuan agama. Dengan ajaran Islam, yang paling urgen berbusana sopan adalah menutup aurat dan tidak berlebihan. Islam sangat menghargai terhadap kehormatan manusia. Karena itu, Islam memerintahkan manusia (khususnya bagi wanita muslim) untuk senantiasa memelihara auratnya (dalam arti bahwa menutup aurat bukan hanya sekedar menutup, namun juga tidak transparan, tipis dan ketat). Allah berfirman dalam QS Al-Mu'minun : 5 QS al-Ahzab : 59. Nilai moral yang menyatakan agama Islam telah melarang pacaran sebelum menikah ternyata hampir setengahnya (46,67 %) responden menjawab setuju agama Islam melarang berbagai bentuk pacaran sebelum menikah. Sebagian kecil (24,45 %) responden menjawab tidak tahu dan (22,22 %) responden menjawab sangat setuju

agama Islam melarang berbagai bentuk pacaran sebelum menikah; sedikit sekali (8,88 %) responden menjawab kurang setuju.

Berdasar fakta tersebut para siswa memperhatikan pentingnya akhlak dalam bergaul dengan lawan jenis harus sesuai dengan ketentuan agama. Perhatian Islam dalam pergaulan sangat besar sekali, bahkan dalam ajaran Islam pergaulan dengan sesama dan lawan jenis telah diatur secara jelas. Oleh karena itu, etika pergaulan dalam Islam harus tetap dipelihara dengan baik dan sesuai dengan batas-batas yang telah ditentukan oleh agama Islam. Allah berfirman dalam salah satu ayat-Nya QS. An-Nur :3 yang artinya : *“Katakanlah kepada laki-laki yang beriman, hendaklah mereka menahan pandangannya dan memelihara kemaluannya, yang demikian itu lebih suci bagi mereka”*. Begitu pula Rasulullah bersabda : *“Janganlah sekali-kali salah seorang di antara kalian berdua-duaan dengan perempuan lain kecuali bersama dengan mahramnya”*. (HR. Muttafaq Allah).

5.1 Kesimpulan

1) Intensitas Penyebaran dan Penerimaan Informasi Agama Islam

Berkenaan dengan intensitas penyebaran dan penerimaan informasi agama Islam dari media Elektronik (Radio MQ 1026 AM) dan Media Cetak (Majalah Percikan Iman) sebagian besar responden telah memperolehnya, bahkan mereka merupakan pendengar aktif dan pembaca aktif masing-masing media tersebut.

2) Penonjolan Materi dan Agama Islam

Materi aqidah merupakan materi yang paling sering diikuti baik melalui media elektronik (radio) maupun media cetak (majalah), walaupun tetap menyimak materi yang berkenaan dengan syari'ah dan akhlak. Adapun tentang aktualitas topik dan tema yang disajikan mereka pandang sangat aktual, bahkan cukup menarik perhatiannya. Tema dan isi pesan yang dibahas tentang dakwah Islam dari masing-masing media; cukup mudah diikuti; dan bahasa yang digunakannya cukup komunikatif sehingga menggugah perasaan bagi audiens. Walaupun mereka memandang positif tentang materi dan tema yang disajikan di Radio MQ 1026 AM dan Majalah Percikan Iman, namun kemasan materi dan tema dakwahnya belum optimal sehingga perlu di ramu kembali.

3) Teknik Penyajian Interaktif Informasi Agama Islam

Berkenaan dengan penyajian informasi agama Islam dikemas sudah cukup dialogis dan audiens diberikan kesempatan serta keleluasaan

untuk bertanya atau menanggapi. Begitu pula sebaliknya pengasuh dan penulis cukup tanggap terhadap permasalahan yang ditanyakan oleh audiens, serta jawaban dari mereka pun cukup relevan dan cukup tepat. Walaupun beberapa responden memandang kesempatan untuk bertanya dan menanggapi masih kurang terbuka serta waktu yang disediakan media kurang leluasa untuk berinteraktif; Ini menunjukkan bahwa nara sumber menyampaikan dakwah Islamnya harus lebih terbuka dan interaktif.

4) Tingkat Partisipasi Remaja pada Penyajian Informasi Agama Islam

Responden lebih dari setengahnya cukup berminat untuk ikut serta berinteraksi dalam acara/rubrik agama Islam pada masing-masing media melalui telepon dan mengirim surat; memberikan dukungan moral/pikiran dan meluangkan waktu sebagai salah satu wujud partisipasinya.

5) Nilai-nilai moralitas

Berkenaan dengan nilai-nilai moralitas, responden menjawab sangat positif. Ini dapat dilihat dari hasil penelitian terhadap permasalahan yang diajukan dalam angket, bahwa mereka memperoleh dan memahami tentang nilai-nilai moralitas dalam Islam melalui media elektronik (radio) dan media cetak (majalah) di samping melalui orang tua di rumah dan didikan guru di sekolah. Para siswa berusaha dalam kehidupan sehari-harinya untuk senantiasa mengaplikasikan nilai-nilai moralitas terhadap orang tua; terhadap guru; dalam pergaulan dengan sesama jenis maupun lawan jenis; dan memakai busana sopan. Namun masih ada juga siswa (walaupun sedikit sekali) yang belum mengerti dan memahami tentang nilai-nilai moralitas dalam kehidupan sehari-hari.

5.2 Saran-saran

Saran-saran ini penulis tujukan kepada :

Pimpinan radio MQ 1026 AM dan Pimpinan Majalah Percikan Iman untuk lebih meningkatkan kuantitas dan kualitas penyajian informasi agama Islam (dakwah), terutama dari segi intensitas waktu penyajian; keleluasaan waktu dalam berinteraksi; dan selektifitas dalam pemilihan nara sumber (da'i).

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, Hafi. 1989. *Dasa-Dasar Ilmu Jiwa Agama*. Surabaya : Usaha Nasional
- Baran, Stanley Z. & Davis, Denis, K. 1995. *Nass Communication*. Berger Charles. dan Caffee Steven. H. 1987. *Handbook. Of communications Sience* : Sage Publication.
- Darajat, Zakiyah. 1980. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta. Bulan Bintang.
- Dini, Soesilo Winda. Tt. *Psikologi Perkembangan*. Surabaya : Usaha Nasional
- Hurclock, Elizabeth. 1991. *Psikologi Perkembangan*. Terj. Bandung : Erlangga
- Langgunglung, Hasan. 1986. *Teori-Teori Kesehatan Mental*. Jakarta : Pustaka Husna.
- Mappiare, Andi. 1992. *Psikologi Remaja*. Surabaya : Usaha Nasional
- Naisbitt, John. 1994. *Global Paradoks*. Terj. Jakarta Binarupa Aksara.
- Newcomb, Theodore. N.tt. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Rogers dan Adhikarya. Dalam Zulkarinein. 1978. *Komunikasi Pembangunan*. Jakarta : Rajawali Press.
- Sukur, Nico. Tt. *Pengalaman dan Motivasi Beragama*. LEPPENAS. Jakarta.
- Setiono, Koesdwiratri. 1994. *Perkembangan Moralitas dari Sudut Pandang Jawa*, Jurnal Psikologi. No. 2 Unpad Bandung.